

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ АВТОРА В ТЕКСТЕ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ СТАТЬИ ПРАВОВОЙ ТЕМАТИКИ

(НА МАТЕРИАЛЕ СТАТЬИ Н. КОЛОКОЛОВА

«БЕРЕГИТЕ КАРМАНЫ, СУМКИ, ЧЕМОДАНЫ...»)

Ю.О. Соловьева

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

Аннотация: В статье анализируются типичные средства реализации личностного дейксиса популяризатора-ученого как агента популярно-юридического дискурса, а также приемы, которые используются им для конструирования своего образа. Популярно-юридический дискурс рассматривается как разновидность научно-популярного дискурса, что наделяет его тексты рядом характеристик, присущих научной коммуникации. Автор текста популярно-юридического дискурса в жанре «обзор» обезличен, но демонстрирует большую свободу и вариативность актуализации своей позиции в связи с менее жесткими стилистическими рамками научно-популярного дискурса. Сочетание стратегий научного и медийного дискурсов в тексте научно-популярной статьи правовой тематики позволяет автору демонстрировать высокую компетентность и профессионализм в своей области (юриспруденции) и одновременно устанавливать личный контакт с адресатом, который необходим для передачи ему специальных знаний. Включение в текст нарратива, аллюзий к прецедентным судебным делам и известным преступникам, а также использование разнообразных стилистических приемов позволяют автору увлечь адресата, заложить в нем интерес к правовым знаниям в перспективе. Концепты, вербализируемые автором научно-популярной статьи правовой тематики, актуальны для юридического дискурса.

Ключевые слова: популярно-юридический дискурс; самопрезентация; я-позиция автора; личностный дейксис; популяризатор; популяризация; вторичная категоризация/концептуализация; нарратив; вербальные репрезентанты концепта

Для цитирования: Соловьева Ю.О. Самопрезентация автора в тексте научно-популярной статьи правовой тематики (на материале статьи Н. Колоколова «Берегите карманы, сумки, чемоданы...») // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2022. № 3. С. 130–139.

**AUTHORIAL SELF-PRESENTATION IN THE TEXT
OF A POPULAR SCIENCE LAW RELATED ARTICLE
(BASED ON THE ARTICLE “TAKE CARE OF POCKETS, BAGS,
SUITCASES...” BY N. KOLOKOLOV)**

Yulia O. Solovyeva

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

Abstract: The article deals with the typical means of personal deixis encoded in the texts of popular legal discourse, as well as the techniques that a scientist as a popularizer uses to construct his image. Popular legal discourse is viewed as a kind of popular science discourse with a number of distinctive features inherent in scientific communication. The authorial position in the text under analysis is impersonal, which is typical of scientific discourse, but the popularizer demonstrates greater freedom and variability of expression due to the less rigid stylistic framework of the popular science discourse. The combination of certain strategies of scientific and media discourses employed by the author, enables him to manifest high competence and professionalism in his field and at the same time establish some personal contact and convey the necessary legal knowledge to the audience of non-specialists. Personal narrative, including subjective assessment of the events described, allusions to precedent court cases and known criminals, as well as the use of various stylistic devices, are powerful and efficient means to achieve various purposes and goals, namely, encouraging interest in legal knowledge in the future. The concepts verbalized by the author of a law-related popular science article are relevant for legal discourse.

Key words: popular legal discourse; self-presentation; authorial position; personal deixis; popularizer; popularization; secondary categorization/conceptualization; personal narrative; verbal representation of a concept

For citation: Solovyeva Yu.O. (2022) Authorial self-presentation in the text of a popular science law related article (based on the article “Take care of pockets, bags, suitcases...” by N. Kolokolov). *Moscow State University Bulletin. Series 19. Linguistics and Intercultural Communication*, no. 3, pp. 130–139. (In Russ.)

Самопрезентация субъекта в том или ином типе дискурса находится в фокусе внимания современных исследователей (Баженова, 2008; Болсуновская, 2015; Дьякова, 2011; Карасик, 2009; Котюрова, 2008; Лассан, 1998; Олянич, 2007 и др.), так как правильно выбранные презентационные стратегии позволяют воздействовать на знания и отношения адресата в нужном для адресанта направлении. По мнению А.В. Олянича, в любом дискурсе коммуникативные стратегии сводятся к презентации (включая самопрезентацию) с элементами манипуляции и конвенции [Олянич, 2011]. Под само-

презентацией мы, вслед за В.И. Карасиком, понимаем конструирование имиджа или запоминающегося образа субъекта/адресанта [Карасик, 2015: 33]. Цель данной статьи – рассмотреть типичные средства реализации личностного дейксиса популяризатора-ученого, а также приемы, которые используются им для создания своего образа в коммуникативном пространстве научно-популярной статьи правовой тематики.

Популярно-юридический дискурс можно рассматривать как разновидность научно-популярного дискурса и с учетом предметной (тематической) области знания классифицировать его как научно-популярный юридический дискурс. Основными целевыми установками агентов рассматриваемого дискурса (популяризаторов) являются правовое просвещение широкой аудитории неспециалистов и привлечение ее внимания к вопросам права. Будучи дискурсом гибридного типа, популярно-юридический дискурс характеризуется междискурсивным взаимодействием на разных уровнях, что отражается, в частности, в его конститутивных признаках. Так, тип личности популяризатора в вышеупомянутом дискурсе варьируется в зависимости от хронотопа и цели общения. В качестве его агентов могут выступать:

- 1) носители специальных знаний (профессиональные юристы-практики, ученые-юристы/правоведы);
- 2) журналисты, специализирующимися на юридической тематике;
- 3) организаторы мероприятий по популяризации закона (преподаватели, сотрудники местных органов просвещения и др.).

Принадлежность агентов популярно-юридического дискурса к разным общественным институтам является доказательством смешения, проявляющегося не только на уровне языковых единиц, но и на уровне ключевых компонентов [Соловьева, 2021: 139]. Особый интерес в данной связи представляет рассмотрение я-позиции автора в текстах популярно-юридического дискурса, которая характеризуется сочетанием коммуникативных стратегий научного и медийного дискурсов со стратегиями популяризации. Под популяризацией мы понимаем фиксацию и передачу правовых знаний неспециалистам, в процессе которой специальные тексты правовой тематики подвергаются вторичной категоризации и концептуализации и, как следствие, адаптации (симплификации, денотатной экспликации и амплификации) [Первухина, 2013; Соловьева, 2021].

В данной статье мы рассмотрим особенности самопрезентации в тексте, автором которого является ученый — носитель специальных знаний. В его задачи как популяризатора входит не только передача необходимой правовой информации, но и формирование устойчивого интереса к вопросам права. В качестве материала ис-

следования послужила статья «Берегите карманы, сумки, чемоданы...» доктора юридических наук Н. Колоколова, опубликованная в научно-популярном журнале общественно-политической и правовой направленности «Человек и закон», который на протяжении десятилетий занимается формированием правовой культуры граждан нашей страны. Публикация представляет собой обзор практики применения норм уголовного права за совершение карманной кражи.

В первую очередь автор организывает общение с адресатом, привлекая и удерживая его внимание императивной формулировкой заголовка статьи («Берегите карманы, сумки, чемоданы...»), апеллирующего к личному опыту читателей. В рамках информационно-интерпретационной стратегии популярного дискурса автор прибегает к тактике разъяснения, вводя ключевое для понимания статьи понятие из сферы уголовного права — «карманный вор»:

«Вор-карманник», «карманный вор», или просто «карманник» — преступник, специализирующийся на кражах из карманов, сумок, портфелей [Колоколов, 2016: 39].

Как мы видим, автор актуализирует весь синонимический ряд рассматриваемого понятия («карманный вор», «вор-карманник», «карманник»), а вторичная категоризация осуществляется посредством отнесения разъясняемого понятия к более общей категории («преступник»). Автором используется понятийный способ вторичной концептуализации информации: «преступник, специализирующийся на кражах из карманов, сумок, портфелей».

Вербальными индикаторами профессиональной принадлежности популяризатора, манифестирующими высокую компетентность автора в своей области научного знания, выступают лексемы и словосочетания из сферы права: *наступление ответственности, введение в гражданский оборот, оперативное задержание, тайное хищение, потерпевшие, возмещение вреда, возбуждение уголовного дела, пойманный с поличным, сотрудники уголовного розыска, нижний порог стоимости имущества, диспозиция нормы, преступления против совместной и личной собственности, лишение свободы, движение по делу, квалификация содеянного, прямой умысел, изъятие чужого имущества, проникновение в места хранения, институт соучастия, члены специальной организованной преступной группы, квалифицировать действия, судебная практика, назначено суровое наказание.* Помимо специальной юридической лексики текст статьи содержит 13 ссылок на релевантные законодательные акты (п. «г» ч. 2 ст. 158 УК РФ, КоАП РФ, ст. 33 УК РФ и т.д.), а также аллюзии к прецедентным именам/прозвищам преступников и резонансным делам («Черемуха», дело Бабаева).

Таковая вскоре появилась как в КоАП РФ, так и в УК РФ. Теперь действует правило: если кража денег или имущества на сумму до 1000 руб. совершена, например, из кармана, сумки пассажира, то виновному уже грозит наказание до пяти лет лишения свободы с ее ограничением до одного года (п. «г» ч. 2 ст. 158 УК РФ) [Колоколов, 2016: 41].

Помню, в далекие советские времена в женской колонии (Молдавская ССР, п. Русска) появилась дама, которую прозвали «Черемуха». Срок, и немалый, профессиональная карманница «заработала» за хищение кошелька, за ветхостью не имеющего потребительской ценности, в котором кроме текста песни «Черемуха», отпечатанного типографским способом и оцененного государством в 8 копеек, ничего другого не было [Колоколов, 2016: 41].

Одновременно с профессиональным лексиконом автор демонстрирует знание воровского жаргона: «щипач», «трясун», «обнимала», «съемицик», «марвихер», «писальщик», «хирург», «ширмач», «барсеточник», «тихарь». Однако, в отличие от узкоспециальных юридических терминов, которые вводятся автором без каких-либо пояснений и комментариев, что предполагает соответствующую пресуппозицию читателя, значение лексем уголовного жаргона, за исключением вошедших в современный языковой узус («снять» в значении «украсть», «очищать» (карманы) и т.д.), раскрывается в тексте, в том числе посредством наглядных примеров:

В данном случае речь идет о ворах-«щипачах», их основное оружие — ловкость рук, «работают» они незаметно для потерпевших. Их противоположность — «трясуны», «обнималы», которые «обчищают» карманы жертвы в результате молниеносного контакта с ней. «Съемицики» похищают наручные часы, «марвихеры» (специалисты) орудуют в гостиницах, «писальщики» и «хирурги» до вожделенного кошелька добираются через разрез в одежде или сумке. Есть еще и «ширмачи», которые от потерпевшего прячутся за газеткой, картой города... [Колоколов, 2016: 40]

Самостоятельный вопрос — «барсеточники». Машины замерли у светофора, преступник, пассажир, сидящий в машине слева, спрашивает у водителя дорогу, его сообщник тихонько открывает правую (переднюю, заднюю) дверь и похищает барсетку, небрежно брошенную на правое (заднее) сиденье [Колоколов, 2016: 43].

Помимо юридической лексики, которая доминирует в тексте статьи, Н. Колоколов употребляет общенаучную лексику и конструкции, типичные для научного стиля изложения:

Следующая причина высочайшего уровня латентности анализируемых преступлений... [Колоколов, 2016: 39]

Для того, чтобы уяснить, что конкретно следует понимать под предлогом «при», исследуем лишь некоторые из следующих ситуаций... [Колоколов, 2016: 43]

Подобные вопросы можно задавать еще долго, ибо следует признать, что такой феномен как «карманная кража» на концептуальном уровне теоретиками уголовного права не изучен [Колоколов, 2016: 43].

Необходимо отметить такие особенности самопрезентации автора в анализируемой статье, как использование вводных конструкций, определенно-личных и безличных предложений, также характерных для научной коммуникации. Вводные слова позволяют автору структурировать повествование, подводить некоторые промежуточные итоги и обозначить свою позицию по проблеме. Безличные предложения с глагольным сказуемым в значении возможности/необходимости/долженствования также выполняют функцию выражения авторской позиции без указания на действующее лицо (себя). Определенно-личные предложения служат вовлечению читателя в размышления нарратора, что позволяет ему удерживать интерес адресата к повествованию. Приведем примеры таких предложений.

Как видим, термины «карманная кража» и «карманный вор» в реальной жизни трактуются весьма широко, и порой раскрываются они лишь посредством воровского жаргона [Колоколов, 2016: 40].

Не будем отрицать, десятки тысяч «карманных краж» ежегодно все же регистрируются [Колоколов, 2016: 40].

Сразу подчеркнем, что кара уголовная помогает мало, более того «карманный вор» — призвание [Колоколов, 2016: 41].

При этом следует обратить внимание, что нижний порог стоимости имущества, похищенного у граждан, отсутствовал [Колоколов, 2016: 40].

Подобные вопросы можно задавать еще долго, ибо следует признать, что такой феномен, как «карманная кража» на концептуальном уровне теоретиками уголовного права не изучен [Колоколов, 2016: 43].

Умножив данную цифру на 75, получим реальное число карманных краж [Колоколов, 2016: 39].

Считаем важным упомянуть, что подобные способы выражения я-позиции автора характерны для научного дискурса, который относится к дискурсам безличного типа. В данном случае мы опираемся на классификацию дискурсов М.П. Котюровой и Е.А. Баженовой, которые, основываясь на критерии «номинация говорящего в тексте», делят все дискурсы на два типа: личные и безличные. По мнению ученых, в безличных дискурсах субъект завуалирован, что

отражается в использовании безличных конструкций (*думается, представляется*), а также в выражении говорящим себя через местоимение «мы» или существительные, указывающие на некое третье лицо (*автор, соискатель*) [Котюрова, 2008: 98].

Л.М. Болсуновская и Д.С. Найдина относят подобную стратегию демонстрации равенства участников научного общения (использование личного местоимения 1-го л. мн. числа «мы» вместо местоимения 1-го л. ед. числа «я» и ссылок на третьи лица) к одной из характеристик научного дискурса [Болсуновская, Найдина, 2015: 3413]. Э. Лассан в данной связи полагает, что подобной традицией организации субъективности, подчеркивающей, что исследование какого-либо вопроса занимается целый коллектив специалистов в смежной области, а не единичные ученые, отечественная наука обязана советской науке, что отличает ее от традиций западных коллег, которые регулярно используют местоимение «я» [Лассан, 1998: 7].

Поскольку научно-популярный юридический дискурс, как мы не раз указывали, является дискурсом гибридного типа, он заимствует у научного дискурса вышеупомянутую безличность я-позиции автора, но в отличие от данного дискурса характеризуется большей степенью инклюзии автора в повествование, проявляющейся в использовании: 1) нарратива, выражающего оценку событий и отражающего личный опыт автора; 2) глаголов и наречий, вербализирующих рефлексии автора; 3) разнообразных стилистических приемов, усиливающих воздействие на адресата. Л.С. Тихомирова и С.Е. Овсянникова в данной связи отмечают, что ученый осуществляет самопрезентацию и создает о себе определенное впечатление, в том числе через собственную оценку явлений и событий, представляя в желаемом свете свои идеи и концепции [Тихомирова, Овсянникова, 2015: 192]. А.А. Дьякова, в свою очередь, связывает большую вариативность актуализации позиции автора с менее жесткими стилистическими рамками научно-популярного дискурса, в котором автор чувствует себя свободнее в способах выражения собственной позиции [Дьякова, 2011: 84].

Помню, в далекие советские времена в женской колонии (Молдавская ССР, п. Русска) появилась дама, которую прозвали «Черемуха» [Колоколов, 2016: 41].

Помнится, во времена моей работы в органах внутренних дел Молдавской ССР... [Колоколов, 2016: 40]

Дальнейшее движение по делу очевидно, рано или поздно (если уложатся в годичный срок) Бабаев, возможно, будет осужден по п. «г» ч. 2 ст. 158 УК РФ... [Колоколов, 2016: 43].

Однако пока палач вершил акт возмездия над карманником-неудачником, другие его более удачливые коллеги «очищали» карманы зевак и сумочки их спутниц [Колоколов, 2016: 40].

Еще одной важной особенностью самопозиционирования автора статьи, на наш взгляд, является выбор концептов для вербализации. Выявленные в статье концепты эксплицируют ценности юридического дискурса и профессионального сообщества, к которому принадлежит популяризатор. Общим когнитивным признаком вербальных репрезентантов этих концептов служит выражение смысла «нарушение закона». Ядерно-когнитивными признаками ключевого для статьи концепта «кража» выступают: 1) тайное хищение личной собственности; 2) преступление. К ближней периферии относятся лексемы «воровство», «вор», «карманник», «вор-карманник», «карманный вор», «преступник», «злоумышленник», многократно упоминаемые автором в тексте статьи. Номинативное поле концепта «кража» представлено также глагольными парадигмами («похитить», «украсть», «поймать с поличным», «очищать» (карманы), «работать» (*перен.* — «воровать»), «обчищать») и целыми фрагментами текста (дело «Черемухи»).

Подводя некоторые итоги проведенного исследования, считаем возможным сделать следующие выводы. Автор текста популярно-юридического дискурса в жанре «обзор» обезличен, что характерно для субъекта научной коммуникации. Комбинация стратегий научного и медийного дискурсов в тексте научно-популярной статьи правовой тематики дает возможность автору (агенту популярно-юридического дискурса) манифестировать высокую профессиональную компетентность и одновременно поддерживать личный контакт с адресатом через собственную оценку явлений и событий. Включение авторского нарратива в текст научно-популярной статьи позволяет увлечь адресата, заложить интерес к правовым вопросам в перспективе, что и является конечной целью популярно-юридического дискурса. Концепты, вербализируемые в статье, специфичны для русскоязычного юридического дискурса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Болсуновская Л.М., Найдина Д.С. Способы выражения позиции автора в научном и научно-популярном дискурсах // *Фундаментальные исследования*. 2015. № 2–15. С. 3413–3416.
2. Дьякова А. А. Основные характеристики функциональных типов текстов юридического дискурса, адаптированных к условиям медийного дискурса // *Lingua mobilis*. 2011. № 6 (32). С. 79–86.
3. Карасик В. И. Самопрезентация в рекламном дискурсе // *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2015. № 4. С. 32–43.

4. Колоколов Н. Берегите карманы, сумки, чемоданы... // Человек и закон. 2016. № 1. С. 39–45.
5. Котюрова М.П., Баженова Е.А. Культура научной речи: текст и его редактирование: Учебное пособие. М., 2008. С. 98.
6. Лассан Э. Субъект дискурса как организующая структура текста // Текст как объект многоаспектного исследования: Науч.-метод. семинар "TEXTUS": сб. ст. 1998. № 3, ч. 1. С. 7.
7. Олянич А.В. Рекламный дискурс и его конститутивные признаки // Рекламный дискурс и рекламный текст: Колл. монография. М., 2011. С. 10–38.
8. Первухина С.В. Виды пресуппозиций в адаптированном тексте // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 6 (24), ч. 1. С. 165–168.
9. Соловьева Ю.О. Особенности адаптации текстов популярно-юридического дискурса // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2021. № 10 (163). С. 190–196.
10. Соловьева Ю.О. Жанрово-стилистические особенности постов правовой тематики // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2021. № 3. С. 133–142.
11. Тихомирова Л.С., Овсянникова С.Е. Самопрезентация автора в научном тексте: интенциональный подход к ее изучению // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2015. № 2 (44), ч. 2. С. 191–195.

REFERENCES

1. Bolsunovskaya L.M., Naidina D.S. 2015. Sposoby vyrazheniya pozitsii avtora v nauchnom i nauchno-populyarnom diskursakh [Means of Expressing the Author's Position in Scientific and Popular Scientific Discourses]. *Fundamental research*, no. 2–15, pp. 3413–3416. (In Russ.)
2. D'yakova A.A. 2011. Osnovnye kharakteristiki funktsional'nykh tipov tekstov yuridicheskogo diskursa, adaptirovannykh k usloviyam mediinogo diskursa [Basic Characteristics of Functional Types of Judicial Texts Adopted to the Conditions of Media Discourse]. *Lingua mobilis*. no. 6 (32), pp. 79–86. (In Russ.)
3. Karasik V.I. 2015. Samoprezentatsiya v reklamnom diskurse [Self-Presentation in Advertising Discourse]. *Aktual'nye problemy filologii i pedagogicheskoi lingvistiki*, no. 4, pp. 32–43. (In Russ.)
4. Kolokolov N. 2016. Bereгите karmany, sumki, chomodany... [Take care of pockets, bags, suitcases...]. *Chelovek i zakon*, no. 1, pp. 39–45. (In Russ.)
5. Kotyurova M.P., Bazhenova E.A. 2008. *Kul'tura nauchnoi rechi: tekst i ego redaktirovanie: uchebnoe posobie* [The Culture of Scientific Speech: Text and its Editing]. Moscow, "Flinta: Nauka". (In Russ.)
6. Lissan Eh. 1998. Sub'ekt diskursa kak organizuyushchaya struktura teksta [The Subject of Discourse as an Organizing Structure of the Text]. *TEXTUS*, no. 3, p. 7. (In Russ.)
7. Olyanich A.V. 2011. *Reklamnyi diskurs i ego konstitutivnye priznaki* [Advertising Discourse and its Constitutive Features]. Moscow, "Flinta: Nauka". (In Russ.)
8. Pervukhina S.V. 2013. Vidy presuppozitsii v adaptirovannom tekste [Presuppositions in Adapted Text]. *Philological Sciences. Questions of theory and practice*, no. 6 (24), p. 1, pp. 165–168. (In Russ.)
9. Solovyeva Y.O. 2021. Osobennosti adaptatsii tekstov populyarno-yuridicheskogo diskursa [Peculiarities of Adaptation of the Texts of Popular Legal Discourse]. *Izvestia of the Volgograd State Pedagogical University*, no. 10 (163), pp. 190–196. (In Russ.)

10. Solovyeva Y.O. 2021. Zhanrovo-stilisticheskie osobennosti postov pravovoi tematiki [Genre and Stylistic Features of Law-Related Posts]. *Moscow State University Bulletin. Series 19: Linguistics and Intercultural Communication*, no. 3, pp. 133–142. (In Russ.)
11. Tikhomirova L.S., Ovsyannikova S.E. 2015. Samoprezentatsiya avtora v nauchnom tekste: intentsional'nyi podkhod k ee izucheniyu [Self-presentation of the Author in a Scientific Text: an Intentional Approach to its Study]. *Philological Sciences. Questions of theory and practice*, no. 2 (44), p. 2, pp. 191–195. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 16.02.2022;
одобрена после рецензирования 28.02.2022;
принята к публикации 18.05.2022

The article was submitted 16.02.2022;
approved after reviewing 28.02.2022;
accepted for publication 18.05.2022

ОБ АВТОРЕ

Соловьёва 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

ABOUT THE AUTHOR

Yuliya O. Solovyeva — PhD in Philology, Associate Professor, Department of Linguistics, Translation and Intercultural Communication, Faculty of Foreign Languages and Area Studies, Lomonosov Moscow State University; solovieva-julia2009@yandex.ru