



УДК 81. 38; 801.6

Прагматические типы высказываний в текстах англоязычной научно-технической рекламы

М.А. Мутовина

Братский государственный университет, ул. Макаренко 40, Братск, Россия
mutovinabr@bk.ru

Статья поступила 18.01.2015, принята 25.02.2015

В статье рассматривается общественная сфера воздействия англоязычной научно-технической рекламы, а также тема рекламирования, цели и задачи, методика исследования прагматического содержания предложений в текстах научно-технической рекламы. Дается анализ распространенности прагматических явлений в «сильных позициях» рекламных научно-технических текстов. Изучаются количественные показатели прагматических типов высказываний в научно-технической рекламе и собственно научно-технических текстах. Определяется совокупность стиливых и прагматических характеристик, позволяющих различать стиль научно-технической рекламы и научно-технический стиль.

Ключевые слова: стиль научно-технической рекламы; научно-технический стиль; прагматические типы высказываний.

Pragmatic propositions in scientific and technical advertisements

M.A. Mutovina

Bratsk State University; 40, Makarenko St., Bratsk, Russia
mutovinabr@bk.ru

Received 18.01.2015, accepted 25.02.2015

Social activity of scientific and technical advertising, its theme and tasks, methodology of investigating the pragmatic matter of sentences in scientific and technical advertisements are considered. Prevalence of pragmatic phenomena in «strong positions» of scientific and technical advertisements is analysed. Quantitative indicators of pragmatic propositions in scientific and technical advertisements, proper scientific and technical texts are examined. Combination of both stylistic and pragmatic characteristics allowing to differentiate the style of scientific and technical advertisements from the proper scientific and technical one is determined.

Key words: style of scientific and technical advertisements; proper scientific and technical style; pragmatic propositions.

Общественной сферой деятельности научно-технической (далее н.-т.) рекламы является рекламирование объектов н.-т. сферы: результатов н.-т. исследований, введения технических и технологических новшеств,

оказания технических услуг (монтаж и испытание оборудования, пусковые работы и т. д.), научно-технической и справочной литературы.