
**МЕДИАЛИНГВИСТИКА, ДИСКУРСОЛОГИЯ,
РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ
MEDIA LINGUISTICS, DISCOURSE STUDIES,
AND SPEECH INFLUENCE**

*Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 2 (508). С. 136–143.
Bulletin of Chelyabinsk State University. 2026;(2(508)):136-143.*

Научная статья

УДК 070.23:351.741+81'27

DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-136-143

**ОКАЗАНИЕ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ
В ПРОЦЕССЕ МОДЕЛИРОВАНИЯ ПЕЙОРАТИВНОГО ОБРАЗА
ПОЛИЦИИ В РУССКОЯЗЫЧНОМ ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ**

Валентина Викторовна Гузикова¹, Валерия Евгеньевна Нестерова²

¹ Уральский юридический институт МВД России, Екатеринбург, Россия, guzikovav@mail.ru, 0009-0005-7745-2114, AuthorID: 305495

² Уральский юридический институт МВД России, Екатеринбург, Россия, karaelan@mail.ru

Аннотация. Актуальность настоящей научной статьи обусловлена необходимостью изучения языка масс-медиа, в частности газетного дискурса, как средства оказания речевого воздействия на общественное сознание в процессе конструирования образа правоохранительных органов. Авторами описываются характерные особенности общемедийного дискурса в качестве одного из механизмов исполнения публичной власти, координации деятельности институтов политической и социальной направленности и возникновения имиджа/образа. При создании материала газетного сообщения выстраивается четко выраженная модель, которая способствует осознанию и интерпретации информации. Подобного рода модели конструируются авторами посредством рационального выбора вербальных инструментов репрезентации текстового материала с акцентом на систему ценностных ориентаций адресатов. Газетный дискурс оказывает скорее не прямое и открытое воздействие, а косвенное и скрытое, а категория оценочности может принимать различный характер (интеллектуальный и эмоциональный, аргументированный и неаргументированный, социальный и личностный). Оценка, представленная в сообщениях СМИ, часто обусловлена социальными и идеологическими факторами. Несомненно, категория оценочности детерминирует особенность функционирования языка газеты, начиная от лексического, словообразовательного и заканчивая морфологическим, синтаксическим уровнями. Вербализованные с помощью различных тщательно отобранных коммуникативно-прагматических средств, целенаправленно употребленных адресантом в медиатекстах, компоненты образа полиции («непрофессионализм», «произвол», «жестокость») создают негативную социально-психологическую установку при восприятии полиции и ее сотрудников, а также признании населением легитимности данного социального института. Материалом исследования послужили 246 контекстов, представленных в таких оппозиционных газетных изданиях, как «Новая газета» и «Коммерсант», и репрезентирующих информацию о деятельности правоохранительной структуры. Делается вывод о том, что указанные компоненты и вспомогательные номинанты («предвзятость», «подлог», «беззаконие», «коррупционность») образа полиции актуализируются в контекстах с помощью глаголов и глагольных словосочетаний с отрицательно-оценочным значением, негативно-оценочных существительных, прилагательных и наречий, разговорной и пейоративной лексики.

Ключевые слова: полиция, образ, компонент образа, политический медиадискурс, газетный дискурс, медиатекст, речевое воздействие, коммуникативно-прагматические средства

Для цитирования: Гузикова В. В., Нестерова В. Е. Оказание речевого воздействия в процессе моделирования пейоративного образа полиции в русскоязычном газетном дискурсе // Вестник Челябинского государственного университета. 2026. № 2 (508). С. 136–143. DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-136-143.

Original article

PROVIDING SPEECH IMPACT IN THE PROCESS OF MODELLING THE POLICE PEJORATIVE IMAGE IN THE RUSSIAN LANGUAGE NEWSPAPER DISCOURSE

Valentina V. Guzikova¹, Valeria E. Nesterova²

¹Ural Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation, Yekaterinburg, Russia, guzikovav@mail.ru, 0009-0005-7745-2114, Author ID: 305495

²Ural Law Institute of the Ministry of the Interior of the Russian Federation, Yekaterinburg, Russia, karaelan@mail.ru

Abstract. The relevance of this scientific article is due to the need to study the language of the mass media, newspaper discourse particularly, as a means of providing a speech impact on public consciousness in the process of constructing the image of law enforcement agencies. The authors describe the characteristics of the mass media discourse as one of the tools for the implementation of public power, the organization of political and social institutions and the formation of an image. In the process of producing the text of a newspaper message, a certain model is created that contributes to the understanding and interpretation of information. Such models are constructed by the authors using an appropriate choice of verbal means of representing the material and taking into account the value orientations of the addressees. The impact of newspaper discourse is rather indirect and hidden rather than direct and open, and the category of evaluation can be intellectual and emotional, reasoned and undocumented, social and personal. The assessment expressed in newspaper texts is often determined by social and ideological factors. It is the category of evaluativeness that will determine the nature of the functioning of the newspaper's language at the lexical, word-formation, morphological, and syntactic levels. Verbalized with the help of various carefully selected communicative and pragmatic means, purposefully used by the addresser in media texts, the components of the Police image ("unprofessionalism", "arbitrariness", "brutality") create a negative socio-psychological attitude in the perception of the Police service and its employees, as well as the recognition the legitimacy of this social institution by the population. The material of the study was 246 contexts presented in such opposition newspapers as "The Novaya Gazeta" and "The Kommersant" representing information about the law enforcement structure activities. It is concluded that these components and auxiliary nominees ("bias", "forgery", "lawlessness", "corruption") of the image of the police are actualized in contexts using verbs and verbal phrases with negative evaluative meaning, negative evaluative nouns, adjectives and adverbs, colloquial and pejorative vocabulary.

Keywords: police, image, image component, political media discourse, newspaper discourse, media text, speech impact, communicative and pragmatic means

For citation: Guzikova VV, Nesterova VE. Providing Speech Impact in the Process of Modelling the Police Pejorative Image in the Russian Language Newspaper Discourse. *Bulletin of Chelyabinsk State University*. 2026;(2(508)):136-143. (In Russ.). DOI: 10.47475/1994-2796-2026-508-2-136-143.

Введение

Целью медиации является не столько посредничество, направленное на объективное отражение действительности, сколько ее активное преобразование [13]. СМИ оказывают речевое воздействие на большую и социально-демографически недифференцированную аудиторию, что выражается в разнообразии читателей по национальному, социальному, политическому и другим признакам, в отсутствии жесткой социальной зависимости между коммуникатором и адресатом и непосредственного контакта и обратной связи между ними [12]. С точки зрения М. В. Катинской, процесс моделирования образа/имиджа в медиатекстах рассматривается как «способ речевого воздействия, активно используемый адресантами с целью внедрения желаемого образа/имиджа носителя в массовое сознание целевой аудитории» [8, с. 3].

Газеты относятся к газетно-публицистическому стилю, основная цель которых заключается

в информировании населения о событиях и явлениях действительности, а также в отражении динамики общественной жизни посредством создания информационного и социального посредничества с целью оказания регулятивного воздействия на общественное мнение. Известно, что стиль газетного дискурса характеризуется рядом своеобразных черт. К данным особенностям относят логику последовательного синтаксического построения сообщений и текстового материала в целом, существование различных элементов связи, строгое деление текстов на отдельные абзацы, а также соединение логической аргументации с элементами эмоционального и экспрессивного характера [19].

Средства массовой коммуникации, в частности газеты, являются одним из наиболее эффективных инструментов, которые способны влиять на сознание масс и моделировать предпочтительный образ предмета, объекта или явления [14]. Газетный

дискурс отличается от других видов дискурса прежде всего своей возможностью порождать оценку, в которой заключается не только одобрительное мнение или порицание, но и основы конструктивного познания. Благодаря языку адресант обладает способностью определяться в системе своих ценностей и предпринимать регулирующее влияние на состояние и действия адресантов [11, с. 11].

Специалисты в области лингвистических наук в своих исследованиях применяют различные дефиниции термина «оценка». В данной работе мы будем основываться на дефиниции Н. Е. Кузнецовой, которая анализирует оценку как процесс и результат определения субъектом степени значимости объекта с учетом способности последнего соответствовать тем или иным запросам и интересам субъекта, т. е. определения прагматической важности объекта [9, с. 71].

Давая оценку какому-либо объекту, адресант медиатекста всякий раз исходит из идеального образа данного объекта, который может быть воспринят позитивно ценным, негативно ценным или ценностно нейтральным [5]. Необходимо отметить вклад научных работ отечественных исследователей, которые касались проблемы формирования образа полиции [1; 3; 15; 18]. Данные авторы анализировали проблемы восприятия правоохранительных органов в СМИ сквозь призму разнообразных методов и приемов. В газетном дискурсе наиболее действенной стратегией лингвистического моделирования выступает методика оценочной аргументации, так как категория оценки и оценочности, выражающаяся в положительных или отрицательных оценочных аргументах авторов газетных новостных сводок, характеризуется чрезмерной речевоздействующей силой.

Независимо от типа издания, любой газетный дискурс оказывает речевое воздействие на адресата. Под речевым воздействием принято понимать «использование особенностей устройства и функционирования перечисленных знаковых систем, и прежде всего естественного языка, с целью построения сообщений, обладающих повышенной способностью воздействия на сознание и поведение адресата или адресатов сообщения» [16].

В отличие от проправительственных газет, ориентирующихся на максимально широкий круг читателей, независимо от их политических и идеологических взглядов, оппозиционные издания акцентируют внимание на суммарный образ аудитории, моделируемый исключительно в соответствии с редакционной политикой самого издания.

Наряду с этим средства языка во многих случаях нацелены не на изменение структуры мыслительной деятельности реципиента, перемену его принципиальных взглядов и убеждений или подбор вариативных суждений, а на обоснование мотива уже осуществленного выбора. С учетом этой установки оппозиционные газеты могут эксплицировать обратную связь с читателем в виде отклика на публикацию, которая, как правило, полностью соответствует заранее заданной ими системе оценок.

Целью статьи является анализ речевого воздействия в процессе моделирования пейоративного образа полиции в русскоязычном газетном дискурсе.

Материалы и методология

По направленности речевое воздействие может быть личностно-ориентированным и социально-ориентированным [10]; по речевой форме выделяют монологичное и диалогичное воздействие [17]; по характеру взаимодействия субъекта с объектом различают прямое и косвенное воздействие [2]; по целям и отношению к адресату речевое воздействие подразделяют на манипулятивное и неманипулятивное [4]; по степени осознанности речевых действий воздействие бывает намеренное/интенциональное и ненамеренное/неинтенциональное [6; 7].

В рамках настоящего исследования авторами будет проведен анализ коммуникативно-прагматических средств, ориентированных на выявление и интерпретацию таких компонентов образа полиции, как «непрофессионализм», «произвол» и «жестокость». Данная методика выбрана нами в связи с тем, что она позволяет комплексно рассмотреть актуализированные компоненты образа российской полиции и заложенные в них смыслы.

Рассмотрим примеры оказания речевого воздействия в медиатекстах, представленных в оппозиционном газетном дискурсе, способствующих конструированию пейоративного образа российской полиции.

Результаты

В контексте, представленном в медиатексте «Журналиста в полиции приняли по одежке»¹ [«Коммерсант» от 05.02.2021], адресантом за счет глаголов с негативной семантикой *ударить* и *отнять* эксплицируется компонент «жестокость» об-

¹ Журналиста в полиции приняли по одежке. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4681068> (Дата доступа 04.02.2022)

раза правоохранительных органов: «При задержании ... журналиста ударили дубинкой, а в отделе полиции № 9 сотрудники полиции отняли телефон». Факт о преднамеренном пренебрежении сотрудниками полиции конституционными правами и свободами граждан аргументируется в предложении «...При этом полицейские знали, что господин Школа исполняет профессиональные обязанности: копию редакционного задания приложили к протоколу». Аллюзия к пословице «по одежке встречают, по уму провожают», трансформированной в заголовке статьи в «приняли по одежке», употребляется с целью репрезентации полицейских в качестве лиц, действующих инстинктивно и принимающих решение о задержании и составлении протокола без проведения мер по расследованию всех сопутствующих обстоятельств дела. Интенция адресанта убедить аудиторию в обоснованной жестокости и агрессии бойцов ОМОНа и сотрудников отдела полиции усиливается за счет ссылки на обращение журналистов «с просьбой обратить внимание на эту ситуацию» к «начальнику ГУ МВД по Свердловской области Александру Мешкову, начальнику свердловского управления Росгвардии Константину Шуришину, прокурору Екатеринбурга Светлане Кузнецовой и областному омбудсмену Татьяне Мерзляковой». Перлюкутивный эффект, направленный на реализацию оппозиции «полиция—народ», достигается благодаря ссылке на адвоката Д. Шлыкова: «Сотрудники полиции ходят во время акций в штатском, но их не судят. Почему к журналистам особые требования, неясно».

Антитеза с противительным союзом *но* и лексема *неясно* актуализируют семантическую категорию «свой—чужой», где правоохранительные органы относятся к категории «чужой» и далеки от интересов, прав и свобод граждан. Кроме того, аргумент «...Суду редакционное задание также было предоставлено как главное доказательство того, что на шествии Алексей Школа работал, а не принимал в нем участие ... Но судья не услышал доводы защиты» направлен на убеждение адресата в необъективности и предвзятости исполнительной и судебной ветвей власти. Многоотчие, нехарактерное для публицистического стиля, создает эмфазу и способствует вербализации компонента «произвол».

В контексте, представленном в статье под заголовком «Сотрудницу Lenta.ru оштрафовали за неповиновение полиции»² [«Коммерсант»

² Сотрудницу Lenta.ru оштрафовали за неповиновение полиции. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4908856>

от 19.07.2021], эксплицируется компонент «жестокость» образа полиции за счет наречия *грубо* в словосочетании *грубо задержана*, в результате чего «...Завьялову доставили в Боткинскую больницу, где медики оказывали ей помощь ... после того, как сотрудники 2-го специального полка полиции ГУ МВД “толкнули” сотрудницу Lenta.ru, по ее словам, “ударили головой о стол, наступили на нее коленом и нанесли травму руки”».

Однако вводная конструкция *по ее словам* и привычки могут говорить о неуверенности адресанта в заявлении и реализации стратегии дистанцирования. Аргумент «...Юристы напоминают, что снимать полицейских имеют право не только журналисты, но и любые граждане, так как закон о полиции прямо указывает на обязанность работать на принципах открытости» акцентирует внимание аудитории на нарушениях сотрудниками полиции принципа открытости и публичности в деятельности ОВД, зафиксированного в Федеральном законе «О полиции»³.

Кроме того, интенция адресанта убедить аудиторию в беспринципности и волюнтаризме полиции объективируются за счет противопоставления позиций правоохранительных органов («...она (Завьялова) не показала рабочее удостоверение во время съемки, а задержали госпожу Завьялову за хулиганство и неповиновение законным требованиям») и потерпевшей Завьяловой («...госпоже Завьяловой не удалось запечатлеть нагрудные жетоны сотрудников, так как один из них скрестил руки на груди, а второй просто отвернулся»).

В контексте, представленном в статье под заголовком «Виновнику ДТП запретили определенные действия»⁴ [«Коммерсант» от 22.01.2020], осуществляется имплицитная вербализация компонента «непрофессионализм» образа полиции. Так, в предложении «Как говорит Наталья Булычева, следователь почти сразу сообщил потрясенным супругам, что за рулем находился “парень чуть младше их сына”, явно пытаясь смягчить его вину», где клишированная фраза *смягчить его вину*, где клишированная фраза *смягчить его вину* и лексема *явно* способствует объективации дополнительного номинанта образа — «предвзятость».

В предложении «Уже на следующий день тот же сотрудник полиции позвонил, как утверждает топ-модель, ее отцу и поинтересовался, может ли

(Дата доступа 26.02.2022)

³ О полиции : Федеральный закон РФ от 7 февраля 2011 г. № 3-ФЗ // СЗ РФ. 2011. № 7.

⁴ Виновнику ДТП запретили определенные действия. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4655018> (Дата доступа: 03.12.2022)

дать его номер телефона адвокату — родственнику виновника ДТП, чтобы тот мог переговорить об извинениях, компенсациях и т. д.» делается намек на коррумпированность стражей порядка, заинтересованных в урегулировании инцидента мирным путем. В аргументе «*Между тем сестра погибшего уже “насторожена” некоторыми поступками следствия. По ее словам, почти сразу следствие сообщило, что по результатам “продувки” в момент смертельного наезда водитель Skoda — некий 27-летний Денис Журавлев был трезв, а результаты теста на наркотики не готовы*» можно наблюдать объективацию номинанта «подлог», вербализованного с помощью лексики *насторожена*, а интенция адресанта убедить аудиторию в фальсификации материалов дела усиливаются за счет профессионального жаргонизма *продувка*, местоименного прилагательного *некий* и антитезы с противительным союзом *а*.

С целью создания эффекта достоверности повествования адресант несколько раз в тексте ссылается на слова известной российской гимнастки и модели Натальи Булычевой, чей брат погиб в результате ДТП (как говорит Наталья Булычева, как утверждает топ-модель, по их словам (Булычевой и адвоката), как показалось госпоже Булычевой). Однако такая частая ссылка на слова пострадавшей может также свидетельствовать о дистанцировании и нежелании адресанта брать на себя ответственность за высказывания. Интенция адресанта по моделированию образа коррумпированной и непрофессиональной полиции реализуются в аргументе о несправедливом удовлетворении ходатайства об избрании меры пресечения для «предполагаемого виновника аварии ... в виде запрета определенных действий» вместо лишения свободы сроком до пяти лет, согласно «ч. 3 ст. 263 УК РФ».

В новостной статье под заголовком «Полиция провела обыск у руководителя воронежского приюта «Дора» по делу об убийстве 18 собак»⁵ [«Новая газета» от 16.11.2021] адресантом актуализируется компонент «произвол» образа полиции посредством аргументации необоснованности проведения обыска и возбуждения дела на руководителя приюта «Дора» Ю. Шамарина по ч. 2 ст. 245 УК (Жестокое обращение с животными). Интенция адресанта убедить аудиторию в само-

⁵ Полиция провела обыск у руководителя воронежского приюта «Дора» по делу об убийстве 18 собак. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2021/11/16/politsiia-provela-obysk-u-rukovoditelia-voronezhskogo-priiuta-dora-po-delu-ob-ubiistve-18-sobak-news> (Дата доступа 26.02.2022)

управстве и незаконии правоохранительных органов реализуется за счет антитезы с противительным союзом *однако* в аргументе «...*В протоколе утверждается, что у следователей есть все основания полагать, что у активиста в доме может находиться огнестрельное оружие, однако при обыске силовики ничего не нашли*». Усиление номинанта «*беззаконие*» осуществляется далее в контексте за счет разговорных слов *пихать*, *бумажки*, наречия *естественно*, союза *будто* в аргументе «*Я никогда не замыкаю дверь, поэтому они спокойно вошли, открыли дверь, стали пихать свои бумажки. Искали оружие, естественно, ничего не нашли они. Я понятия не имею, зачем они ко мне пришли. Может, так свою значимость хотят показать, будто они что-то делают и ищут преступника. Может, вообще что-то подбросить хотели*».

Вводное слово *может* и глагольная лексема с отрицательной семантикой *подбросить* способствуют созданию образа лживой и беспринципной полиции, готовой идти на должностной подлог. Кроме того, в анализируемом контексте адресантом делается намек на коррумпированность стражей порядка, которые ранее «*игнорировали эти случаи (отстрел собак)*», а взялись рассматривать дело по жестокому обращению с животными только после того, как «...*[на территории рядом с приютом] планируется стройка какой-то московской конторы. И приют тем самым мешает*».

В оппозиционной прессе много места отводится вопросам, посвященным нарушениям условий задержания, содержания под стражей и жестокого обращения с арестованными. Так, в контексте, взятом из статьи «В Петербурге оштрафовали участниц акции против гендерного насилия суммарно на 135 тысяч рублей»⁶ [«Новая газета» от 27.11.2021], ссылка на слова задержанной активистки Л. Нордик является аргументом в пользу нарушения принципов содержания под стражей, регламентированных статьей 4 ФЗ «О содержании под стражей подозреваемых и обвиняемых в совершении преступлений»⁷ [11], посредством усилительной частицы *даже* и лексики *обязаны*: «...*в камерах, в которые девушек поместили*

⁶ В Петербурге оштрафовали участниц акции против гендерного насилия суммарно на 135 тысяч рублей. URL: <https://novayagazeta.ru/articles/2021/11/27/v-peterburge-oshtrafovali-uchastnits-aktsii-protiv-gendernogo-nasiliiia-summarno-na-135-tysiach-rublei-news> (Дата доступа: 13.02.2022)

⁷ ФЗ «О содержании под стражей подозреваемых и обвиняемых в совершении преступлений». URL: <https://docs.cntd.ru/document/9012419> (дата обращения: 22.04.2024).

в ОВД, “не было даже матрасов, которые обязаны выдавать всем задержанным”, и им пришлось ночевать, лежа на своей верхней одежде».

Интенция адресанта убедить читателей в нарушении правоохранительными органами политических прав и свобод граждан, закрепленных в статьях 29–33 Конституции РФ и гарантирующих право на свободу мысли и слова, права на создание общественных объединений и проведение публичных мероприятий, реализуется в следующем аргументативном акте: *Мы сделали небольшую переносную скульптуру, арт-объект, посвященный погибшим женщинам, зачитали вслух слова памяти и небольшой манифест против насилия. И ушли по домам. По пути домой четверых из нас на улице задержали*. Несмотря на заявление Л. Нордик о негуманном отношении сотрудников полиции (*силовики забрали у них паспорта и пытались заставить чистить руками пол автозака после того, как лепестки цветов из их букетов осыпались*), арестованные отмечают, что «...сотрудники по большей части были тактичны: выпускали нас в туалет, передавали передачи. Некоторые из них отпускали шуточки в стиле “феминистки-фетишистки”, но в целом отношение к нам было лучше, чем в случаях, с которыми я сталкивалась раньше».

Таким образом, анализируемый контекст можно рассматривать в качестве примера реализации эффекта обманутого ожидания, а прогнозируемый прагматический эффект достигается за счет разговорных слов *донос* и *передачи*, глагольного словосочетания *пытались заставить* и паронимии *феминистки-фетишистки*.

Заключение

Итак, речевое воздействие в оппозиционном газетном дискурсе оказываться преимущественно с целью реализации идеологической функции, то есть актуализации, пропаганды и формирования определенного комплекса идей, установок и ценностей, а методы и приемы речевого воз-

действия варьируются в зависимости от интенций адресанта. Оценочная установка медиатекста зачастую не очевидна для реципиента и актуализируется в контексте имплицитно.

Апелляция к нравственно-этическим воззрениям адресата способствует конструированию пейоративного образа полиции и ее сотрудников. Вербализация ценностных компонентов «непрофессионализм», «произвол» и «жестокость» образа правоохранительных органов России зачастую находит отражение в семантической категории «свой—чужой», которая имеет универсальный характер и всегда организуется на жесткой аксиологической основе: «свой» располагается на шкале «хорошо», «правильно», «чужой» — на шкале «плохо», «неправильно». Указанные компоненты и вспомогательные номинанты («предвзятость», «подлог», «беззаконие», «коррупционность») образа полиции актуализируются в контекстах с помощью глаголов и глагольных словосочетаний с отрицательно-оценочным значением, негативно-оценочных существительных, прилагательных и наречий, разговорной и пейоративной лексики. Ссылки на действующее законодательство, нормативно-правовые акты, а также на мнение экспертов и авторитетных лиц способствуют реализации эффекта достоверности повествования. Более того, в материале, который подлежал анализу, нами были выявлены случаи воплощения эффекта обманутого ожидания и стратегии дистанцирования, позволяющих адресату самому занять определенную позицию относительно признания эффективности/неэффективности и законности/незаконности действий правоохранительной структуры.

В заключение следует подчеркнуть тот факт, что, хотя ОВД выступают посредником и связующим звеном между властью и социумом посредством обеспечения законности и поддержания порядка, на данный момент социально-психологический фон отношения населения страны к сотрудникам охраны правопорядка далек от благоприятного.

Список источников

1. Бровкина А. А. Влияние социальных медиа на имидж сотрудника ФСИН // Вестник общественной научно-исследовательской лаборатории «Взаимодействие уголовно-исполнительной системы с институтами гражданского общества: историко-правовые и теоретико-методологические аспекты». 2019. № 17. С. 66–71.
2. Гришечко Е. Г. Определение понятия речевого воздействия и виды этого воздействия // Гуманитарные и социальные науки. 2008. № 4. С. 53–59.
3. Грозин С. Ю. Создание позитивного имиджа полицейского — путь к оптимизации деятельности полиции // Сборник материалов XXIV Междунар. науч.-практ. конф. / Восточно-Сибирский институт МВД России. [Б. м.: б. и.], 2019. С. 349–350.

4. Денисюк Е. В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2003. 200 с.
5. Ивин А. А. Ценность // Новый философский словарь / сост. А. А. Грицанов. Минск : В. М. Скакун, 1998. С. 819–821.
6. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М. : Едиториал УРСС, 2008. 284 с.
7. Карасик В. И. Язык социального статуса. М. : Институт языкознания АН СССР, Волгоградский педагогический институт, 1991. 495 с.
8. Катинская М. В. Лингвистическое моделирование имиджа : монография. Благовещенск, 2012. 168 с.
9. Кузнецова Н. Е., Шевченко Е. В. К вопросу о некоторых способах выражения оценки // Язык. Текст. Стил : сб. науч. тр. Курган, 2004. С. 71–79.
10. Леонтьев А. А. Основы психолингвистики. М. : Смысл, 1997. 287 с.
11. Лингвистика и аксиология: этносемиотика ценностных смыслов: монография / отв. ред. Л. Г. Викулова. М., 2011. 352 с.
12. Луканина М. В. Газетный текст через призму теории коммуникаций // Вестник Московского университета. Серия 19. 2003. № 2. С. 123–133.
13. Негрышев А. А. Аспекты речевого воздействия в новостях : учеб. пособие. Владимир : ВГГУ, 2009. 144 с.
14. Нестерова В. Е. Стратегия оценочной аргументации как средство лингвистического моделирования образа полиции в российском и американском газетном дискурсе (на примере проправительственных газет) // Известия Уральского федерального университета. Серия 1, Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27, № 2. С. 22–34.
15. Овсянникова Т. А., Сайфуллин Р. Р. Проблема репрезентативного восприятия образа сотрудника полиции в современном обществе // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 12 (102). Ч. 3. С. 93–95.
16. Паршин П. Б. Речевое воздействие: основные сферы и разновидности // Рекламный текст: Семиотика и лингвистика. М. : Международный институт рекламы ; Издательский дом Гребенникова, 2000. 270 с.
17. Петренко В. Ф. Основы психосемантики. СПб. : Питер, 2005. 480 с.
18. Ситковский А. Л., Передня Д. Г., Филимонов О. В., Латов Ю. В., Червоных Е. В., Важенина Л. В. Формирование «медийного образа» сотрудника органов внутренних дел Российской Федерации : учеб. пособие. М. : Академия управления МВД России, 2019. 72 с.
19. Ширяева Т. А. Метафора как фактор прагма-семантической характеристики текстов публицистического стиля: на материале английского языка : дис. ... канд. филол. наука. Пятигорск, 1999. 210 с.

References

1. Brovkina AA. Vliyanie social'nyh media na imidzh sotrudnika FSIN = The impact of social media on the image of an employee of the Federal Penitentiary Service. *Bulletin of the Public Research Laboratory "Interaction of the penal enforcement system with civil society institutions: historical, legal, theoretical and methodological aspects"*. 2019;(17):66-71. (In Russ.).
2. Grishechko EG. Opredelenie ponyatiya rechevogo vozdejstviya i vidy etogo vozdejstviya = Definition of the concept of speech impact and the types of this impact. *Gumanitarnye i social'nye nauki = Humanities and Social Sciences*. 2008;4:(53-59). (In Russ.).
3. Grozin SYu. Sozдание pozitivnogo imidzha policejskogo — put' k optimizacii deyatel'nosti policii = Creating a positive image of a policeman is the way to optimize police activities. In: *Proceedings of the XXIV International Scientific and Practical Conference*. East Siberian Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia. 2019. Pp. 349–350. (In Russ.).
4. Denisyuk EV. Manipulyativnoe rechevoe vozdejstvie: kommunikativno-pragmaticeskij aspekt = Manipulative speech influence: a communicative and pragmatic aspect. *Dissertation*. Yekaterinburg; 2003. 200 p. (In Russ.).
5. Ivin AA. Cennost' = Value. In: *Novyj filosofskij slovar' = The New Philosophical Dictionary*. Minsk; 1998. Pp. 819–821. (In Russ.).
6. Issers OS. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi = Communicative strategies and tactics of Russian speech. *Moscow*; 2008. 284 p. (In Russ.).

7. Karasik VI. Yazyk social'nogo statusa = The language of social status. Moscow; 1991. 495 p. (In Russ.).
8. Katynskaya MV. Lingvisticheskoe modelirovanie imidzha = Linguistic image modelling: monografiya. Blagoveshchensk; 2012. p. (In Russ.).
9. Kuznecova NE, Shevchenko EV. K voprosu o nekotorykh sposobakh vyrazheniya ocenki = On the question of some ways of expressing an assessment. In: Yazyk. Tekst. Stil': sbornik nauchnykh trudov [Language. Text. Style: Collection of Scientific Papers]. Kurgan; 2004. Pp. 71–79. (In Russ.).
10. Leont'ev AA. Osnovy psiholingvistiki = Fundamentals of psycholinguistics. Moscow; 1997. 287 p. (In Russ.).
11. Lingvistika i aksiologiya: etnosemiometriya cennostnyh smyslov = Linguistics and Axiology: Ethnosemiometry of Value Meanings. Moscow; 2011. 352 p. (In Russ.).
12. Lukanina MV. Gazetnyj tekst cherez prizmu teorii kommunikacij = Newspaper text through the prism of communication theory. *Bulletin of the Moscow Universit. Series 19*. 2003;(2):123-133. (In Russ.).
13. Negryshev AA. Aspekty rechevogo vozdejstviya v novostyah: ucheb. posobie = Aspects of speech exposure in the news. Vladimir; 2009. 144 p. (In Russ.).
14. Nesterova VE. Strategiya ocenочноj argumentacii kak sredstvo lingvisticheskogo modelirovaniya obraza policii v rossijskom i amerikanskom gazetnom diskurse (na primere propravitel'stvennyh gazet). *Newspaper text through the prism of communication theory. Proceedings of the Ural Federal University. Seriya 1*. 2021;27(2):22-34. (In Russ.).
15. Ovsyannikova TA. Problema reprezentativnogo vospriyatiya obraza sotrudnika policii v sovremennom obshchestve = The problem of representative perception of the image of a police officer in modern. *International Scientific Research Journal*. 2020;(12(102)):93-95. (In Russ.).
16. Parshin PB. Rechevoe vozdejstvie: osnovnye sfery i raznovidnosti = Speech impact: main areas and varieties. In: Advertising text: Semiotics and Linguistics. Moscow; 2000. 270 p. (In Russ.).
17. Petrenko VF. Osnovy psihosemantiki = The basics of psychosemantics. St. Petersburg; 2005. 480 p. (In Russ.).
18. Sitkovskij AL et al. Formirovanie "medijnogo obraza" sotrudnika organov vnutrennih del Rossijskoj Federacii = Formation of a "media image" of an employee of the internal affairs bodies of the Russian Federation. Moscow; 2019. 72 p. (In Russ.).
19. Shiryayeva TA. Metafora kak faktor pragma-semanticheskoy harakteristiki tekstov publicisticheskogo stilya: na materiale anglijskogo yazyka = Metaphor as a factor of the pragmatic-semantic characteristics of journalistic style texts: based on the material of the English language. Diss. Cand. Sci. (Philology). Pyatigorsk; 1999. 210 p. (In Russ.).

Сведения об авторах

В. В. Гузикова — кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков.

В. Е. Нестерова — кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков

Information about the authors

V. V. Guzikova — Cand. Sci. (Philology), Assistant Professor at the Department of Foreign Languages.

V. E. Nesterova — Cand. Sci. (Philology), Senior Lecturer at the Department of Foreign Languages.

Статья поступила в редакцию 22.10.2024; одобрена после рецензирования 02.02.2025; принята к публикации 14.01.2026.

The article was submitted 22.10.2024; approved after reviewing 02.02.2025; accepted for publication 14.01.2026.

Вклад авторов: оба автора сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

The authors declare no conflicts of interests.