

тическими заимствованиями, кальками и «буквенными» словами, несмотря на то, что фонетические заимствования и «буквенные» слова выглядят чужеродно в китайском языке и остаются по своей внутренней форме непонятными носителям языка.

*Т.Ф. Солонович*  
УО БГЭУ (г. Минск)

## **ХЕДЖИРОВАНИЕ КАК ПРАГМАТИЧЕСКАЯ УНИВЕРСАЛИЯ НАУЧНОГО ДИСКУРСА**

Поскольку английский язык прочно утвердился в качестве языка международного научного общения, актуальным является всестороннее изучение лингвистических характеристик современного англоязычного научного дискурса с целью использования полученных результатов в практике преподавания английского языка для академических целей при подготовке студентов к обучению в иноязычной образовательной среде.

В данной работе поставлена задача выявления основных языковых средств реализации коммуникативной тактики хеджирования в англоязычном научном экономическом дискурсе (на материале научных статей в области экономики и бизнеса).

В отличие от языка повседневного общения, язык научного описания является формализованным языком, подчиняющимся определенным гласным и негласным правилам и условностям, причем значительный вклад в его формализацию вносят средства хеджирования.

Термин «хеджирование» изначально получил распространение в теории экономики и бизнеса, обозначая бизнес-операции с целью страхования рисков. Данный термин в свою очередь происходит от английского *hedge* 'ограда, живая изгородь' и глагола *hedge* 'окружать изгородью'.

Под хеджированием как лингвистическим явлением подразумевается коммуникативная тактика, связанная с намеренным использованием уклончивых, неопределенных высказываний, что достигается за счет ряда языковых средств.

Коммуникативными намерениями использования хеджей в научном письменном дискурсе выступают:

– стремление смягчить категоричные, прямолинейные выражения с тем, чтобы снять с себя ответственность за утверждение, предотвратить или снизить остроту возможных возражений со стороны оппонентов;

– стремление показать читателю, что автор не претендует на истину в последней инстанции и открыт для дискуссии, либо что автор осознает объективную недостаточность сведений для полной обоснованности утверждения;

– желание автора применить коммуникативную стратегию вежливости и следовать постулату скромности и такта, принося собственные заслуги, с одной стороны, либо сглаживая остроту критических замечаний в ходе научной полемики, с другой стороны, тем самым учитывая «лицо» потенциального оппонента, проявляя к нему почтение в соответствии со стратегией отрицательной вежливости;

– стремление следовать общепринятым конвенциям научного стиля речи, тем самым демонстрируя свою научную компетенцию относительно особенностей данного жанра, а также претензию автора быть включенным в научное сообщество, в чем можно усмотреть проявление стратегии положительной вежливости.

Дискурсивный анализ научных статей из англоязычных журналов по экономике и бизнесу позволил выявить языковые средства, к которым авторы прибегают для реализации перечисленных коммуникативных интенций.

Лексические средства хеджирования:

– модальные глаголы *may, might, could, would* для выражения предположения, основанного на неполной уверенности, неопределенности (e.g. Researchers *might* consider sampling either within or across buying decision approaches);

– полнозначные эпистемические глаголы с семантикой знания, мнения, оценки *believe, assume, suggest, estimate, think, argue, indicate, propose*, (e.g. Given the small sample size, we *believe*...);

– глаголы восприятия *seem, appear, tend* с выраженным модальным компонентом (e.g. Our finding that innovative firms *tend* to be the better performers is particularly interesting...);

– прилагательные/наречия со значением возможности, предположения: *possible, (un)likely, probable, probably, perhaps* (e.g. *Perhaps the most important finding, however, is...*);

– аппроксиматоры степени, количества, времени, частоты *about, approximately, roughly, pretty, a (little) bit, often, occasionally, generally, usually, somewhat, somehow, quite*.

Структурно-грамматические средства хеджирования:

– местоимение 1 лица множественного числа *we* и соответствующее ему притяжательное местоимение *our* как средство самоссылки, а также как средство инклюзивности [1], солидаризации с научным сообществом (e.g. *Previously, we empirically examined...; We have several reasons for thinking...; Our recent research suggests...*);

– вводные фразы с эпистемическими глаголами для сообщения мнения автора (e.g. *We believe that there is no simple explanation*);

– вводные фразы, отсылающие к источнику знания: *according to, it is known, it is common knowledge, etc.* (e.g. *According to the most widely held definitions, salesperson performance is...; consistent with the approach in our previous study, on the basis of previous research; several studies have suggested; as Drucker suggested...*);

– конструкция «сложное подлежащее с инфинитивом» различного типа (e.g. *Customers are likely to treat technological innovations as ...*);

– безличные конструкции, в состав которых входят прилагательные и глаголы из перечисленных выше лексических средств (*It is conceivable; It is important to note; It has been argued that...*).

Нередко для усиления эффекта снятия категоричности авторы прибегают к комбинированию сразу нескольких средств хеджирования, например *it would seem somewhat unlikely that, we should perhaps acknowledge that* и т.д.

Очевидно, что в курсе английского языка для академических целей приведенным выше средствам хеджирования должно быть уделено должное внимание, с тем чтобы студенты воспринимали перлокутивный эффект высказываний с хеджами, но также и сами могли адекватно выражать свое коммуникативное намерение в соответствии с существующими нормами научной речи.

Сопоставительные лингвистические исследования использования средств хеджирования в научном дискурсе, выполненные на материале различных языков, позволяют выделить универсальные и

культурно специфичные проявления данной коммуникативной тактики [1; 2].

#### Литература

1. Хуыз, И.П. Сигналы интерактивности в академическом дискурсе: инклюзивные местоимения [Электронный ресурс] / И.П. Хуыз // Вестник Майкопского государственного технологического университета. — 2012. — № 3. — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/signaly-interaktivnosti-v-akademicheskom-diskurse-inklyuzivnye-mestoimeniya>. — Дата доступа: 23.12.2015.

2. Цанко, В.И. Некатегоричные высказывания в лингвистических текстах (на материале английского и русского языков): автореф. ... дис. канд. филол. наук: 10.02.20 / В.И. Цанко; Пятигорск. гос. лингв. ун-т. — Пятигорск, 2009. — 28 с.

*А.В. Темнохуд*  
УО БГЭУ (г. Минск)

## ИГРА СЛОВ КАК РЕЗУЛЬТАТ НАРУШЕНИЯ СИСТЕМНЫХ ПРАВИЛ

Лингвистическое понятие *игра слов*, будучи внутренней сущностью разных видов языковой игры, представляет для исследования особый интерес. Предметом обсуждения становится очевидное нарушение системных правил взаимодействия формы и содержания как закономерности игры слов — основного способа формирования игрового контекста.

Игра слов позволяет автору/адресанту воздействовать на читателя/адресата созданием комического эффекта как самовыражения и своего отношения к описываемым персонажам и событиям.

Игра слов — это «совмещенность» в одном высказывании нескольких значений одного и того же слова свидетельствует, что она сама по себе представляет своеобразное «поле самовыражения» для ее инициатора, служит средством проявления индивидуальных черт личности адресанта, среди которых особое место отводится остроумию, чувству юмора, находчивости.

В какой-то степени нестандартность образа мышления позволяет отнести *игру слов* к языковой аномалии — нарушению однозначности, одного из основных принципов коммуникации, создаваемого игрой слов.