

Коммуникативно-семиотические механизмы маскировки содержания в рекламных объявлениях

А. А. Клёцкина

*Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина
ул. Академика Волгина, 6, 117485, Москва, Россия. E-mail: kletskina2310@gmail.com*

Статья посвящена исследованию коммуникативно-семиотических механизмов маскировки содержания в рекламных объявлениях, предлагающих сексуальные услуги. На материале данных, собранных методом сплошной выборки на специализированных онлайн-платформах, в работе выявляются ключевые особенности функционирования подобных объявлений в интернет-дискурсе, а также устанавливаются способы семиотического камуфлирования информации, репрезентированной в исследуемом дискурсивном поле.

В зависимости от характера адресанта и адресата выделяются два типа объявлений: клиентоориентированные (адресованные потенциальным потребителям услуг) и рекрутинговые (содержащие информацию о вакансии и направленные на поиск сотрудников). Субъектом размещения рекламных объявлений интимного характера может выступать как частное лицо (предложения собственных услуг), так и организация, агентство или салон.

Специфика организации является ключевым фактором, детерминирующим содержательное и формальное наполнение рекламного сообщения. В связи с этим объявления, размещенные на сайтах эскорт-агентств, массажных салонов, арендных сервисов и на платформах для частных объявлений не только дифференцируются между собой, но и демонстрируют инвариантные признаки, свойственные каждой из платформ.

Объявления интимных услуг можно отнести к дискурсу закрытого типа (согласно классификации А. Н. Баранова), предполагающего наличие некоторых ограничений в выражении содержания, налагаемых институционально существующими нормами. В соответствии с этим рекламирование услуг сексуального характера осуществляется с помощью особых способов вербализации, позволяющих актуализовать подтекст наблюдаемой ситуации, не прибегая к ее прямой номинации.

В работе устанавливаются два основных способа маскировки сообщений в исследуемой дискурсивной практике: легевфемизация (смягчение значений как способ ухода от правового риска) и актуализация значения посредством невербальных знаков (использование фотографий, эмодзи, дополняющих содержание). Выявлено, что большинство рекламных объявлений интимного характера представляют собой креолизованные тексты.

Ключевые слова: маскировка, сексуальные услуги, подтекст, легевфемизация.

Communicative and Semiotic Mechanisms of Content Masking in Advertisements

A. A. Kletskina

*Pushkin State Russian Language Institute
6 Academician Volgin st., 117485, Moscow, Russia. E-mail: kletskina2310@gmail.com*

This article examines the communicative and semiotic mechanisms of content masking in advertising announcements offering sex services. Based on data collected through continuous sampling from specialized online platforms, the study identifies the key functional features of such advertisements in the Internet, discourse and establishes the methods of semiotic disguise employed within this discursive field.

Depending on the nature of the addresser and the addressee, two types of announcements are distinguished: client-oriented (addressed to potential service consumers) and recruitment-oriented (containing job vacancy information and aimed at finding employees). The subject posting sex service advertisements may be either a private individual (offering their own services) or an organization, agency or salon.

The specific organizational structure is a key factor determining the content and formal composition of the advertising message. In this regard, announcements posted on escort agency websites, massage parlor sites, rental services, and

classified advertisement platforms not only differ from one another but also demonstrate invariant features characteristic of each platform.

Sex service announcements can be classified as close-type discourse (according to A.N. Baranov's classification), which poses certain restrictions on the expression of content imposed by institutionally established norms. Consequently, the advertising of sex services relies on specific verbal strategies that allow the subtext of the situation to be conveyed without direct nomination.

The study establishes two primary methods of masking within this discursive practice: circumlocution (softening meanings as a strategy for mitigating legal risk) and meaning actualization through non-verbal signs (the use of photographs and emojis to supplement verbal content). The findings indicate that the majority of sex-service advertisements are creolized (multimodal) texts.

Key words: masking, sex services, implication, circumlocution.

Трансформация дискурса в рамках цифровой среды создала новые условия для распространения маргинальных видов деятельности и, как следствие, новых, еще не изученных стратегий языковой маскировки информации, что составляет актуальность данной работы.

К одному из таких видов деятельности относится сфера сексуальных услуг, то есть услуг сексуального характера, функционирующих на коммерческой основе. На законодательном уровне до сих пор не сформирован единый терминологический аппарат для определения и категоризации сферы сексуальных услуг [Джалыков 2023: 231]. Подобная неопределенность позволяет дискурсивным сообществам закрытого типа рекламировать интимные услуги с помощью семиотического камуфлирования сообщений.

Закрытость дискурсивного сообщества, по мнению А. Н. Баранова, предполагает наличие некоторых ограничений в выражении «коммуникативного намерения или пропозиционного содержания», налагаемых институционально существующими нормами, нарушение которых может повлечь за собой санкции [Баранов 2020: 66]. Использование механизмов маскировки сообщения в подобных сообществах зачастую осуществляется с помощью криптолалии, эвфемизации и других способов, позволяющих актуализовать в представлении адресата подтекст предполагаемой ситуации [Корнилова 2020: 83], не прибегая к ее прямой номинации.

С содержательной точки зрения все рекламные объявления подобной направленности предполагают: (1) «возмездный характер» услуги, то есть предоставление интимных услуг за определенную плату [Джалыков 2023: 232] и (2) тематическую соотнесенность информации со сферой интимной жизни человека [Зайцева, Катышев 2023: 73], имплицитно или эксплицитно выраженной в объявлении.

На материале данных, собранных методом сплошной выборки на специализированных онлайн-платформах (Avito, Parer Moscow, Afrodita Models, Intimcity, lunaeskort.ru, premier-spa78.ru, Woman-Works.info, Moon agency и др.), можно выделить ключевые особенности функционирования подобных объявлений в интернет-дискурсе, а также способы и виды коммуникативно-семиотической маскировки информации, представленной в данной дискурсивной практике.

Так, характер адресата и адресанта определяет прагматику рекламного сообщения, его оформленность, канал распространения: в зависимости от того, на кого направлено сообщение, объявления бывают клиентоориентированными, адресованными потенциальным потребителям услуг, и рекрутинговыми, содержащими информацию о вакансии и направленными на поиск новых сотрудников. Объявление может размещаться частным лицом (чаще всего представляя саморекламу, предложение собственных услуг) или исходить от организации, агентства, салона.

Специфика организации выступает ключевым фактором, детерминирующим содержание и форму рекламного объявления. Распространенным типом организаций выступает так называемое «сопровождение», эскорт, который сам по себе включен в «Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» под пунктом «предоставление прочих персональных услуг, не включенных в другие группировки», что объясняет существование многих организаций подобного рода в открытом доступе. По определению М. В. Афанасьева и В. С. Петровой, эскорт-услуги представляют собой компании, зарегистрированные как модельные агентства, нанимающие девушек и «сдающие их в аренду» мужчинам в качестве сопровождения. «Зачастую, клиенты не ограничиваются обычным выходом в свет и такие мероприятия заканчиваются половой связью за определенную плату» [Афанасьев, Петрова 2024: 6]. Примечательно описание эскорта самими организациями: это «не просто компания на вечер, а настоящее удовольствие от общения, визуального восприятия и интеллектуального взаимодействия», «элитный досуг столицы», «эксклюзивный отдых», «рынок сопровождения», «элитные услуги», «элитный сервис», «премиальный досуг», «вип отдых», «Услуги эскорта в Москве – это не просто встречи на час, а возможность провести время с очаровательной, умной и утонченной девушкой, умеющей поддержать беседу и создать атмосферу комфорта». Работниц таких организаций чаще всего называют «моделями», «девушками по вызову», «элитными девушками»: *Девушки по вызову Москва: кто они? Современные девушки по вызову Москва – это не только модели, но и личности с высшим образованием, знанием иностранных языков и хорошими манерами. Они умеют поддержать беседу на любые темы, стать идеальным сопровождением для деловых встреч, премий, светских раутов и даже семейных мероприятий, где важен статусный образ // Элитные девушки – это всегда discreet-сервис, международный опыт и высокий уровень IQ. Их выбирают бизнесмены, политики, артисты и просто эстеты, ценящие непринужденное общение, поддерживающее статус и настроение.*

Подобное избегание прямых номинаций, механизм коммуникативно-семиотической маскировки, состоящий в смягчении или подмене понятий, тесно связан с явлением легевфемизации, описанным в работе А. Р. Дегтярёвой и М. А. Осадчего. Легевфемизация рассматривается авторами как способ ухода от правового риска, частный случай эвфемии, при котором говорящий/пишущий «стремится замаскировать, сгладить конфликтное высказывание с целью минимизировать возможную правовую ответственность» [Дегтярёва, Осадчий 2012: 160]. Так, предложение интимных услуг заменяется понятием «сопровождения», «элитного досуга» и других, чтобы скрыть содержание от «реальных/предполагаемых представителей закона» [Дайлоф 2019: 26] и избежать санкций.

Как и любое рекламное сообщение, подобное объявление ориентировано на конкретную целевую аудиторию; как маскировочное сообщение, оно направлено на определенный круг лиц, способных декодировать информацию из объявления: спрятанное в имплицитных слоях семантики текста содержание рекламного сообщения актуализуется посредством апелляции к модели мира адресата – его знанию об устройстве действительности – и основывается на упоминании некоторого компонента типизированной ситуации, по которому адресат может реконструировать всю ситуацию в целом. Так, если адресат не имеет необходимого фонового знания, то сообщение понято не будет [Баранов 2012: 222].

Рекламные объявления, будучи локализованными на сайтах эскорт-агентств, обладают определенной содержательной и формальной близостью, отражающейся на уровне анкет с описанием девушек, обязательно включающих фотографию, имя, возраст, вес, краткую информацию о них (либо самоописание) и ссылку на контакт с менеджером/организацией (см. *Если вас заинтересовала моя анкета, заказать VIP сопровождение можно, связавшись с менеджером нашего эскорт агентства // В нашем агентстве лучшие девушки для сопровождения мужчин. Чтобы весело провести время со мной или другой прелестной спутницей, свяжитесь с нашим менеджером // На нашем сайте ты сможешь заказать услуги элитного эскорта, и менеджер с удовольствием подберет девушку по вкусу или ты можешь выбрать меня // Если вас интересуют такие девочки эскорт, как я, свяжитесь с нашим менеджером, и он организует встречу с привлекательной нимфой // свяжитесь с моим менеджером, чтобы забронировать меня*).

Краткая характеристика девушки, представленная на сайте, несильно варьируется от анкеты к анкете. На одних сайтах это представлено внешним самописанием: *Я роскошная, длинноволосая шатенка с яркой внешностью и идеальной фигурой // Роскошная элитная девушка эскорт покорит мужчин своим видом в бикини // Я игривая и нежная, страстная и находчивая, при этом довольно эффектная, что помогает мне привлекать внимание мужчин // Русская девушка эскорт, с тонкой талией и пышными округлостями, предлагает свои услуги уверенным в себе мужчинам, которые жаждут страстного общения // Горячая блондинка с подтянутой фигурой и роскошными формами всегда готова украсить ваш вечер // Во мне есть все, что нравится красивым и успешным мужчинам. Яркая внешность, длинные светлые волосы и потрясающая фигура*. На других платформах доминирует стандартное, клишированное описание, вплоть до повтора фраз: *Роскошная девушка которая превращает встречу в ощущение. Ее улыбка будоражит даже без касаний – она естественна и реальна. Уля наслаждается взаимностью и делает каждую минуту особенной // Пылкая богиня в чьих глазах читается искреннее желание. Ее улыбка мягко притягивает – она естественна и реальна. Лейтон наслаждается взаимностью и дарит эмоции, которые не повторяются // Завораживающая девушка чей голос звучит, как обещание. Ее аромат мягко притягивает – все в ней живое, текучее, настоящее. Галя любит соединять страсть и спокойствие и оставляет след, не требуя слов // Завораживающая девушка с взглядом, в котором играют эмоции. Ее грация вызывает желание приблизиться – она не играет – она чувствует. Вера играет не по сценарию, а по наитию и дает почувствовать вкус момента. Магнетичная VIP-компаньонка которая чувствует момент лучшие слов. Ее аура сбивает дыхание – она не играет – она чувствует. Кайя играет не по сценарию, а по наитию и создает близость, где нет притворства // Изящная спутница с взглядом, в котором играют эмоции. Ее прикосновение вызывает желание приблизиться – все в ней живое, текучее, настоящее. Виолетта умеет читать желания без слов и делает каждую минуту особенной*.

Сексуальный подтекст ситуации актуализуется через непрямую номинацию, смягчение, эвфемизацию: *Гарантирую незабываемую ночь со страстной, молодой, раскрепощенной тигрицей. Салон эскорт услуг поможет нам организовать ВИП отдых в одном из пятизвездочных отелей, где ты сможешь прикоснуться к моей нежной, гладкой коже и какое будет продолжение, ты знаешь // Лучшее времяпровождение – уединение в отдельном номере с привлекательным, успешным мужчиной // Ничто не помешает нам испытать наслаждение и достичь вершин эмоционального блаженства // Помогу сбросить стресс и окунуться с головой во вселенную наслаждения // расслабиться в интимной обстановке*.

Подтекст также формально отражен на уровне категорий услуг, указанных на сайтах: *Девушка на час // Девушки для знакомства // Девушки для мероприятий // Девушки для поездок // Девушки для путешествий // Девушки москва сити // Девушки на вечеринки // Девушки на выезд // Девушки столицы // Знакомства с моделями // Сопровождение // Элитный эскорт* – в одной из организаций есть категория «досуг без интима».

В массажных салонах структура рекламного сообщения формируется на основе традиционных принципов построения объявлений: указывается название, длительность оказываемой услуги и ее стоимость. Название ориентировано не на прямое обозначение референта (услуги), а на эмоциональное воздействие с целью привлечения и удержания фокуса внимания реципиента; оно образно, неоднозначно: «Мемуары гейши», «Основной инстинкт», «Премьер», «Инь Янь Premium» и др. Подтекст раскрывается на уровне описания услуги: *«Главная изюминка этой программы – тантрический массаж. Он подходит для настоящих ценителей искусства соблазнения. Последующая за ним эротическая часть вознесет к вершине блаженства. Что входит в вип массаж: совместный душ/джакузи, тантрический чувственный массаж, эротическая часть в джакузи или на татами, прикосновения к мастерице, 1 финал / неограниченное количество финалов», «Фут джоб: Если наша мастерица берется за какую то*

работу, пусть даже ножками, то она точно доведет ее до окончания :»». Другим примером клиентоориентированных объявлений являются объявления организаций, сдающих бани / сауны / бильярдные залы в аренду, оказывающие « Дополнительные услуги».

Рекламные объявления, исходящие от частных лиц, преимущественно представлены на специализированных сайтах в виде анкет, также состоящих из фотографии, имени, самоописания, указания номера для связи. Такие анкеты характеризуются повышенной экспрессивностью, вариативностью стилистических средств и более выраженным авторским началом по сравнению с анкетами, размещенными на сайте организаций: *Мне важна атмосфера, тепло и внимание к деталям, когда желание рождается постепенно. Если тебе интересно открыть это со мной, напиши мне в WhatsApp // Раскованная и чувственная, настоящая фея для настоящего мужчины. Я на связи! Пиши только на ватсап! // Меня зовут Полина, фото мои, к салону отношения не имею, 100% ИНДИ!!! Красива и ухожена, кожа нежная и бархатистая, я с горячим темпераментомжду в гости на незабываемую встречу!!! // Очень СПОСОБНАЯ дамочка!!! // Я чудесная девушка, которая готова провести своё драгоценное время в компании шикарного мужчины  Да, я очень нежная, ласковая и чуткая девушка...Эталон женственности и грации... А моя естественная красота тебя поразит.... Думаю при встрече со мной, ты будешь полностью согласен с выше сказанным.... // Студенточка на грани отчисления  да и будь что будет  Как и многие девочки приехала покорять Москву, но что -то пошло явно не по плану  <...> Пока решила совмещать сомнительную перспективу обучения в Вузе с профессией Анальной деятельностью в эскорте -но второе мне явно нравится больше  Так что надеюсь что задержусь здесь надолго  Могу предложить вам массу вариантов как провести со мной время ,но боюсь у вас не хватит времени так много и долго читать, поэтому открыта для ваших смелых и амбициозных предложений  // Меня зовут Каролина. Я – воплощение ваших самых утончённых фантазий: – Высокая (очень) – Худая (беспощадно) – С карамельными волосами (до поясицы)  Мой профиль • Талия – 56 см. Ваши руки не встретятся сзади. Намеренно. • Губы – полуоткрыты. Всегда. • Особые навыки – искусство медленного погружения в блаженство // Общая деградация повышает спрос на вменяемость  Надоели силиконовые куклы? Поточковые встречи без эмоций, деревянные тела? Отсутствие опыта и интереса со стороны девочки? Тогда ты по адресу! Максимально настоящая и эмоциональная, без допингов, я такая есть и другой уже не стану, это не работа, это lifestyle, горячо любимый мной  // Искусство интимного сервиса: Полное погружение в мир чувственных удовольствий // Полюби меня! После нашей встречи гарантирую тебе хорошее настроение и ты на крыльях любви помчишься домой, но обязательно вернешься ко мне!  Ведь любовь-это единственное, ради чего стоит жить) .*

Как видно из приведенных выше примеров, часто завуалированное содержание актуализуется при помощи невербального символа – для частных анкет характерно широкое использование эмоджи, выполняющих компенсаторную функцию и эксплицирующих часть информации, не выраженной словесно.

Во многих частных анкетах рискованная информация преподносится как приглашение в гости. Самой распространенной формулировкой является предложение помочь «расслабиться», «сбросить стресс»: *помогу расслабиться и отдохнуть от повседневных забот и физической усталости // Со мной ты забудешь о всех своих проблемах // Отвлеку от серых будней, расслаблю // Хочешь отвлечься от повседневных забот? Встреча со мной не оставит тебя равнодушным и поможет расслабиться.. Звони, и ты не пожалеешь // Если ты устал и желаешь приятно провести время, то я очарую тебя при первой же встречи // Со мной ты забудешь о тяжелом дне // Удовольствие и релакс гарантирую! // Приезжай расслабиться и получить удовольствие!*

Иной спецификой обладают рекламные объявления, специализирующиеся на поиске «сотрудников», включающие чаще всего указание на размер зарплаты и реже – на сами обязанности сотрудника. Например, в объявлении о вакансии в массажном салоне нет никакого указания на сексуальный подтекст ситуации, кроме как «внимание» со стороны мужчин: *Работа в массажном салоне Flagman. Начни зарабатывать от 150 000 рублей в месяц. Мы предлагаем тебе свободный график и дружный коллектив. Нашему салону требуются администраторы и мастера по расслабляющему массажу, так что если ты привыкла к шубам, путешествиям, подаркам и вниманию мужчин, приходи к нам. Мы тебя ждем!*

Часто объявления-вакансии находятся на самих сайтах эскорт-организаций: *Мы работаем с девушками, которые хотят зарабатывать, но при этом ценят комфорт, безопасность и человеческое отношение. Мы сопровождаем на каждом шаге, помогаем адаптироваться и даем возможность чувствовать себя уверенно в профессии. Мы помогаем выйти из этой сферы осознанно – с капиталом, опытом и внутренней опорой, чтобы каждая могла выбрать свою жизнь, а не выживать в ней – от соискателя требуется только ввести свои данные в анкету, чтобы связаться с организаторами. Встречаются и совсем пустые, малоинформативные объявления, гарантирующие высокооплачиваемую работу, выгодные условия, исполнение заветных желаний, финансовую независимость, конфиденциальность. Часто они фигурируют под абстрактными, неоднозначными заголовками: «Новый набор девушек», «Очень нужны девочки в Париж», «Ищу моделей», «Ты привлекательна и амбициозна? Взлет начинается здесь», «Работа для девушек», «Высокооплачиваемая работа для девушек», «Ищем ту самую и ждем именно тебя»). Например: Я менеджер Мариам и Ищу красивых и амбициозных герл, которые хотят зарабатывать больше сына маминной подруги и утерять нос своей финансовой независимостью. Я менеджер, который поможет воплотить твои мечты в реальность Предлагаю: 1. Высокий заработок; 2. Индивидуальный график; 3. Безопасность твоя и твоей личной информации; 4. Жилье, если ты из другого города . От тебя много не требуется –Желание поднимать больше денег – Хорошее настроение – Ухоженность Сотрудничаем 50/50 Малышка, я твоя путевка в лучшую жизнь, написать можно на whatsapp, telegram // Доброго времени суток, меня зовут Елизавета Я менеджер в модельной сфере. Имею многолетний опыт за спиной и много хороших отзывов. Я именно тот человек, который готов организовать тебе прибыльную тему*

и хорошее свидание. Чтобы ты чувствовала себя комфортно и безопасности – есть Security служба, которая будет контролировать тебя, когда ты поехала на тему. Что касательно клиентов – это наработанный база постояшек, которые уже много лет сотрудничают только со мной. Тебе не нужно переживать за свою конфиденциальность и анонимность – потому что я сотрудничаю с моделью строго с глазу на глаз. Чтобы обсудить более детально пиши мне на whatsapp, мы познакомимся поближе и договоримся. Основные направления – это Дубай / Стамбул / Париж/ РФ. Всегда буду рада девочкам, которые от жизни хотят взять многое – готова научить, посоветовать и быть твоим любимым наставником // **ОЧЕНЬ НУЖНЫ ДЕВОЧКИ В ПАРИЖ!!!! ПАРИЖ** 🏠👑🌟 Ищу молодых и амбициозных девушек🌟🌟 Имею 5 лет опыта работы🌟🌟 Поддержка 24/7🌟 Я предлагаю Вам сотрудничество, а так же 📄 Выплаты сразу же! **КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ** 🦋 Только **ТОР** клиенты. 📄 Чаемые и подарки – **ВАШИ**, все 100%. 🦋 Индивидуальный график ,по Вашим потребностям. 📄 База постоянных клиентов. 🔥 Хочешь заработать хорошие деньги без напряжения ,за короткий срок -пиши 📄 WhatsApp и т. п.

Другой вид рекламных объявлений представлен (1) в форме текста на сторонних сайтах, тематически никак не связанных со сферой сексуальных услуг (например сайт, рекламирующий моющие средства / связанный с недвижимостью, см. рис. 1), (2) на сторонних сайтах в виде комментариев, не связанных с темой обсуждения (см. рис. 2).

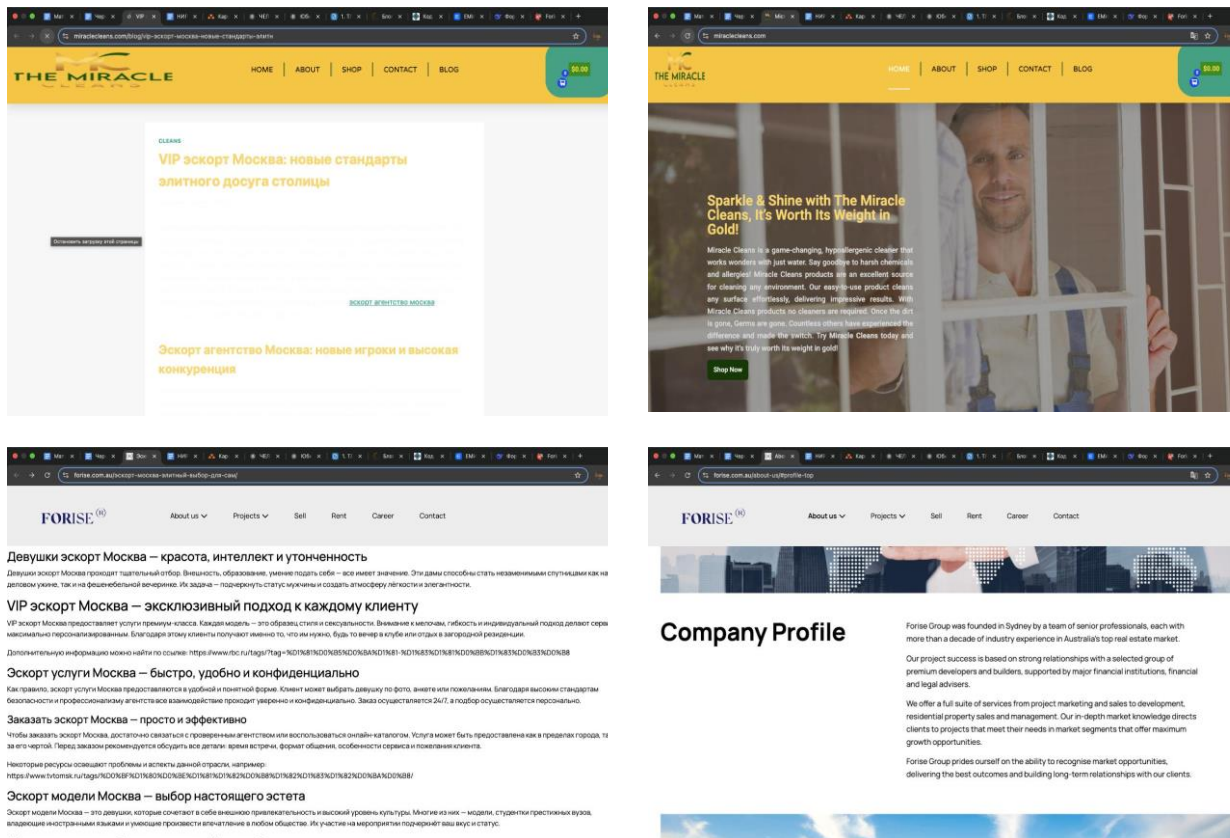


Рис. 1. Примеры рекламных объявлений в форме текста на сторонних сайтах

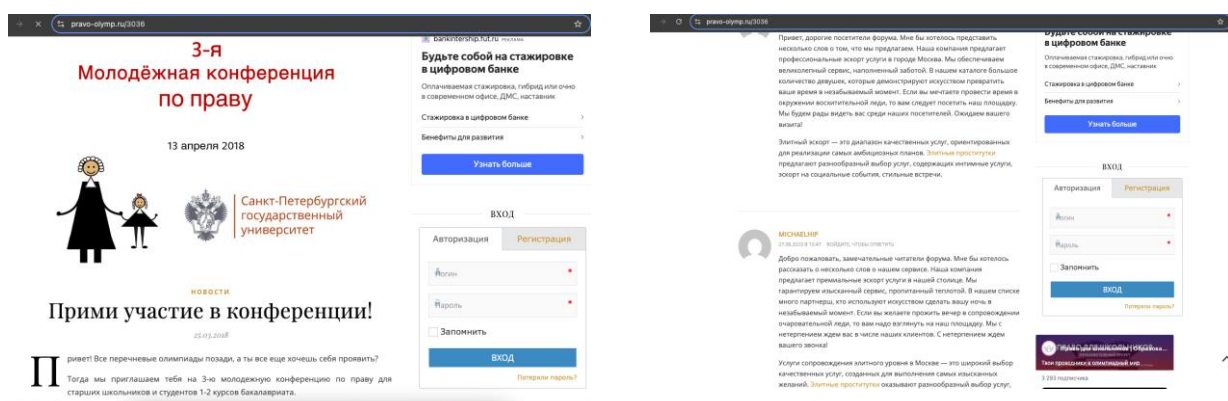


Рис. 2. Примеры рекламных объявлений в форме комментариев на сторонних сайтах

К отдельному виду рекламных объявлений относится ведение социальных сетей эскорт-агентством в виде постов, ориентированных на потенциальных сотрудников: «почему эскорт это не деградация, а развитие», «самые необычные подарки, которые девушки получали от клиентов (и мы тут тихо завидуем)», «Какие ошибки делают

новички в сфере эскорта и как их избежать», «5 ошибок, из-за которых девушки не зарабатывают». В этих постах заметна тенденция к дестигматизации – негативные коннотации, привычно ассоциируемые с проституцией, интимными услугами, снимаются. Представленная деятельность осмысливается в категориях социально приемлемых способов заработка (в постах описываются график, обязанности, доход, профессиональные риски, преимущества такой работы). Сам акт дестигматизации никак не маркируется в тексте, он служит предпосылкой для развертывания основного тезиса («как стать эскортницей»), создавая ощущение естественности предлагаемой модели восприятия сексуальных услуг как обыкновенной рабочей занятости.

В большинстве рекламных объявлений сексуальных услуг письменное сообщение комбинируется с фотографиями и эмоджи, восполняющими/дополняющими текстовую информацию. Другими словами, объявление интимного характера чаще всего является семиотически многослойным объектом, креолизованным текстом, содержание которого кодируется в разных знаках – вербальных и изобразительных [Чернявская 2009: 87], образует «структурное, смысловое и функциональное целое, обеспечивающее его комплексное, прагматическое воздействие на адресата» [Анисимова 1992: 73], содержит элементы маскировки противоправного содержания.

Заключение

Отсутствие нормативного определения сексуальных услуг в законодательстве Российской Федерации позволяет закрытым дискурсивным группам рекламировать специальные услуги с помощью маскировки сообщений, содержание которых не выражено явно, но интуитивно угадывается потенциальным клиентом.

Объявления интимного характера предполагают коммерческий характер услуг и их тематическую соотнесенность с данной сферой. В зависимости от характера адресата и адресанта можно выделить клиентоориентированные и рекрутинговые объявления, место локализации которых конституирует их формальное и семантическое наполнение, предопределяет типовые свойства сообщения.

В интернет-дискурсе рекламные объявления интимного характера представлены (1) анкетами девушек, выступающих от лица компании или индивидуально; (2) описанием услуг массажных салонов / бань или категорий услуг при выборе «сопровождения» на сайтах эскорт-агентств; (3) открытыми вакансиями, обозначенными как «вакансии для девушек», «моделей», обещающими высокий заработок.

Основными способами коммуникативно-семиотической маскировки объявлений являются легевфемизация сообщений (смягчение или подмена понятий с целью минимизации правового риска) и семантическое свертывание значения за счет использования других семиотических кодов – фотографий и эмоджи, восполняющих или дополняющих содержание сообщения, что позволяет отнести рекламные объявления подобного характера к сложным, креолизованным текстам.

Литература

- Анисимова Е. Е. Паралингвистика и текст (к проблеме креолизованных и гибридных текстов) / Вопросы языкознания. – 1992. – №1. – С. 71–78.
- Афанасьев М. В., Петрова В. С. Уголовно-правовое противодействие эскорт-услугам: проблематика применения уголовного кодекса Российской Федерации / Вестник права. – 2024. – №1. – С. 4–9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ugolovno-pravovoe-protivodeystvie-eskort-uslugam-problematika-primeneniya-sovremennogo-ugolovnogo-kodeksa-rossiyskoy-federatsii>
- Баранов А. Н. Слово и жест в лингвистических экспертизах по делам о взятках: к семантике и прагматике "закрытых" дискурсов / Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. – 2020. – №1. – С. 64–76 URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/slovo-i-zhest-v-lingvisticheskikh-ekspertizah-po-delam-o-vzyatkah-k-semantike-i-pragmatike-zakrytyh-diskursov>
- Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика: учебное пособие / 4-е изд. М., 2012.
- Галышина Е. И. Криминалистические проблемы дешифровки криптолической речи в интернет-коммуникации / Криминалистические проблемы эффективности борьбы с преступностью и иными правонарушениями среди молодежи. Уфа, 2019. С. 44–48. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37634788>
- Дайлоф Е. Л. О терминологическом смысле понятия «маскировка» в контексте судебной лингвистической экспертизы / Юрислингвистика. – 2019. – 11. – С. 24–28 URL: <https://legallinguistics.ru/article/view/%282019%291105/4201>
- Дегтярёва А. Р., Осадчий М. А. Легевфемизм как тактика ухода от правовых рисков в новостных интернет-изданиях / Вестник КемГУ. – 2012. – № 4(52), Т. 3. – С. 159–162. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/legev-femizm-kak-taktika-uhoda-ot-pravovyh-riskov-v-novostnyh-internet-izdaniyah>
- Джалыков Д. А. Правовое регулирование эскорт-услуг и проституции / Право и управление. – 2023. – №2. – С. 230–235. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoe-regulirovanie-eskort-uslug-i-prostitutsii>
- Зайцева О. В., Катышев П. А. Порноместь: к проблеме лингвистического анализа материалов порнографического содержания / Юрислингвистика. – 2023. – №30 (41). – С. 71–77. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pornomest-k-probleme-lingvisticheskogo-analiza-materialov-pornograficheskogo-soderzhaniya/>
- Корнилова И. Г. Дискуссионные вопросы теоретико-методологического обоснования исследования информации порнографического характера / Научный портал МВД России. – 2020. – №1 (49). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/diskussionnye-voprosy-teoretiko-metodologicheskogo-obosnovaniya-issledovaniya-informatsii-pornograficheskogo-haraktera>.

Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Учебное пособие. М., 2009.

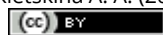
References

- Afanashev, M. V., Petrova, V. S. (2024). Criminal law counteraction to escort services: problems of application of the modern criminal code of the Russian Federation. *Bulletin of law*, 1, 4-9. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/ugolovno-pravovoe-protivodeystvie-eskort-uslugam-problematika-primeneniya-sovremennogo-ugolovnogo-kodeksa-rossiyskoy-federatsii> (in Russian).
- Anisimova, E. E. (1992). Paralinguistics and text. The problem of creolized and hybrid texts. *Topics in the study of language*, 1, 71-78 (in Russian).
- Baranov, A. N. (2012). Linguistic expertise of the text: Theory and practice. A Study Guide. 4th ed. Moscow (in Russian).
- Baranov, A. N. (2020). Speech and Gesture in Forensic Linguistics in Bribery Case: Towards Semantics and Pragmatics of "Closed" Discourses. *Science Journal of Volgograd State University. Linguistics*, 1, 64-76. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/slovo-i-zhest-v-lingvisticheskikh-ekspertizah-po-dela-o-vzyatkah-k-semantike-i-pragmatike-zakrytykh-diskursov> (in Russian).
- Chernyavskaya, V. E. (2009). Linguistics of Text: Polycode, Intertextuality, Interdiscursivity. A Study Guide. Moscow (in Russian).
- Dailov, E. L. (2019). "Disguise" meaning in forensic linguistic expertise. *Legal Linguistics*, 11, 24-28 (in Russian).
- Degtyareva, A. R., Osadchii, M. A. (2012). Legeuphemisms as a tactics of legal risk avoidance in news internet media. *Bulletin of Kemerovo State University*, 4 (52), 3, 159-162. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/legevfemizm-kak-taktika-uhoda-ot-pravovykh-riskov-v-novostnykh-internet-izdaniyakh/viewer> (in Russian).
- Dzhalykov, D. A. (2023). Legal regulation of escort services and prostitution. *Law and Management*, 2, 230-235. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoe-regulirovanie-eskort-uslug-i-prostitutsii/viewer> (in Russian).
- Galyashina, E. I. (2019). Forensic Problems of Deciphering Creptolalic Speech in Internet Communication. *Forensic Problems of the Effectiveness of Combating Crime and Other Offences among Youth*. Ufa, 44-48. Available from: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37634788> (in Russian).
- Kornilova, I. G. (2020). Controversial issues of theoretical-methodological justification of research information of a pornographic nature. *Scientific portal of the Russia Ministry of the Interior*, 1, 79-85. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/diskussionnye-voprosy-teoretiko-metodologicheskogo-obosnovaniya-issledovaniya-informatsii-pornograficheskogo-haraktera> (in Russian).
- Zaytseva, O. V., Katyshev, P. A. (2023). Revenge Porn: On the Problem of Linguistic Analysis of Pornographic Content. *Legal Linguistics*, 30, 71-77. Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/pornomest-k-probleme-lingvisticheskogo-analiza-materialov-pornograficheskogo-soderzhaniya/viewer> (in Russian).

Citation:

Клёцкина А. А. Коммуникативно-семиотические механизмы маскировки содержания в рекламных объявлениях // Юрислингвистика. – 2026 – 41. – С. 84-90.

Kletschina A. A. (2026) Communicative and Semiotic Mechanisms of Content Masking in Advertisements. *Legal Linguistics*, 41, 84-90.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0. License