

УДК 81'3074

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКОНАННЯ ЯК ОДНА З ХАРАКТЕРИСТИК МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ АДВОКАТА (НА МАТЕРІАЛІ ХУДОЖНІХ КІНОФІЛЬМІВ США)

Монастирська Л. В.

Академія внутрішніх військ МВС України, м. Харків

Розглянуто комунікативні стратегії переконання, які реалізуються адвокатом в ході судового процесу, та визначають особливості мовленнєвої поведінки і впливають на вибір комунікативних стратегій та тактик. На основі аналізу художніх фільмів США виділено типи мовних особистостей адвоката за специфікою використання стратегій переконання.

Ключові слова: стратегія переконання, тактика, мовна особистість адвоката

Постановка проблеми. Дослідження проблеми мовної особистості, яке почалося ще у ХХ столітті і активно продовжується у ХХІ, привело до необхідності виявлення специфіки названого феномена у професійному вимірі. Положення про соціальну природу мовної особистості, її когнітивно-прагматичну зумовленість, обґрунтоване в працях Н. Д. Арутюнової, Ю. М. Караулова, В. І. Карасика та інших, спонукало до визначення варіантів взаємодії різних соціальних факторів у виборі комунікативних стратегій і тактик, якими послуговується мовна особистість у професійних дискурсивних практиках. У схарактеризованому лінгвістичному контексті дослідження сформульованої проблеми сприяє поглибленню уявлень про названий феномен. На аналіз цього питання зорієнтована і тема нашої роботи, що свідчить про її актуальність.

Ознайомлення з теоретичними джерелами за темою дослідження засвідчило, що на тлі низки глибоко вивчених питань існують прогалини, які потребують осмислення і всебічного опису. Так, у працях Є. М. Верещагіна, Ю. М. Караулова, В. І. Карасика, С. А. Сухих, створені передумови для формування моделі аналізу мовної особистості, а надбання в царині прагматичної лінгвістики, зокрема розроблення питання про комунікативні стратегії і тактики, подане в працях В. З. Дем'янкова, Т. А. ван Дейка, О. С. Іссерс, можуть бути використані у виборі напрямів дослідження стратегічного потенціалу мовної особистості. Проте питання про комунікативні стратегії мовної особистості окремих професій вичерпно ще не з'ясоване. Ця стаття присвячена дослідженню комунікативних стратегій переконання, які реалізуються професійними учасниками судового засідання (а саме адвокатом та обвинувачем) в ході судового процесу.

Мета роботи – виявити найбільш поширені види комунікативних стратегій і тактик, які використовує мовна особистість адвоката в дискурсах переконання.

Поняття комунікативної стратегії і тактики у працях лінгвістів тлумачиться де-що по-різному [2; 4; 5], проте розбіжності не є принциповими і стосуються більше форми вираження думки, ніж її сутності. У нашій статті поняття комунікативної стратегії інтерпретується як «комплекс мовленнєвих дій промовця, які спрямовані

на досягнення комунікативних цілей» [2, с. 54]. Стратегія реалізується через комунікативні тактики, що являють собою одну чи декілька дій, які сприяють реалізації стратегій.

За функціями комунікативні стратегії можна поділити на семантичні, прагматичні, діалогові та риторичні, причому останні три типи стратегій можуть виступати в якості допоміжних, в той час як семантичні, як правило, є основними. За напрямком комунікативні стратегії діляться на кооперативні та конфронтаційні [2, с. 103]. Серед комунікативних тактик розрізняють тактики двох типів: специфічні, тобто ті, що закріплені за певної стратегією, та неспецифічні, ті, що можна використати для реалізації всіляких стратегій [2, с. 124].

Комунікативна ситуація промови-переконавання є обов'язковою складовою судового дискурсу і одним із різновидів судової комунікації взагалі. Комунікативна ситуація суду являє собою мовленнєву взаємодію учасників судово-процесуальної діяльності, спрямованої 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. У ході судового засідання сторони захисту та звинувачення (промовці) викликають свідків (формальних адресатів) для свідчення, таким чином надаючи матеріали справи присяжним (реальним адресатам). Під перехресним допитом мається на увазі допит адвокатом чи обвинувачем свідків протилежної сторони [6].

Судовий дискурс є інституційним. Це означає, що мовленнєва поведінка його учасників (адвоката, обвинувача, судді) зумовлена соціально прийнятими стереотипами, що склалися в ході історичного розвитку конкретної країни. Стереотипи визначають вибір формального адресата, мовленнєвих засобів, комунікативних стратегій і тактик, визначаючи загальний процес дискурсу [3].

Глобальною комунікативною метою сторін захисту та звинувачення в ході судового процесу є переконання присяжних у власній правоті та в неправоті опонента. Стосовно судового процесу переконання опосередковується законом, який завжди стоїть між учасниками спілкування: всі свої мовні кроки вони ніби звіряють із законом, правом, моральними цінностями соціуму.

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». [3] Ефективність переконання, його успішність чи неуспішність відображаються у відповідній реакції опонента.

Розглядаючи особливості реалізації комунікативної стратегії переконання як одну з характеристик мовної особистості адвоката, слід зауважити, що поняття переконання досить часто пов'язують із поняттям аргументації. У стратегії переконання аргументація виступає як мовний вплив на ментальну сферу реципієнта [7].

У процесі переконання використовують комунікативні тактики, що різнобічно характеризують мовну особистість промовця: історичну добу з характерною для неї картиною світу, ступінь демократичності суспільства, загальнонаціональні і власні

ціннісні пріоритети промовця, ступінь його конфліктності, його лінгвістичну компетенцію, арсенал маніпулятивних прийомів, якими він дозволяє собі послуговуватися в рамках закону і права.

У результаті проведеного в цій роботі дослідження, з'ясувалося, що комунікативна стратегія переконання реалізується в мовленні адвокатів з використанням низки комунікативних тактик, а саме:

1) тактики ствердження, коли промовець, вважає, що він самостійно прийняв рішення, проаналізувавши отриману інформацію, незалежно від наказів чи умовлянь опонента:

*Now, Doctor, **I want to make this clear for the jury.** In 1975 you testified that Danny Booker was legally sane and understood exactly what he was doing when he committed his crime, and the jury disagreed with you and found him not guilty, and since that time he has been a patient in your hospital, under your supervision, and treated by you as a paranoid schizophrenic. **Is that correct?***

(Law&Order)

Переклад:

*А тепер, пане доктор, я хочу **прояснити цей факт для присяжних.** В 1975 році ви свідчили, що Денні Букер був осудним та ясно усвідомлював свої вчинки під час скоєння ним злочину, але присяжні не погодились з Вами і визнали його невинним. Саме з того часу він став пацієнтом у Вашій лікарні, під Вашим наглядом, і лікували Ви його від параноїдальної шизофренії. **Це правда?***

(«Закон та порядок»)

У наведеному прикладі адвокат при допиті медичного експерта, свідка обвинувача, застосовує тактику підведення підсумків, резюмуючи зміст попередньої комунікації. Крім того, промовець експліцитно висловлює свій комунікативний намір вплинути на реального адресата, привертаючи тим самим додаткову увагу до своїх слів.

2) тактики пропонування та поради, коли промовець не впливає на слухача, і у останнього є вибір послухати поради чи ні;

*«George, I wish you'd look once more at the evidence». «What's wrong with it?» «I don't know». «Well, then». «**I just want you to look at it, is all, or call a coroner in to look at it.**» <...> «All right, let's have a look»*

(Law&Order)

Переклад:

*«Джордж, я хочу, щоб Ви ще раз подивилися на доказ». «А що тобі не подобається?». «Я не знаю». «Ну тоді...». «**Я просто хочу, щоб ти подивився на цей доказ ще раз, і все. Чи мені позвати коронера, щоб він поглянув...**» <...> «Гаразд, давай я погляну».*

(«Закон та порядок»)

Слід зазначити, що необхідність використання переконливих тверджень постає тільки тоді, коли в «картинах світу» промовця та опонента існує відмінність. Інакше переконання може звестися лише до звичайного *прохання*. Отже, в наведеному прикладі промовець напевно розуміє той факт, що опонент скоріш за все погодиться з

ним, відповідно, йому не потрібно буде застосовувати аргументацію, адже одного прохання виявилось достатньо.

3) тактики попередження та погроз, які супроводжуються максимами дій з поля ментальних знань промовця про ситуації, що відомі йому та вказування та наслідки до яких може привести виконання дій за планом опонента;

Isn't that why you delayed getting your daughter medical attention, Mrs. Campbell? Because you were more concerned about getting in trouble than saving your daughter's life.

No, I love Alexis.

(Law&Order)

Переклад:

- Чи не тому Ви зволікали з наданням медичної допомоги Вашій доньки, місіс Кемпбелл? **Ви ж були більше стурбовані щодо неприємностей, які очікують на Вас, ніж рятуванням життя Вашої доньки.**

- Ні, я любила Алексіс.

(«Закон та порядок»)

У цьому прикладі стратегія зниження комунікативного статусу партнера реалізується через тактику звинувачення. Мета адвоката – довести, що дії свідка мали навмисний характер, але не були наслідком незнання чи необережності. Останній мовленнєвий хід адвоката являє собою риторичне питання, та, відповідаючи на нього адвокат підбиває підсумки комунікації, в той час як заключна репліка свідка ретроспективна.

4) тактику компліменту;

«Mrs. Willard, I'm Jake Brigrance». He stood behind the podium and looked at her without compassion. She nodded.

(Law&Order)

Переклад:

«Міссіс Віллард, мене звати Джейк Бріганс». Він стояв перед подіумом та дивився на неї без жалю. Вона кивнула головою.

(«Закон та порядок»)

У наведеному прикладі адвокат застосовує тактику самопрезентації при допиті свідка звинувачення, представляючи себе на ім'я. Не дивлячись на те, що ім'я адвоката відомо присутнім, цей мовленнєвий хід має прагматичне значення для комунікації, тим самим підвищуючи комунікативний статус промовця. Назвавши своє ім'я, а не соціальну роль в комунікації (адвокат), промовець показує своє задіявання та зацікавленість.

5) тактику звинувачення

- Now you assumed my client was guilty, and it influenced how you questioned her seven-year-old daughter.

- That's completely false. I know how to conduct an interview.

(Law&Order)

Переклад:

- Зараз Ви припускаєте, що мій клієнт винен, і це впливає на те, як саме ви допитували його сімнадцятирічну доньку.

- Це цілковита брехня. Я знаю як треба проводити допит.

(«Закон та порядок»)

Проаналізувавши тексти, можна прийти до висновку, що тактика звинувачення використовується частіше з метою особистісної дискредитації опонента і зрідка – з метою професійної дискредитації опонента.

Професійна мовна особистість адвоката – це комунікативно-дійова особистість зі своєю власною професійною «картиною світу», яка має сукупність професійних мовленнєвих рис, володіє спеціальною мовою та необхідним запасом навичок ведення судового дискурсу.

За специфікою використання стратегій переконання можна виділити такі ознаки мовних особистостей адвокатів:

- розумові здібності, до яких належать загальні професійні знання, здатність вирішення завдань (як типових, так і нестандартних);
- комунікативні якості, тобто здатність ведення бесід, діалогів, засвоєння навичок публічних виступів;
- світоглядні ознаки, які характеризуються сприйняттям загальноприйнятих соціальних цінностей, перш за все особистості як члена суспільства;
- професійні правові знання, що включають в себе ставлення до права, закону, держави, а також етичних та моральних норм;
- професійна мовленнєва свідомість, тобто, особливий світогляд, який знаходить своє відображення в мові та промові;

Слід зауважити, що структурі мовної особистості адвоката притаманний також емоційний рівень. Це можна прослідкувати в усному мовленні адвоката під час судових засідань.

Такі психологічні явища, як емоції, являють собою безпосередні суб'єктивні хвилювання будь-яких моментів, ситуацій по відношенню до потреб особистості. Ці психологічні компоненти, змінюючи один одного, формують безперервний емоційний фон, який супроводжує процес життєздатності людини та являє собою реакцію на зміни, що трапляються в нашому світі. Емоції під час комунікації проявляються у вигляді жестів, міміки, безпосередньо в самій поведінці адвоката, його промові, що може бути матеріалом для опису стану промовця.

Узагальнюючи викладене, визначимо професійні ознаки мовної особистості адвоката, що зумовлюють використання ним тих чи інших стратегій переконання:

- мовна здатність, яка забезпечує мовленнєву діяльність;
- професійна «картина світу»;
- професійний образ світу, який передбачає правову свідомість як сукупність знань про право, мовленнєву свідомість як володіння професійною мовою з метою впливу на опонента.

Висновки. Отже, мовна особистість адвоката – це професійний комунікатор, який володіє сукупністю комунікативних стратегій і тактик. Основною з них є стратегія аргументації.

Перспективою дослідження проблеми вважаємо виявлення місця комунікативних стратегій маніпулювання в характеристиці мовної особистості адвоката та особливостей використання адвокатами маніпулятивних технологій.

Список літератури

1. Артюнова Н. Д. Язык и мир человека : [монография] / Н. Д. Артюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии тактики русской речи : [монография] / О. С. Иссерс. – Омск, 1999. – 284 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс : [монография] / В. И. Карасик. – М. : ГНОЗИС, 2004. – 389 с.
4. Мовна комунікація в діяльності сил охорони правопорядка. Теоретичні засади галузевої комунікації : [монографія] / [за редакцією докт. філол. наук, проф. Л. М. Пелепейченко]. – Х. : АВВ МВС України, 2009. – 272 с.
5. Сухих С. А. Прагмалингвистическое моделирование коммуникативного процесса / С. А. Сухих, В. В. Зеленская. – Краснодар : Изд-во Куб. гос. ун-та, 1998. – 159 с.
6. ван Дейк Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк ; [пер. с англ.]. Благовещенск : Благовещ. гуманит. колледж, 2000. – 310 с.
7. Шадаева Л. И. Стратегии аргументации А. Линкольна / Л. И. Шадаева : [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.buk.irk.ru/library/sbornik_06/shadaeva.doc.

Монастырєва Л. В. Коммуникативные стратегии убеждения как одна из характеристик языковой личности адвоката (на материале художественных кинофильмов США) / Л. В. Монастырєва // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации». – 2013. – Т. 26 (65), № 4, ч. 2. – С. 305–310.

Рассматриваются коммуникативные стратегии убеждения, которые реализуются адвокатом в ходе судебного процесса, определяют особенности речевого поведения и влияют на выбор коммуникативных стратегий и тактик. На основе анализа художественных фильмов США выделены типы речевых личностей адвоката по специфике использования стратегий убеждения.

Ключевые слова: стратегия убеждения, тактика, речевая личность адвоката.

Monastyryova L. V. Communicative strategies of persuasion as one of the characteristics of language personality of a lawyer (on the material of the US movies) / L. V. Monastyryova // Scientific Notes of Taurida V. I. Vernadsky National University. – Series: Philology. Social communications. – 2013. – Vol. 26 (65), No 4, part 2. – P. 305–310.

The review of communicative strategies of persuasion that are made by the lawyer during the trial, and define the peculiarities of language behavior and influence on the choice of communicative strategies and tactics is effectuated. On the basis of the analysis of the US movies, the types of language personality of a lawyer specifying the strategies of persuasion are assigned. The author comes to the conclusion that the language personality of the lawyer is a professional Communicator possessing totality of communicative strategies and tactics. The main of them is the strategy of argumentation.

Key words: strategy of persuasion, tactics, language personality of a lawyer.

Поступила в редакцию 16.11.2013 г.