

А. И. Бондарь

ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЗИЦИЯ ДИЗЬЮНКТОВ В ТЕКСТАХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО И НАУЧНОГО СТИЛЕЙ

Дизьюнкты – лингвистические элементы, которые играют ключевую роль в оформлении организации взаимодействия с читателем в письменных текстах. Они позволяют авторам не только передавать информацию, но и выражать личные оценки и степень уверенности. Наше исследование выявило, что дизьюнкты реализуют различные стратегии выражения авторской позиции: смягчение, усиление утверждений, вовлечение читателей.

Согласно полученным нами данным, центральной функцией дизьюнктов является смягчение утверждений (*hedging*). Авторы статей используют данную стратегию, чтобы избежать излишней категоричности, выразить предположения, указать на неполноту данных. Эта функция реализуется через эпистемологические дизьюнкты категории уверенности и сомнения (22% от общего числа дизьюнктов), а также, в меньшей степени, с помощью дизьюнктов, обозначающих неточность (4,94 % от общего числа дизьюнктов). Дизьюнкты актуальности и действительности и источника знаний практически не используются для смягчения утверждений, поскольку эти аспекты передаются через ссылки, цитирование или временные маркеры. Структурно, для смягчения чаще всего используются лаконичные однословные дизьюнкты (62,5 %). Двухсловные формы менее распространены (33,3 %).

Другой важной функцией дизьюнктов является усиление утверждений (*boosting*). Основной его задачей является подчеркнуть уверенность автора в истинности информации, повысить убедительность высказывания. В основном, эту функцию реализуют эпистемологические дизьюнкты актуальности и действительности (17,5 % от общего числа дизьюнктов). Они акцентируют внимание читателя на фактической достоверности и релевантности данных, а не только на субъективной уверенности автора. Дизьюнкты уверенности также применяются в этой функции, но реже (3,8 % от общего числа дизьюнктов). Структурно, данная функция реализуется в 96,4 % через однословные дизьюнкты, что способствует авторитетному тону.

Вовлечение читателей (*engagement*) реализуется исключительно через эпистемологические дизьюнкты источника знаний (42,2 % от общего числа дизьюнктов). Это демонстрирует то, что вовлечение аудитории достигается, в основном, через отсылки к авторитетным источникам. 72,1 % дизьюнктов, реализующих данную функцию, однословные. Двухсловные дизьюнкты составляют 27,9 %.