

**ПРАГМАТИЧЕСКАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ВВЕДЕНИЯ  
КАК ЭЛЕМЕНТА КОМПОЗИЦИИ В ТЕКСТАХ  
ТЕХНИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЫ**

**С.В. Подолкова**

*Рассматриваются тексты технической и коммерческой рекламы. Анализируются функция и прагматическая направленность введения как элемента композиции текстов технической рекламы.*

Среди научно-технических текстов рекламного характера условно можно выделить два вида текстов, отличающихся друг от друга структурой: тексты технической и тексты коммерческой рекламы. Первый вид представляет собой 4-5 небольших по объему субтекстов (термин Каменской О. Л.) [1], состоящих из 8 -10 предложений и объединенных общей темой. Каждый из таких субтекстов имеет собственное название и может рассматриваться как коррелят подтем, входящих в основную тему. Например, текст технической рекламы (ТТР) в проспекте известной английской фирмы Hayward Tyler называется «Генераторы, работающие под водой» /HT,1/; его основной темой является описание вышеупомянутых генераторов. Субтексты раскрывают отдельные подтемы: область применения генераторов, принцип их действия, характерные черты и особенности их конструкций, преимущества их применения подчинены общей теме и раскрывают ее. Такая структура типична для ТТР. Для текстов такого типа является обязательным наличие следующих подтем: область применения; особенности и отличия описываемого объекта от подобных ему; его преимущества. Реализация этих подтем служит основному назначению ТТР: привлечь внимание читателя, заинтересовать его, убедить в лучшем качестве рекламируемого объекта.

Наличие детального описания устройства и принципа работы рекламируемого объекта определяется категорией пользователя, то есть на кого рассчитан текст рекламы. Если он предназначается инженерам, технологам, то есть людям, занимающимся практической деятельностью в сфере производства, то подробное описание конструкции и принципа действия необходимо (см. пример выше). Если ТТР рассчитан на менеджеров, коммерческих директоров, специалистов смежных отраслей промышленности, то в описании тонкостей конструкции нет необходимости.

*High-performance pumps. The Oilgear Company's Type «PWVH» variable delivery, open-loop, high-performance pumps are available in ten sizes and capable of deliveries up to 60 gpm and continuous pressures up to 5.000 psi with 150-300 SSU fluids. Oilgear Company /IW, 32/.*

Назначение ТТР – дать исчерпывающую характеристику устройства или прибора, полное описание выгоды его применения, – то есть воздействовать на адресата таким образом, чтобы заставить его приобрести рекламируемый объект или технологию.

Назначение текстов коммерческой рекламы – привлечь внимание, заинтересовать, побудить адресата к поискам более подробной информации. Тексты такого вида представляют собой 1-4 распространенных предложения, являющихся коротким описанием некоторых преимущественных особенностей, возможной сферы применения, условий эксплуатации и некоторых основных параметров.

*The «Champ» series of air-operated, double-diaphragm pumps is available in wetted construction of polypropylene, PDVF or Teflon PFA. The «Champ» is*

*available in port sizes from j» to 2» and is suitable for a variety of corrosive applications. Wilden Pump & Engineering Co. /IW, 32/.* Тексты коммерческой рекламы, как правило, сопровождаются фотографиями или рисунками. Часть информации в них переносится на рисунок, который позволяет сразу получить представление о внешнем виде и размерах объекта.

Тексты коммерческой рекламы рассчитаны как на специалистов-практиков, так и на коммерческих директоров. На начальном этапе они удовлетворяют информационные потребности любой группы читателей. Информация, представленная в сжатой форме, позволяет сконцентрировать внимание на сути сообщения. Заинтересовавшись предметом сообщения, специалисты обращаются к ТТР. Если текст рекламы представляет для них достаточный интерес, то эксперты, конструктора, инженеры обращаются к спецификациям, стандартам и другой технической документации. Возникновение различных видов рекламных текстов – технической и коммерческой рекламы – вызвано потребностями различных групп читателей. Таким образом, на структуру текстов научно-технической рекламы влияют выделенные нами категории назначения и пользователя.

В решении проблемы убедительного представления информации немалую роль играют порядок расположения демонстрационного материала, его выбор и аранжировка. Без этого сила воздействия даже самого убедительного материала будет ослаблена. Раздел классической риторики, занимающейся проблемами отбора и размещения материала, в латинском языке называется *dispositio*; Е. Corbett для его обозначения использует термин *arrangement* (размещение) [2, 273].

Раздел риторики *dispositio* посвящен стратегическому планированию композиции текста. В данной статье функция введения как элемента композиции ТТР рассматривается с позиции наиболее эффективного воздействия на адресата.

Основная функция введения – ввести аудиторию в суть вопроса, который рассматривается в тексте. Такая подготовка адресата имеет двойной аспект: 1) она информирует читателя о субъекте сообщения (референте текста); 2) подготавливает адресата к восприятию того, что сообщит автор или предложит что-то новое, неожиданное. В классической риторике существуют несколько различных видов введения, основным назначением которых было – возбуждение интереса к предмету сообщения: 1) введение, возбуждающее любопытство; его цель – показать, что субъект сообщения важен и интересен; 2) введение парадоксальное – показать, что хотя предлагаемое сообщение кажется невероятным, в конце концов его можно принять; 3) введение подготовительное – объяснить необычный способ представления сообщения, предупредить возможные недоразумения или извиниться за некоторые недостатки; 4) введение корректирующее – показать, что предметом данного сообщения незаслуженно пренебрегают, не понимают или неправильно представляют; 5) введение повествовательное – вызвать интерес к предмету сообщения, выбрав анекдотическое начало [2, с. 279-280]. ТТР свойственны введения «подготовительные» и «возбуждающие любопытство». Пример с «подготовительным» введением: *Developments in eccentric screw pumping have been very conservative. Concepts are still applied today which were in wide spread use 20 years ago. Attempts to enhance the screw pumping effect, by adjusting rotor/stator geometry for example have repeatedly yielded only variations in existing performance /WP, 40/.*

Введения, возбуждающие любопытство: *Whenever we start and stop the pump it needs to be brought up to speed or back to standstill otherwise it causes chaos in the water distribution network possibly leading to pressure surges. To do this without the Commander's internal speed ramp and soft start we would need to use a throttle which is not energy efficient /W, 2/.*

*The whole industry have moved forward, driven by a combination of advances in technology and the growing issue of energy costs and environmental needs. Now, advances control systems can provide significant savings throughout the industry whilst offering many other important advantages /CCDV, 8/.*

Информируя аудиторию о предмете сообщения, автор не только помогает сориентироваться читателю, но, что еще более важно, пытается убедить аудиторию в том, что предмет сообщения действительно стоит внимания адресата. Можно привлечь внимание аудитории, показав важность предмета сообщения или его соответствие интересам читателя, его запросам: *Undoubtedly purpose-built energy recovery turbines provides the most efficient method. But economic realities dictate that this is not always feasible. Hayward Tyler have therefore developed a range of submersible generators to provide a simple, reliable and low cost means of recovering energy /HT, 1/.* В данном введении подчеркивается важность проблемы с экономической точки зрения, вызвавшая необходимость разработки генераторов указанного типа.

*Mentor II is the latest version of Control Techniques most advanced DC drive that can integrate easily with other systems to provide total process control and the flexibility to meet the requirements of all modern manufacturing methods /CT, 1/.* Разработанная фирмой Control Techniques последняя версия дисковода удовлетворяет интересы производителей во всех современных производствах. *Advanced control systems can provide significant savings throughout the industry whilst offering many other important advantages /CCDV, 1/.*

Чтобы ввести рекламируемый объект и ознакомить с ним читателей, во введении в сжатом виде может быть предоставлена информация о сфере его применения и назначения: *This Horizontal Plunger pump is designed with flexibility in mind.*

**To Provide** – *Fluid end design and materials compatible with:  
a wide variety of liquids and slurries  
a wide range of pressures*

**To Meet** – *Essentially every industrial application /THS, 1/.*

Для оказания воздействия на адресата, повышения его доверия информации сообщению о предмете во введении могут быть представлены факты, свидетельствующие об авторитете фирмы-производителя и ее рейтинге на современном рынке: *Varley Pumps embody more than 50 years experience and development in pump manufacture – a combination which has established Varley as today's market leader /VDHGP, 1/.*

Для убеждения адресата в надежности рекламируемого устройства введение может включать указание на то, что объект соответствует требованиям, предъявляемым мировыми стандартами, такими, как API и ASME:

*Vertical can pumps  
according to AD- requirements  
API 610  
ASME – code VIII + IX  
Designed for inline applications with low  
NPSH /API, 2/.*

Для повышения достоверности сообщаемых сведений о характеристиках рекламируемого объекта и несомненной выгоде, получаемой в результате его использования, может быть представлена предыстория событий: *A Midland Water Company has increased efficiency and reduced maintenance cost after replacing an obsolescent borehole pump and motor drive.*

*South Staffordshire Water had severe vibrational problems with the old pump at its Somerford pumping station near Telford. The sixty-year old, 800 rpm pump was reaching the end of its working life and the forty-year-old shunt characteristic*

*NS a.c. motor driving it needed regular maintenance for wear and tear... So South Staffordshire Water opted for a 1,500 rpm pump driven by a 150 kW Control Techniques Commander – C DV frequency inverter /W, 1/.*

Вступление способно служить для введения нового термина: *The term «seal chamber» is used to identify the cavity between a bore and shaft into which a mechanical seal is installed. «Stuffing box» refers to the cavity designed to accept packing and enclosing the stationary parts surrounding a shaft. /API, 7/*

Принимая во внимание всё вышесказанное о введении, можно утверждать, что введение в ТТР по цели соответствует вступлению или экспозиции художественных текстов. Но отличается объемом, аудиторией, лингвистическим оформлением передаваемой информации. Введение в ТТР из области химического машиностроения, как правило, представлено 1-5 предложениями; иногда оно может отсутствовать совсем. Это объясняется стремлением автора не отнимать лишнее время у читателя, а также специальной технической подготовкой последнего, то есть наличием у него фоновых знаний в данной сфере деятельности. Введение отсутствует, когда адресат хорошо знаком с сутью вопроса и предмет сообщения сам по себе представляет значительный интерес. Во введении научно-технических текстов нечасто содержится указание на время и место происходящих событий. Принадлежность ТТР к научному стилю определяет набор лингвистических средств, применяемых во введении. Функция введения в ТТР – информирование читателя о референте и его подготовка к восприятию дальнейшей информации. В ТТР уже во введении используются конкретные термины (*DC drive, horizontal plunger pump, slurries, vertical can pumps*), аббревиатуры названий технических стандартов (*API, ASME*), приводятся технические характеристики (*800 rpm pump, 150 kW CDV frequency*) и названия материалов (*low NPSHa*). Во введении ТТР вводится, как правило, один референт.

Таким образом, назначение рекламных текстов является основанием для разграничения двух видов промышленной рекламы: технической и коммерческой. Первые состоят из нескольких субтекстов, объединенных общей темой; обязательным для них является описание области применения устройства, его особенностей (характерных черт) и преимуществ. Информация, представленная в текстах коммерческой рекламы, касается какой-либо особенной черты рекламируемого объекта или содержит простое перечисление его технических характеристик без подробного описания устройства или принципа действия. Композиция текстов технической и коммерческой рекламы, построенная в соответствии с разработанными классическими риторическими принципами и методиками убедительного предоставления информации и подбора демонстрационного материала, помогает оказывать воздействие на адресата, способствует эффективной передаче научно-технического сообщения. Введение как элемент композиции в ТТР имеет свою прагматическую направленность - ознакомить адресата с предметом сообщения, вызвав максимальный интерес к нему, убедив читателя в практической ценности, надежности и необходимости рекламируемого объекта. Для достижения данной цели используются подготовительные и возбуждающие любопытство виды введения, способствующие реализации коммуникативной функции всего ТТР.

## **SUMMARY**

*The article considers technical and commercial advertisements. Function and pragmativity of introduction as an element of technical advertisements composition are being analysed.*

## **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Каменская О.Л. Текст и коммуникация. – М.: Высшая школа, 1990. – 152 с.
2. Corbett P.J.E. Classical Rhetoric for the Modern Students. N.Y.: Oxford University Press, 1998. - 584 p.

## **ІЛЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ**

1. HT – Hydro Turbo 98. - Loucna, 1998. – 636 p.
2. IW – Industrial World. – USA, 1992. – 38 p.
3. WP – World Pumps. – UK, 1997. - № 367. – 62 p.
4. W – Water. – UK, 1995. – 20 p.
5. CCDV – Commander CDV. – USA, 1994. - № 2. – 22 p.
6. THS – Type HS. Horizontal Plunger Pumps. – USA, 1995. – 6 p.
7. VDHGP – Varley Double Helical Gear Pumps. – UK, 1996. – 16 p.
8. API – API 610. A Mechanical Seal Guide to API 610 Standard. – John Crane Incorporated, USA, 1990. – 64 p.

*Надійшла до редакції 6 червня 2006 р.*

## **РЕФЕРУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ІНТЕНСИВНОСТІ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ**

***І.М. Серебрянська***

*У статті розглядається проблема реферування в сучасному вузі, наводиться класифікація засобів реферування, обґрунтовується доцільність його використання на заняттях іноземної мови, його роль у зв'язку з тенденціями інтеграції вищої освіти України.*

Метою вивчення іноземної мови у вузі є практичне оволодіння різними видами мовної діяльності відповідно до профіля факультету. Під час вивчення іноземної мови практична мета пов'язана з виховною й загальноосвітньою метою. Навчальний матеріал, трактування його змісту й тематика сприяють вихованню студентів, розширенню їх світогляду. Відповідно до навчальної програми по закінченні курсу іноземної мови студенти повинні читати з повним розумінням художню літературу та літературу за своєю спеціальністю, володіти усним монологічним та діалогічним мовленням у межах побутової та спеціальної тематики, сприймати іноземну мову в нормальному для даної мови темпі, перекладати з іноземної мови на рідну тексти відповідної тематики. Одним із засобів підвищення інтенсивності навчання іноземній мові у вищому навчальному закладі є реферування. Ми поставили перед собою завдання розглянути поняття «реферування» з точки зору специфіки вивчення іноземної мови в немовних вузах, зробити огляд засобів реферування, розмежувати реферування як засіб навчання і засіб контролю відповідно до вікових груп студентів та визначити роль реферування у навчальному процесі у зв'язку із впровадженням в Україні інтегрованих форм навчання в системі вищої освіти.

Щодня кількість інформації у нашому суспільстві зростає. Добре це чи погано? З одного боку, звичайно ж, добре, адже у сучасного студента є можливість використовувати різні інформаційні ресурси при підготовці до занять (не лише підручники чи іншу літературу, а й інтернет-ресурси, користуватися технічними засобами), витративши на це менше часу. З іншого ж боку, такий великий потік інформації, з яким ми зустрічаємося сьогодні, може стати на заваді, якщо людина не вміє його сприймати, правильно ним оперувати. Для цього потрібні певні навички, адже без них можна просто розгубитися або ігнорувати корисну інформацію, яка надходить. У нашу інформаційну добу особливо зростає роль викладача. Допомогти студентові зорієнтуватися, вибрати основне, підтримати його – є одним із завдань педагога. І реферування в цьому відіграє неабияку роль.

Поняття «реферування» означає короткий виклад змісту якого-небудь питання з використанням одного чи декількох джерел інформації.