

**Попадинець А. М., студентка
Лут К. А., к. філол. н., доцент
Національний університет «Запорізька політехніка»**

МАРКЕРИ ХЕДЖУВАННЯ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ

У сфері лінгвістичних досліджень період зміни наукової парадигми припадає на другу половину двадцятого століття. Характерною ознакою нової парадигми, об'єктом дослідження якої є переважно дискурс, вважається відходження від традиційних підходів аналізу мови, що полягають у дослідженні суто абстрактної мовної системи до більш глибинного вивчення мови в науковому та соціокультурному контексті. Дискурсологія наразі вважається одним з найпопулярніших напрямів лінгвістики. Особлива увага приділяється, насамперед, науковому дискурсу. Не зважаючи на те, що дослідженням цього типу дискурсу присвячено багато робіт, все ще залишаються невирішені питання, варті уваги. Одним з них є явище хеджінгу.

Слово хедж (*hedge – something that protects you against possible problems, especially financial loss*) у перекладі з англійської мови означає *паркан, перешикода, огорожа; хеджінг – страхування*. Слід зазначити, що термін практично повністю зберіг своє оригінальне значення в лінгвістиці, тобто «мовне страхування», захист мовця від радикальних, агресивних чи образливих висловлювань на адресу іншої сторони. Поняття широко використовується у багатьох прикладних галузях знань. У центрі уваги лінгвістів-науковців хеджі перебувають, починаючи з 1970-х рр. Визначення *хеджінг / хеджування* в лінгвістиці запозичено зі сфери економіки, де воно означає термін, що використовують у банківській, біржовій та комерційній практиці для позначення різних методів страхування валютного ризику [3]. Сфера первинного застосування поняття *хеджінг* поширилася, охопивши не тільки економіку і фінанси, а й бізнес, право та лінгвістику.

Уважають, що в сучасну лінгвістику термін *hedge* впровадив американський мовознавець-когнітивіст Дж. Лакофф. Уперше учений ужив термін у статті «Hedges: A study in Meaning Criteria and the logic of fuzzy concept» [5, с. 32]. Він визначав поняття «хеджи», як слова, які передбачають деяку розмитість у своїх значеннях та називають поняття більш або менш чітко, що є їх завданням. Дж. Лаккофф звертав увагу тільки на семантичне значення хеджів, не беручи до уваги їхнє контекстуальне значення, тобто вважав ці мовні одиниці семантичним феноменом.

Як зазначає Л. М. Курченко, термін хеджування перейшов до сфери прагматики і дискурсології, де «...під хеджуванням почали розуміти лінгвістичні елементи (модальні дієслова, лексико-семантичні одиниці, граматичні конструкції тощо), які повністю або частково знімають з комуніканта відповідальність за власне висловлювання...» [3, с. 405]. Дослідники хеджів стверджують, що в мові немає унікальних засобів, які б слугували запобіганню конфліктів у мовленні. Утім, засоби хеджування є найбільш ефективними для гармонізації мовленнєвої взаємодії комунікантів, оскільки збільшують вірогідність прийняття думки, позиції адресанта й зменшують шанси непорозуміння чи несприйняття його поглядів адресатом.

Маркери хеджування (хеджмаркери) представлені на рівні слова, словосполучення або фрази. Залежно від ситуації мовлення адресант обирає найбільш оптимальні. Треба зауважити, що хеджування використовують для того, щоб зробити висловлення прийнятним для адресата і в той же час захистити адресанта від конфлікту. Воно сприяє завальованому впливу на свідомість комуніканта та ефективній комунікації, здатній повною мірою досягти перлокутивного ефекту. Наприклад, викладачі вживають маркери хеджінгу в своїй промові для зменшення категоричності висловлювань і для сприяння кооперації зі студентами [5, с. 71].

В англійській мові використовуються такі хеджери (хедж-маркери, прагматичні маркери, даунтонери): дієслова *to appear* та *to seem*, наприклад у конструкціях: *It seems that, It appears that, They would appear to have troubles, etc.*, іменникові вирази: *There is little chance that, There is some doubt on the subjects of, There is no evidence that, etc.*, а також: *rather, largely, sort of, kind of, strictly speaking* тощо. Для хеджування також широко використовується пасивний стан, наприклад: *It is widely recognized that, It is believed that, It is known that*, тощо. [4].

Слід зазначити, що в англійській мові використання хедж-маркерів є нормою, частотність їх свідчить про їх важливу прагматичну функцію. Вони настільки вживані, що скоріше їх відсутність або вживання у заперечних конструкціях є показником емпатичності висловлювання. (приклад: *not look forward to...*)

Явище хеджингу є результатом мисленневих процесів у людській свідомості, тому і вплив даний метод здійснює на когнітивному рівні. Як зазначав Е. Гоффман процес організації соціального досвіду людини формується за рахунок фреймових сіток, що наповнюються різними категоріями впродовж життя, які у свою чергу, складаються з типових та стереотипних ситуацій, що є основою для сприйняття та розуміння навколишньої дійсності [1, с. 543].

З огляду на стереотипне бачення суспільства щодо важливих наукових питань та проблем, хеджинг стає надзвичайно потужною зброєю впливу на людську свідомість. Отже, хеджинг як суб'єктивний метод впливу має об'єктивне відображення в реальній дійсності та є ефективним засобом успішної комунікації у науковому дискурсі.

Література

1. Гоффман Е. Аналіз фреймів: есе про організацію повсякденного досвіду. М. : Ін-т соціології РАН, 2004. 753 с.
2. Курченко Л. М. Комунікативна стратегія хеджування в дискурсі політичного інтерв'ю // STUDIA LINGUISTICA : зб. наук. пр. Вип. 5. К. : КНУ ім. Т. Шевченка, Вид. поліграф. центр «Київський університет», 2011. С. 403–409.
3. Словник української мови: в 11 томах. URL: <https://slovnuk.ua/index.php?sword=%D1%85%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F>.
4. Hedging: A Tool to Make Your Essay Academic. URL: <http://writingtospireyou.com/academic-essay/>
5. Lakoff G. Hedges: A study in meaning criteria and the logic of fuzzy concepts. Chicago, 1972. 228 p.