

УДК 811+81'322.6+316.462

Т. М. Корольова, В. Є. Швецова

## КАТЕГОРІЯ ПЕРЕКОНАННЯ В ЮРИДИЧНОМУ ДИСКУРСІ

*У роботі розглядаються особливості актуалізації категорії переконання в юриспруденції з точки зору комунікативної стилістики. Описано відмінності переконання від маніпуляції і навіювання. Розглянуто імпліцитні (метафори, окказіоналізми, евфемізми, переорієнтація цитат) і експліцитні (меліоративні або пейоративні номінації, ярлики, непрямі порівняння) форми передачі категорії переконання.*

**Ключові слова:** категорія переконання, юридичний дискурс, імпліцитні та експліцитні засоби, ієрархія дискурсотворчих категорій.

*В работе рассматриваются особенности актуализации категории убеждения в юриспруденции с позиций коммуникативной стилистики. Описаны отличия убеждения от манипуляции и внушения. Рассмотрены имплицитные (метафоры, окказионализмы, эвфемизмы, переинтерпретация цитат) и эксплицитные (мелиоративные или пейоративные номинации, ярлики, косвенные сравнения) формы передачи категории убеждения.*

**Ключевые слова:** категория убеждения, юридический дискурс, имплицитные и эксплицитные средства, иерархия дискурсообразующих категорий.

*The peculiarities of the category of persuasion embodiment in jurisprudence discourse are regarded from the communicative stylistics point of view. The features differentiating persuasion and manipulation as well as suggestion are described; the hierarchy of discourse-forming categories is set. Implicite (metaphors, occasionalisms, euphemisms, quotations misinterpretation) and explicite (meliorative or peyorative nominations, labels, indirect comparisons) forms of actualizing the category of persuasion are considered.*

**Key words:** category of persuasion, jurisprudence discourse, implicite and explicite facilities, hierarchy.

В роботі розглядається актуалізація категорії переконання як одна з дискурсотворчих категорій сфери юриспруденції з точки зору комунікативної стилістики, яка не тільки продовжує традиції функціо-

нальної стилістики, а й значною мірою трансформувала їх. З позицій комунікативної стилістики юридичний дискурс слід розглядати як одиницю цілеспрямованого соціального впливу, метою якого є виконання прагматичного завдання мовця — переконати аудиторію в правильності своєї думки. Саме категорія переконання є невід’ємною рисою юридичного дискурсу [1]. У даній роботі юридичний дискурс визначається як впливовий тип дискурсу. Юридичний дискурс — це впливовий тип дискурсу, який реалізує інтенцію переконання, а отже, надає потужний перлюкутивний ефект на свого адресата.

**Актуальність** даного дослідження визначається назрілою необхідністю виявити, описати і систематизувати категорію переконання як одну з інтенціональних дискурсотворчих категорій, властивих юриспруденції.

Категорія переконання, яка має інтенціональний імпліцитний характер впливу на реципієнтів, заснована на використанні ряду мовних механізмів, керуючих впливовою промовою. Особливе місце в даному випадку приділяється використанню мовцем технології маніпуляції свідомістю аудиторії. Саме тому вивчення механізмів актуалізації засобів переконання в мовній діяльності необхідне для формування мовної компетенції адресата, який зможе критично оцінити мовний відрізок і відрізнити об’єктивну інформацію від маніпулятивної.

**Мета** дослідження — виявити і описати парадигму категорії переконання як однієї з інтенціональних категорій юридичного дискурсу, яка певним чином впливає на свідомість адресата.

Поставлена мета обумовлює вирішення таких конкретних **завдань**:

- дати опис типів переконання в матеріалі дослідження;
- простежити основні прийоми імпліцитного і експліцитного переконання, що використовуються адресантом.

Як вище відзначалось, діяльнісний підхід до мови, який визначає напрямком комунікативної стилістики, дозволив розглядати дискурс не просто як вищий ярус мовної ієрархії, а й як мовну одиницю, що виявляє цілеспрямовану соціальну дію. Реалізація мовцем комунікативної стратегії переконання в юридичному дискурсі перетворює цю категорію в одну з основних, яка створює діалектичну парадигму дискурсу (оцінка ситуації, модально-емоційна складова мови, вибір відповідних мовних засобів). Слід підкреслити, що зазначена парадигма інтенціональних категорій юридичного дискурсу має нелінійний ха-

рактер. Всі категорії взаємодіють одна з одною, оскільки одночасно актуалізуються в єдиному дискурсі, реалізуючи таким чином авторську інтенцію глобального переконання в своїй правоті [2].

Для переконання адресата адресант використовує всі доступні мовні засоби, вдаючись не тільки до логічних аргументів, а й до прийомів маніпуляції. Саме тому юридичний дискурс являє собою складну ієрархічну структуру, в якій поєднуються два плани вираження лінгвістичних методів переконання: експліцитний — відкрите переконання, що впливає на розум адресата, та імпліцитний, підтекстовий, який справляє безпосередній вплив на підсвідомість адресата. Таким чином, юридичний дискурс відноситься до так званого персуазивного дискурсу, в якому тісно переплетені переконання, навіювання і маніпуляція.

Слід зазначити, що переконання, на відміну від інших засобів мовного впливу, залишає адресату можливість вибору: погоджуватися чи ні з авторською концепцією; маніпуляція — мовленнєвий вплив на адресата без усвідомлення ним цього впливу, тобто нав'язування автором за допомогою певних мовних прийомів власної точки зору як достовірної та єдино можливої. Переконання актуалізується в процесі комунікації за рахунок застосування логічних доказів, аргументації, в той час як маніпулювання носить імпліцитний характер і базується не на логічному, а на емоційному впливі, удаючись не стільки до аргументів, скільки до різних хитрощів.

В юридичному дискурсі відмежувати переконання від маніпуляції неможливо, оскільки структура мови, полісемантичність і поліфункціональність мовних засобів передбачають використання стратегій маніпулювання і переконання для актуалізації будь-якої семантичної одиниці. Саме тому в юридичному дискурсі прийоми відкритого переконання тісно переплітаються з маніпулятивними, що не експлікуються, але в значній мірі впливають на свідомість адресата. Таким чином юридичний дискурс можна віднести до впливового типу дискурсу, а саме до персуазивного дискурсу, в якому тісно переплетені переконання, навіювання, маніпуляція.

Вищезазначене пояснює ще одну особливість юридичного дискурсу: адресат повинен отримувати не дозовану, проінтерпретовану інформацію, а факти [3; 4]. Насправді реципієнт не просто отримує модифіковану інформацію, а, в силу різних причин, він часто по-

збавлений можливості її перевірити, уточнити, доповнити. В даному випадку можна констатувати, що адресат багато в чому виявляється залежним від думки адресанта.

Для юридичного дискурсу глобальною дискурсивною стратегією є стратегія переконання, що реалізується за допомогою приватних стратегій (наприклад, дискредитації або апологетики і т. п.), що втілюється за допомогою певних тактик і ходів (наприклад, тактика навішування ярликів в приватній стратегії дискредитації або тактика компліменту в приватній стратегії апологетики). Іншими словами, вибір автором будь-якого мовного засобу буде відбуватися під контролем глобальної стратегії переконання.

Дискурс юриспруденції має великий фонд лексем, характерних для даної галузі мовної діяльності. Сюди входять загальноприйнята лексика, юридичні терміни, метафори, фразеологізми, ярлики [5; 6].

Стереотипні номінації (концептуальна лексика юриспруденції, термінологія, серійні метафори, фразеологеми) та індивідуально-авторські (авторські метафори, трансформовані фразеологізми, ярлики) складають каркас дискурсу, зорганізовуючи і оформляючи змістовий план переданої інформації.

Слід зупинитися на особливостях імпліцитних форм передачі категорії переконання в змістовому каркасі юридичного дискурсу. Імпліцитна форма переконання — це прихований вид маніпулятивної стратегії переконання певних положень на підсвідомому рівні. Таке модальне конотативне значення закладається в сему слова і забарвлює вислів певною оцінною модальністю. Саме ці лексичні одиниці є основою для створення і закріплення оціночних уявлень у адресата і здатні викликати у читачів негативні або позитивні асоціації. Сюди відносяться метафори (*імперія зла*), okazіонізми (*демократи*), евфемізми (*змова замість обман*), переінтерпретація цитат, де присутня тільки частина достовірності, а сенс чужих слів трансформований інтерпретатором, а не автором висловлювання. Таким чином, імпліцитні значення є одними з основних засобів передачі головної смислової направленості висловлювання.

Імпліцитний смисловий компонент може знаходитися не тільки в семі слова, а й в самій конситуації. Часте вживання будь-якого слова в стилістично забарвлених конситуаціях сприяє закріпленню в мовній свідомості адресата нових стилістичних характеристик даного

слова. Таким чином модально-оцінна конотація конситуативних лексем (позитивних або негативних) переходить на будь-яке слово, яке вживається в даному ряду, підпорядковуючи його значення загальній семантичній спрямованості мовного відрізка.

В юридичному дискурсі засоби передачі переконання у відкритій формі зустрічаються досить рідко. Частіше вони виражаються у використанні адресантом меліоративних або пейоративних номінацій, ярликів, які не вимагають зусиль для їх декодування з боку адресата.

Засобами експліцитної лінгвістичної передачі такого змісту можуть бути:

– розбіжність непрямой модально-емоційної оцінки (суб'єкт, якому приписують певні якості) і адресата (кому призначена інформація);

– історичне порівняння (вираз точки зору, коли юрист дбає не про протокольність у викладі історії юриспруденції, а про моральний вплив на реципієнтів).

Підводячи підсумки дослідження, можна сказати, що виявлена автором парадигма категорії переконання юридичного дискурсу може лягти в основу побудови типології різних дискурсів. Описані експліцитні та імпліцитні засоби вираження семантики висловлювань сприяють розвитку такого розділу мовознавства як комунікативна нормативність в мові та мовленні.

### *ПОСИЛАННЯ ТА ПРИМІТКИ*

1. Косых А. А. Убеждение в праве: теория, практика, техника : автореф. дис. ... канд. юр. наук / А. А. Косых. — Москва, 2012. — 34 с.
2. Madsen D. Towards a Description of Communication in the Legal Universe. Translation of legal Texts and the Skopos Theory / D. Madsen // *Fachsprache*. — 1997. — Bd. 1–2. — S. 17–27.
3. Прадід Ю. Ф. Вступ до юридичної лінгвістики : [навч. посіб.] / Ю. Ф. Прадід ; [за ред. чл.-кор. АПрН України О. Н. Ярмиша]. — Сімферополь : Доля, 2002. — 104 с.
4. Прадід Ю. Ф. У царині лінгвістики і права / Ю. Ф. Прадід. — Сімферополь : Ельїньо, 2006. — 256 с.
5. Сергеева Г. А. Англомовні запозичення в українській правничій термінології : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Г. А. Сергеева. — Х., 2002. — 250 с.
6. Šarčević S. Creating EU Legal Terms: Internationalisms vs. Localisms / Susan Šarčević // *Terminologija v času globalizacije. Terminology at the Time of Globalization* / [Hrsg. M. Humar]. — Ljubljana : SAZU, 2004. — S. 129–138.