

**Лингвистическое хеджирование как средство реализации стратегий  
негативной вежливости в дискурсе ток-шоу**

**Научный руководитель – Власян Гаянэ Рубеновна**

**Петрова Елена Михайловна**

*Студент (магистр)*

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

*E-mail: p.elena\_98@mail.ru*

*\* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Челябинской области в рамках научного проекта № 20-412-740001*

Коммуникация - это социальное явление, представляющее собой многокомпонентный процесс, элементы которого взаимосвязаны как конструктивно, так и содержательно. Ведение успешной коммуникации и достижение своих коммуникативных интенций непосредственно сопряжены с применением собеседниками определённых прагматических средств, к одному из которых относится лингвистическое хеджирование (*linguistic hedging*).

Началом для исследования данного феномена послужило введение математиком Л. Заде в 1960-х годах понятия лингвистической переменной в рамках теории нечётких множеств [3]. Немного позднее, американский лингвист Дж. Лакофф применяет заимствованный из сферы экономики термин «хеджирование» к лингвистике и, основываясь на работе Л. Заде, формулирует определение этого явления. Согласно Дж. Лакоффу, хеджами (*hedges*) являются «слова, значение которых имплицитно подразумевают нечёткость; слова, функция которых состоит в том, чтобы отобразить вещи более или менее нечеткими» [2]. Хеджами, по мнению Дж. Лакоффа, считаются следующие слова и выражения: *pretty (much), basically, sort of, roughly, kind of, more or less, principally, in essence, etc.*

Хеджирование является неотъемлемой составляющей любой коммуникации, поскольку оно позволяет собеседникам звучать уклончиво, некатегорично и вежливо, что в свою очередь указывает на тот факт, что хеджи можно отнести к одному из средств реализации вежливости.

Согласно теории вежливости П. Браун и С. Левинсона, в зависимости от характера коммуникации и желаний собеседников, вежливость подразделяется на негативную (*negative politeness*) и позитивную (*positive politeness*) [1]. Негативная вежливость основывается на дистанцировании (*avoidance-based*), а также проявляется в поддержании формального характера общения и самоограничении со стороны говорящего. В своей работе “*Politeness: Some universals in language usage*” П. Браун и С. Левинсон выделяют десять стратегий негативной вежливости, которые направлены на минимизацию «лицоугрожающих актов» (*face-threatening acts*).

В настоящей работе были изучены коммуникативно-прагматические особенности лингвистического хеджирования. Кроме того, была предпринята попытка доказать, что хеджи являются одним из основных средств реализации стратегий негативной вежливости в масштабе дискурса ток-шоу. Таким образом, цель исследования заключается в изучении особенностей употребления хеджей в негативной вежливости в рамках дискурса ток-шоу. Материалом исследования послужили скрипты ток-шоу «Большая студия» и «Есть вопрос». Гостями данных ток-шоу являются представители различного возраста, гендера, социального статуса, что позволяет достаточно полно описать коммуникативно-прагматические особенности употребления хеджей как средства реализации негативной вежливости. Всего проанализировано 10 ток-шоу, общая длительность звучания составила 3,5 часа.

Необходимо подчеркнуть, что в работе были задействованы как общенаучные методы, так и методы лингвистического анализа, среди которых метод лингвистического описания, использованный при отборе и систематизации материала исследования, метод дискурсивного анализа, а также методы контекстуального и прагматического анализов.

В данном исследовании нам удалось выделить стратегии негативной вежливости, в которых хеджирование выполняет роль одного из основных средств реализации. Среди таких стратегий можно выделить следующие: «*Выражайтесь косвенно*» (Be conventionally indirect), «*Будьте пессимистом*» (Be pessimistic), «*Извиняйтесь*» (Apologize), «*Минимизируйте навязывание по отношению к слушающему*» (Minimize the imposition) и «*Задавайте вопросы, будьте уклончивыми*» (Question, hedge).

Хеджирование является неотъемлемым элементом лингвистической вежливости, поскольку оно позволяет создать дистанцию между коммуникантами, что является проявлением уважения по отношению друг к другу. Так, в стратегии «*Задавайте вопросы, будьте уклончивыми*» хеджи занимают важное место. Примером применения хеджирования в рамках данной стратегии может послужить следующий диалог (Г - гость, В - ведущий):

*В: Но, в принципе, вот какие аргументы предъявляет, например, тот же работодатель, он говорит, что «Я не могу повысить заработную плату. В принципе, посмотрите, это нормальный уровень, в общем-то средний по стране, или ну там пусть немного пониже, чем по стране, ну можно же существовать на эту заработную плату».*

*Г: Существовать можно, выживать можно, не развиваться, не жить нормально, а существовать. <...> И по нашим прогнозам, минимальная заработная плата, которая необходима для этого, она должна составлять около 30 тысяч рублей. Но ведь даже... мы ж тоже в профсоюзе проводили анализ: у нас подавляющее большинство предприятий и муниципальных образований, они не выдерживают тот уровень, средний уровень заработной платы, который установлен. Если у нас в области сейчас примерно там 38-39 тыс., то где-то 60% работников её не получают.*

Из примера видно, что гость прибегает к использованию хеджей в своей речи с целью минимизации угрозы негативному лицу слушающего, выражая своё мнение имплицитно. Хеджирование позволяет говорящему продемонстрировать субъективный характер последующей пропозиции, что способствует смягчению иллокутивной силы высказывания.

Таким образом, хеджирование можно отнести к одним из главных стратегий, с помощью которых смягчается ликоугрожающий акт, а общение принимает более убедительный и эвфемичный характер. В дискурсе ток-шоу хеджирование - это значимая составляющая негативной вежливости, которая помогает избежать прямолинейности и избежать ответственности.

### Источники и литература

- 1) Brown P. Levinson, S. Politeness: Some universals in language usage. Cambridge : Cambridge University Press, 1987.
- 2) Lakoff, G. Hedges: A Study in Meaning Criteria and the Logic of Fuzzy Concepts // Journal of Philosophical Logic, 1973. №2. p. 458-508.
- 3) Zadeh, L. Fuzzy sets // Information and Control, 1965. №8. p. 338-353.