

*Монастирська Л. В.,**доцент кафедри філології, перекладу та мовної комунікації  
Національної академії Національної гвардії України**Павлова О. О.,**доцент кафедри філології, перекладу та мовної комунікації  
Національної академії Національної гвардії України*

## ЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМУНІКАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ПЕРЕКОНАННЯ В ЮРИДИЧНОМУ ДИСКУРСІ

**Анотація.** У статті розглянуто комунікативні стратегії переконання в юридичному дискурсі, визначено лінгвістичні особливості їх реалізації, способи впливу на вибір комунікативних стратегій та тактик. На підставі аналізу художніх фільмів США виділено загальну модель стратегії переконання зі змішаним набором тактик.

**Ключові слова:** комунікативна стратегія, комунікативна тактика, комунікативна стратегія переконання, юридичний дискурс, промова-переконання.

**Постановка проблеми.** У сучасному світі існує велика кількість сфер суспільного життя, в яких володіння навичками ефективного спілкування й усвідомлене застосування прийомів комунікативного впливу є професійною нормою і значною мірою запорукою професійного успіху. Мова – міцна зброя впливу на учасників комунікації, ресурси якої дають змогу не просто описати певну ситуацію, але й передати необхідне комуніканту бачення світу, керувати його прийняттям ситуації і нав'язувати їй позитивну чи негативну оцінку.

Дослідження останніх років відрізняються певним інтересом до проблем функціонування мови в різних сферах професійної діяльності людини. Цей інтерес охоплює й сферу юрислінгвістики, до розгляду якої потрапляють комунікативні стратегії й тактики переконання. Протягом кількох десятиріч комунікативні стратегії переконання є об'єктом пильної уваги дослідників у таких сферах, як риторика, психологія, психолінгвістика, теорія комунікації тощо. Ця стаття присвячена дослідженню лінгвістичних особливостей реалізації комунікативних стратегій переконання в юридичному дискурсі, які реалізуються професійними учасниками судового засідання (а саме адвокатом та обвинувачем) під час судового процесу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Ознайомлення з теоретичними джерелами за темою дослідження засвідчило, що на тлі низки глибоко вивчених питань існують прогалини, які потребують осмислення й усебічного опису. Так, у працях Ю.М. Караулова, В.І. Карасика, С.А. Сухих [1; 2; 3] створено передумови для формування моделі аналізу комунікативної діяльності адвоката, а надбання в царині прагматичної лінгвістики, зокрема розроблення питання про комунікативні стратегії і тактики, подане в працях Н.Д. Артюнова, Т.А. ван Дейка, О.С. Іссерс [4; 5; 6], можуть бути використані у виборі напрямів дослідження стратегічного потенціалу комунікативної діяльності адвоката. Проте питання про комунікативну діяльність окремих професій вичерпно ще не з'ясоване, що свідчить про її актуальність.

**Метою статті** є виявлення лінгвістичних особливостей реалізації комунікативних стратегій переконання в юридичному дискурсі.

**Виклад основного матеріалу.** У лінгвістиці поняттєвий діапазон терміна «дискурс» досить широкий. У своїх лінгвістичних працях Т.А. ван Дейк [5, с. 185–190] подає дискурс як «розмиту» категорію. Інші вчені вказують на його полісемію, навіть вбачають омонімічні розходження окремих значень, оскільки ця категорія вживається в різних науках із різним значенням. Варто зазначити, що кожному виду дискурсу притаманні такі властивості, як наявність предмету обговорення; мова міркування залежить від сфери (філософська, наукова, юридична, політична, дипломатична тощо); наявність комунікативних стратегій переконання. Проблематика юридичного дискурсу неодноразово привертала до себе увагу дослідників із різних галузей знань. Зокрема, В.К. Бабаєв, Г.І. Манов, І.В. Хоменко детально описали типи логічних суджень властивих юридичному дискурсу, А.А. Волков, Д. Раз, О.Ю. Щербина звертаються до юридичного дискурсу у своїх дослідженнях, присвячених проблемам юридичної аргументації, а також отримав розвиток міждисциплінарний напрям – юрислінгвістика (Н.Д. Голєв, А.Н. Баранов, Є.І. Галяшина та ін.).

Розглянемо юридичний дискурс як комунікативну діяльність, спрямовану на регулювання соціальних відносин через стійку систему правових норм.

У провідних наукових течіях мовознавства поняття «юридичний дискурс» представляє інтелектуальну діяльність у сфері права з логічною структурою, яка може бути розгорнута таким чином: мета – метод – результат. Мета визначає чітку спрямованість розумово-мовленнєвої діяльності суб'єктів переконання, тобто те, заради чого вони ведуть юридичний дискурс – пошук істини, вирішення певних проблем, розв'язання спірних питань, досягнення консенсусу тощо. Методом є прийоми і способи, які використовують суб'єкти дискурсу для досягнення мети. Результатом юридичного дискурсу є, власне, досягнення мети або, навпаки, її недосягнення [2, с. 207].

Точне визначення мети переконання ще не означає її досягнення, оскільки для вирішення цього завдання треба використовувати ефективні комунікативні стратегії переконання.

Залежно від комунікативних цілей можна виділити такі види юридичного дискурсу: законодавчий, судовий, дискурс загального нагляду та контролю, слідчо-дознавальний, поліцейський, нотаріальний, правозахисний, тощо [2, с. 210].

У цій роботі прагнемо більш детально звернути увагу на судовий дискурс, який також є інституційним, і означає, що мов-

леннєва поведінка його учасників (адвоката, обвинувача, судді) зумовлена соціально прийнятими стереотипами, що склалися у процесі історичного розвитку конкретної країни [2, с. 207].

Поняття комунікативної стратегії й тактики в працях лінгвістів тлумачиться дещо по-різному [5; 6; 7], проте розбіжності не є принциповими і стосуються більше форми вираження думки, ніж її сутності. У цій статті поняття комунікативної стратегії інтерпретується як «комплекс мовленнєвих дій промовця, які спрямовані на досягнення комунікативних цілей» [3, с. 54]. Стратегія реалізується через комунікативні тактики, що являють собою одну чи кілька дій, які сприяють реалізації стратегії.

Комунікативна ситуація промови-переконання є обов'язковою складовою частиною судового дискурсу й одним із різновидів судової комунікації взагалі. Комунікативна ситуація суду являє собою мовленнєву взаємодію учасників судово-процесуальної діяльності, спрямовану на рішення правового конфлікту, який виник між двома сторонами. За кожним учасником судової комунікації закріплена соціальна роль – адвоката, прокурора, свідка, судді чи присяжного, яка визначає вибір стратегій і тактики в судовому дискурсі [8].

Глобальною комунікативною метою сторін захисту та звинувачення під час судового процесу є переконання присяжних у власній правоті та в неправоті опонента. Переконання як комунікативна стратегія є досить суттєвим компонентом мовленнєвого впливу. Його мета – «змінити, трансформувати, модифікувати «картину світу» комуніканта, яка являє собою лише частину об'єктивної картини ситуації, та являти собою знання, переконання, віру, емоційний та інтелектуальний стан комуніканта» [8]. Ефективність переконання, його успішність чи неуспішність відображаються у відповідній реакції опонента.

У результаті проведеного в цій роботі дослідження, матеріалом якого слугували художні кінофільми США, було виділено основні комунікативні стратегії переконання, які реалізуються в мовленні адвокатів із використанням низки комунікативних тактик.

Поширеною є тактика гумору, яка використовується, аби не «засушувати» свою промову, бесіда підтримується парадоксальними прикладами, веселими жартами, історіями, зокрема й з власного життя. Варто зазначити особливу ефективність цієї комунікативної тактики. Гарне почуття гумору, вміння до ладу навести жарт разом із невербальними елементами (пошмішкою, наприклад) дають змогу досягти успіху.

*Judge: Ms. Lindsay, let's get started.*

*Ms. Lindsay: Well, Your Honor, I'd first like to acknowledge defense counsel Merle Deavers. Never seen him in court before.*

*Judge: It is like seeing a dog drive a tractor.*

*Advocate: Uh, uh, well, uh, thanks. Uh and you know, for what it's worth, I had a Labrador that could steer a motorcycle. Now, he had a terrible sense of direction, but, uh, the ride was always fun.*

(The Bull)

Переклад:

*Суддя: Міс Ліндсі, давайте розпочинати.*

*Міс Ліндсі: Що ж, Ваша честь, спочатку хотіла б привітати адвоката захисту, не бачила його раніше у залі суду.*

*Суддя: Це ніби побачити собаку на мопеді.*

*Адвокат: Що ж, дякую. Ви знаєте, в мене є лабрадор, що може керувати мопедом. Керує він, звісно, не дуже, але це завжди дуже смішно.*

(«Булл»)

Не менш поширеною є тактика припущення, яка передбачає можливу пресупозицію розвитку каузованої дії. Ця тактика реалізується за допомогою розповідних, питальних умовних речень.

*Dr. Greyridge, what's wrong? I-I don't understand. Are you saying that even in the hands of a skilled technician, Atticus could miss? He could cut the wrong thing?*

(The Bull)

Переклад:

*Доктор Грейрідж, що трапилося? Я не розумію... Ви хочете сказати, що навіть у руках досвідченого фахівця апарат Atticus міг принестися помилки та відрізати щось не те?*

(«Булл»)

Особливим попитом користується тактика перепитування, що передбачає уточнення й підтвердження каузованої дії та представлена загальним і розділовим типами питального речення, до складу яких входять лексичні одиниці із семою «правильність» типу *“Is it correct? Is it right?”* тощо:

*Ms. Lindsay: Mr. Windemere, in the time since you were granted this patent, you've distributed only one version of a hemophilia drug, is that right?*

*Mr. Windemere: Research and development is a complicated and expensive process. When we make a choice, as a company, what matter is what does the most good for the most people.*

(Law&Order)

Переклад:

*Міс Ліндсі: Містер Віндемір, з моменту реєстрації патенту ви поширювали лише одну версію препарату? Це відповідає дійсності?*

*Містер Віндемір: Дослідження та розробка – це складний та коштовний процес. Коли ми робимо вибір як компанія, нам важливо, що буде кращим для більшості людей.*

(«Закон та порядок»)

Тактики оцінки, що є основним засобом впливу на присяжних, полягає в наданні адресантом суб'єктивної оцінки розуміння змісту каузованої дії. Таку тактику реалізують вибором лексичних одиниць із семою «оцінка» типу *it is “good/bad, it seems to me that...”* тощо:

*Advocate: For instance, when you say that Dr. Robeson rushed because he had another surgery waiting. Isn't it true that the waitlist for Dr. Robeson is months long, while yours is?*

*Dr. Talbertson: It's less.*

*Advocate: And why do you suppose that is? Could it be because the success rate for Dr. Robeson is near perfect, while yours is to borrow your own words less? More surgeries and a higher success rate. It seems to me that Dr. Robeson is more of an expert than you are.*

(The Bull)

Переклад:

*Адвокат: Наприклад, коли ви сказали, що лікар Робісон квапився через те, що його чекала інша операція, бо в нього записи на місяці вперед, в той час як у вас...?*

*Доктор Талтберсон: Менше операцій.*

*Адвокат: Чому, як ви гадаєте? Можє, тому що його показники близькі до ідеальних? У той час як ваші... Здається, лікар Робісон кращий лікар за вас...*

(«Булл»)

Тактики сумніву передає невпевненість в істинності пропозиції висловлювань і спрямована на отримання істинної інформації та розвіювання сумнівів. Така тактика досягається

заперечними реченнями типу *"I am not sure, I don't know whether..."* тощо.

Тактику цитування застосовує адресант, щоб показати свою обізнаність про зміст каузованої дії й отримати коментарі адресата щодо вказаного раніше. Тактика реалізується за допомогою розповідних речень із прямою та непрямою мовою;

*Murphy: It's time to come clean, Richard.*

*Richard: I didn't kill Layla.*

*Murphy: You dragged her dead body next to the garbage bin, you left her there like a piece of trash.*

*Richard: No, I didn't.*

*Advocate: Now, would you mind telling the court why you said that? Dragged like trash?*

(The Bull)

Переклад:

*М'юрфі: Саме час поговорити на чистоту, Річард*

*Річард: Я не вбивав Лейлу.*

*М'юрфі: Ти відтяг її тіло до сміттєвого баку та викинув немов сміття.*

*Річард: Це не правда.*

*Адвокат: Чи не могли б ви пояснити суду, чому сказали «відтягнув немов сміття»?*

(«Булл»)

Однією з важливих є тактика «провокація». На короткий час комунікант 2 викликає реакцію незгоди з інформацією, яка викладається комунікантом 1, щоб використати цей час для підготовки до конструктивних висновків, уточнення та чіткішого визначення позиції комуніканта 1:

*Advocate: I can't. I'm asking you. You cut up an innocent woman.*

*Dr. Robeson: I didn't cut her up. I performed an operation*

*Advocate: An operation she didn't ask for. Now she can't have kids.*

*Dr. Robeson: She couldn't have children before the surgery because of the fibroids.*

*Advocate: So that gives you permission to mangle a young woman's body?*

*Dr. Robeson: I didn't man. I saved her life.*

(The Bull)

Переклад:

*Адвокат: Я не можу. Я питаю у вас. Ви розрізали невинну жінку.*

*Робісон: Я її не розрізав. Я виконував операцію...*

*Адвокат:...про яку вона не просила! Тепер вона не може мати дітей.*

*Робісон: Вона не могла мати дітей до операції через міому.*

*Адвокат: І це дає вам право різати тіло молодої жінки?*

*Робісон: Я не різав... Я врятував її життя.*

(«Булл»)

Зміна теми – це тактика кооперативної чи конфліктної стратегії, що виникає на основі порушення максими (постулату) релевантності або відношення.

*Advocate: That all sounds very technical.*

*Dr. Robeson: Well, there are a dozen more decisions to be made every second after that. Decisions that call on every ounce of my education, my expertise, my judgment. Decisions that threaten life, alter life, save life. Decisions that none of you are qualified to make, none of you want to make.*

*Advocate: You make a lot of friends at Harvard?*

(The Bull)

Переклад:

*Адвокат: Звучить досить технічно.*

*Робісон: Я приймав десятки рішень кожної секунди. Це перевірка кожної краплі моєї освіти, навичок, уваги та суджень. Рішень, які загрожують життю, змінюють його, рятують його, рішень, які жоден із вас не захотів би приймати!*

*Адвокат: У Вас було багато друзів у Гарварді?*

(«Булл»)

**Висновки.** Проаналізувавши тексти юридичного дискурсу, можна дійти висновку, що тактика провокації використовується частіше з метою особистісної дискредитації опонента й зрідка – з метою професійної дискредитації опонента.

Отже, можна зробити висновок, що комунікативні стратегії переконання є невід'ємною частиною юридичного дискурсу. Сторона захисту має обирати стратегії залежно від того, яку функцію переслідує. Важливо пам'ятати, що будувати лінію захисту неможливо, спираючись на одну стратегію, їх треба змінювати залежно від ситуації. Кожна стратегія має свої переваги та недоліки, про які варто пам'ятати.

Перспективою дослідження проблеми вважаємо вивчення специфіки перекладу комунікативних стратегій і тактик переконання в судовому дискурсі.

#### Література:

1. Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность / Ю.Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 264 с.
2. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик; Науч.-исслед. лаб. «Аксиол. лингвистика». – М.: ГНОЗИС, 2004. – 389 с.
3. Сухих С.А. Прагматическое моделирование коммуникативного процесса / С.А. Сухих, В.В. Зеленская; М-во высш. и спец. образования Р.Ф. – Краснодар: Изд-во Куб. гос. ун-та, 1998. – 159 с.
4. Артюнова Н.Д. Язык и мир человека [монография] / Н.Д. Артюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
5. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – С. 154–172.
6. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Омск, 1999. – 284 с.
7. Мовна комунікація в діяльності сил охорони правопорядку. Теоретичні засади галузевої комунікації: Монографія / За редакцією докт. філолог. наук, проф. Л.М. Пелепейченко. – Х.: АБВ МВС України, 2009. – 272 с.
8. Монастырьова Л.В. Коммуникативні стратегії переконання, як одна з характеристик мовної особистості адвоката (на матеріалі художніх фільмів США) / Л.В. Монастырьова // Філологія. Соціальні комунікації. – Сімферополь: ТНУ, 2013. – Том 26 (65). – № 4, ч. 2 – С. 305–310.

**Монастырьова Л. В., Павлова О. А. Лингвистические особенности реализации коммуникативных стратегий убеждения в юридическом дискурсе.**

**Аннотация.** В статье рассмотрены коммуникативные стратегии убеждения в юридическом дискурсе, определены лингвистические особенности их реализации, способы влияния на выбор коммуникативных стратегий и тактик. На основе анализа художественных фильмов США выделена общая модель стратегии убеждения со смешанным набором тактик.

**Ключевые слова:** коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, коммуникативная стратегия убеждения, юридический дискурс, речь-убеждение.

**Monastyrova L., Pavlova O. Linguistic Specifics of Implementation of Communicative Strategies of Persuasion in Juristic Discourse**

**Summary.** The communicative strategies of persuasion in juristic discourse are reviewed; the linguistic specifics of their implementation, the influence on the choice of communicative

strategies and tactics are defined. On the basis of the analysis of the US movies, the general model of strategy of persuasion with mixed set of tactics is assigned.

**Key words:** communicative strategy, communicative tactic, communicative strategy of persuasion, juristic discourse, persuasive speech.