Е. А. Чубина

Московский государственный юридический университет им. О. Е. Кутафина (МГЮА)

РОЛЬ СУДЕБНОЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА: ОПЫТ ШКОЛЫ СУДЕБНОЙ ЭКСПЕРТОЛОГИИ УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ О. Е. КУТАФИНА

Потребности рынка обусловили значительное количество споров и конфликтов в сфере производства, размещения и распространения рекламы, разрешить которые без привлечения лиц, обладающих специальными знаниями, сложно. Свой ответ на требования правоприменительной практики дала возглавляемая профессором Е. Р. Россинской научная школа судебной экспертизы Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА).

В русле разработанной школой концепции судебной экспертологии, а также с учетом основ судебного речеведения было обосновано выделение судебной лингвистической экспертизы рекламного текста в качестве одного из видов лингвистической экспертизы, уточнен предмет, определены объекты и сформулированы задачи.

Под судебной лингвистической экспертизой рекламного текста (далее – СЛЭРТ) понимается процессуально регламентированное лингвистическое исследование рекламы как поликодового (креолизованного) текста, завершающееся дачей заключения по вопросам, разрешение которых требует применения специальных знаний.

К настоящему времени выработаны подходы к решению некоторых диагностических задач. Так, при рассмотрении судами дел о недостоверной рекламе подлежит установлению и судебной оценке характер распространенных сведений.

Однако многие диагностические задачи еще ожидают своего решения. Появляются все новые спорные ситуации, требующие осмысления (вопрос о двусмысленных утверждениях в рекламе, отдельных случаях маскировки рекламной информации и прочее). Поэтому только четкое понимание теоретических и методических основ судебной лингвистической экспертизы рекламного текста будет способствовать решению этих ситуаций, а в конечном итоге – повышению доказательственного значения экспертных заключений по делам о нарушении законодательства в области рекламы.