

нарративного дискурса, дальнейший анализ которого открывает пути к проникновению в глубины процессов языкового синтеза.

### **Библиографический список**

1. Фуко М. Археология знания. Киев: Ника-Центр, 1996. — 208 с.
2. Борхес Х.Л. Расследования. СПб:Амфора, 2001. — 479 с.
3. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СРБ:Наука, 2000. — 377 с.
4. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука конца XX века / Под ред. Ю.С.Степанова. — М.: Ин-т языкознания РАН, 1995. — С.144-238.
5. Гадамер Г.-Г. Актуальность прекрасного. М.: Искусство, 1991. —366 с.

**А.Н. Долгенко**

## **СТРАТЕГИЯ ДИСКРЕДИТАЦИИ В ЮРИДИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ**

*Волгоградская академия государственной службы*

Коммуникативная стратегия дискредитации является одной из наиболее востребованных в современной русской речи [2]. Применение данной стратегии призвано подорвать доверие тому или иному участнику коммуникации (объекту или третьему лицу) и, как правило, связано с минимизацией спонтанности на стадии подготовки речевого акта и максимализацией на стадии коммуникации. Речевая практика в сфере права, на первый взгляд, располагает к применению только одной из коммуникативных тактик, через которые реализуется стратегия дискредитации,— тактики обвинения. Возможно-сти указанной стратегии в юридической коммуникации несколько шире.

Коммуникативная культура юриста подвержена действию целого ряда закономерностей, некоторые из которых со временем становятся нормами. Это относится, прежде всего, к нормативности — умению передавать мысли точно, в соответствии с нормами литературного языка, без употребления жаргонных, диалектных и просторечных слов и т.д., — и точности речи. К примеру, в уголовном судопроизводстве применительно к языку ей соответствует принцип законности, который заключается в том, чтобы письменная речь следователя и судьи отвечала требованиям процессуальных норм. Точность в свободном тексте процессуальных актов зависит от точности словоупотребления, обеспечиваемой выбором слов и словосочетаний, соответствующи-

щих содержанию полученной следователем и судьей информации. Сюда же следует отнести известные требования чистоты и ясности [см. 1].

Указанные закономерности и нормы призваны свести к минимуму субъективное начало в юридической речи. В то же время требование уместности предполагает достаточно высокий уровень субъективности, поскольку предполагает индивидуальный подбор языковых средств, отвечающей целям и условиям коммуникации. Кроме того, речевое мастерство юриста заключается не только в доходчивости, логичности и уместности речи, богатстве словаря и разнообразии грамматических конструкций, но и в выразительности, индивидуальности речи. Современный адвокат или прокурор, обращаясь к суду, а тем более к жюри присяжных, должен уметь выражать мысли и суждения не только грамотно, но и экспрессивно, индивидуализированно. Экспрессивность и индивидуализированность речи юриста открывает дополнительные возможности для реализации стратегии дискредитации.

Стратегия дискредитации реализуется через несколько речевых тактик, среди которых традиционно выделяются обвинение, оскорбление, насмешка, издевка [2, 160-161]. Она предполагает словесное выражение отрицательной оценки объекта коммуникации или третьего лица (или информирование об отрицательной оценке). Однако коммуникативные ходы указанных тактик имеют разную меру выражения отрицательной оценки и, соответственно, разную степень дискредитации.

Коммуникативная практика прокурора самым непосредственным образом связана с реализацией речевой тактики обвинения. Цель речевого воздействия здесь — информировать о том, что субъект коммуникации считает некое лицо объектом или третьим лицом виновным в чем-либо. При этом обвинение, в отличие от других тактик, через которые реализуется стратегия дискредитации, не предполагает намерения унижить, уязвить, осмеять. Кроме того, обвинение всегда можно полностью или частично поставить под сомнение (с ним можно согласиться, согласиться частично или не согласиться), в то время как оскорбление, насмешка и издевка — тактики безапелляционные.

Применение речевых тактик насмешки и издевки в юридической коммуникации малопродуктивно, поскольку может поставить под сомнение авторитет субъекта коммуникации. Хотя насмешка (умаление авторитета через осмеяние) считается наиболее яркой тактикой в реализации стратегии дискредитации, в юридической коммуникации для нее вряд ли будет достаточно условий: вряд ли, например, судья позволит адвокату или прокурору безнаказанно иронизировать в суде, а тем более открыто поднимать на смех. Еще меньше возмож-

ностей, на первый взгляд имеет тактика оскорбления, уже в номинации содержащая указание на правонарушение. В связи с этим особое внимание следует уделить именно речевой тактике оскорбления.

Структура тактики оскорбления достаточно подробно описана О. Иссерс на материале речи политиков [2, 162-173]. Исследователь отмечает, что в качестве коммуникативной задачи оскорбляющий унижение партнера. Говорящий исходит из того, что выставление кого-либо в дурном свете не требует доказательств (в отличие от обвинения) и вопрос о справедливости, правомерности отрицательных оценок не предполагается. При этом следует помнить, что в наивысшей степени дезориентировать и дискредитировать объект оскорбления способны только несправедливые обвинения, посему аргументация при оскорблении исключается.

В юридической коммуникации мы, как правило, имеем дело с непосредственным контактом оскорбляющего и оскорбляемого при участии адресата-наблюдателя, иными словами, с публичным оскорблением. В этой ситуации прямым адресатом коммуникации высказываний является третье лицо (наблюдатель), а объект оскорбления — косвенным. В соответствии с этим происходит сегментация коммуникативной задачи: с одной стороны, необходимо дискредитировать объект в глазах наблюдателя, с другой стороны, дезориентировать объект. Обе задачи взаимосвязаны, при этом отсутствие успеха в решении второй из них (дискредитация налицо, а объект оскорбления не уязвлен) в юридической коммуникации вполне допустимо и даже желательно [1, 21-22]. С одной стороны, тактика оскорбления характеризуется установкой на конфронтацию с оскорбляемым лицом, с другой стороны, она рассчитана на присутствующего наблюдателя и требует расположения с его стороны. Наиболее продуктивными в реализации тактики оскорбления традиционно считаются следующие коммуникативные ходы: прямое оскорбление, косвенное оскорбление, развенчание притязаний и “навешивание ярлыков” [1, 167]. Однако далеко не все коммуникативные ходы и языковые маркеры, входящие в арсенал тактики оскорбления, эффективны в юридической коммуникации.

Прямое оскорбление предполагает непосредственную негативную характеристику оппонента, содержащую, как правило, умаление его нравственных, интеллектуальных, профессиональных, физических и иных качеств. При этом негативная характеристика может быть как эксплицитной (выражаться в прямых оценочных высказываниях), так и имплицитной (за счет релятивности причинно-следственных связей, антитезы, нарушения принципа уместности, употребления в одном контексте стилистически неоднородных единиц и др. приемов).

Однако более приемлем для условий юридической коммуникации тактический ход — косвенное оскорбление.

Косвенное оскорбление выражает негативную характеристику объекта имплицитно за счет создания у наблюдателя (аудитории) определенных ассоциаций, дискредитирующих оскорбляемого. Наиболее эффективным средством реализации этого коммуникативного хода является метафора: перенос наименования (и свойств) с одного объекта на другой, сходный с первым в каком-либо отношении, позволяет характеризовать последний определенным (негативным) образом. С одной стороны, юридическая коммуникация располагает к использованию максимально широкого круга метафорических моделей, с другой стороны, здесь предельно остро встает проблема единства пресуппозиции.

Следует особо отметить, что для реализации стратегии дискредитации несовпадение пресуппозиции не всегда оказывается коммуникативной проблемой— оно может быть использовано для успешного косвенного оскорбления. Это особенно очевидно в ситуации совпадения пресуппозиции субъекта и наблюдателя и выпадение объекта оскорбления из контекста. Яркий пример использования частичного несовпадения пресуппозиции в юридической коммуникации представлен в эпизоде судебного разбирательства в популярном в начале 1990-х гг. кинофильме “Моя мама — убийца-маньяк” (“Serial Mom”). Подсудимая успешно дискредитировала свидетелей со стороны обвинения, управляя пресуппозицией жюри присяжных. Некоторые из свидетелей не чувствовали себя уязвленными, но их показания не имели авторитета в глазах присяжных; другие были уязвлены и реагировали на косвенные оскорбления подсудимой прямыми оскорблениями, за что были оштрафованы судом и удалены из зала заседания. В результате доказательная база обвинения, основанная на свидетельских показаниях, рассыпалась. Дискредитация свидетелей поставила под сомнение компетентность обвинения, деятельность которого жюри оценила как преследование подсудимой, создавшей вокруг себя ореол жертвы. В результате присяжные вынесли оправдательный вердикт.

Развенчание притязаний в тактике оскорбления реализуется через прагматическую интерпретацию высказываний, содержащих скрытые семантические компоненты: обычно этот эффект достигается использованием лексических единиц с ярко выраженной положительной коннотацией в нейтральном или негативном контексте (напр., об обвиняемом: *народный мститель, умелец, мастерски* причинил увечье, *сама невинность* и т.п.), а также с семантически и контекстуально необоснованным использованием необщепотребительной лексики (напр., об обвиняемом: *перст Божий, экзекутор, ковбой* и т.п.).

Механизм реализации тактики оскорбления здесь — ирония. В письменной речи маркером развенчания безосновательных притязаний служат кавычки, в устной — интонация и соответствующие обороты со словами *якобы, так называемый, с позволения сказать* и т.п. Использование данного коммуникативного хода для дискредитации оппонента весьма эффективно за счет внедрения в речь элемента игры и некоторой художественности. Важно не заиграться.

Наконец, последний коммуникативный ход, способствующий дискредитации объекта оскорбления, — это так называемое навешивание ярлыков. Ярлык призван определить место дискредитируемого в дихотомии “свой — чужой” без аргументации. Ярлык не учитывает объективных свойств личности, а лишь констатирует ее инородность по принципу “чужого”. Реализация тактики оскорбления происходит по принципу синекдохи: вывод об общих свойствах дискредитируемого объекта делается на основании частной детали габитуса (заметной, но совершенно незначительной). Чем заметнее особенность внешнего вида оскорбляемого, тем более он будет уязвлен. В этом смысле по уровню дезориентации личности навешивание ярлыков сопоставимо с прямым оскорблением. Поэтому применение данного коммуникативного хода в речи юриста мы бы не рекомендовали. Однако в силу эффективности (за счет игрового начала) игнорировать навешивание ярлыков тоже не следует, ведь существует и другой способ его реализации — отнесение личности к определенному классу, формирующемуся, как правило, в результате перехода имен собственных в нарицательные (например, об обвиняемом в серии убийств: *потрошитель, чикатило* и т.п.).

Рассмотренные способы реализации тактики оскорбления, разумеется, не исчерпывают всех возможностей применения стратегии дискредитации в юридической коммуникации. Проанализированные коммуникативные ходы также не представляют собой закрытый список: как остроумно заметила О.Иссерс, оскорбление — процесс творческий [2, 174]. В то же время, учитывая, что успех любой коммуникативной стратегии следует оценивать по результатам речевого воздействия, мы склонны полагать, что в рамках реализации стратегии дискредитации и тактики оскорбления в юридической коммуникации приемлемы лишь косвенное оскорбление и развенчание притязаний.

### Библиографический список

1. Долженко А.Н. Юридическая стилистика: методические рекомендации к практическому курсу. Волгоград, 2006.
2. Иссерс О.И. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М., 2003.