

PUBLICITATEA – DISCURS DE VULGARIZARE ȘTIINȚIFICĂ**Natalia MUCERSCHI***Universitatea de Stat din Moldova*

Studiată pe larg în ultimele decenii, publicitatea rămâne a fi un domeniu de investigație fascinant. Discursul publicitar este un hibrid care mimează diverse tipuri de discurs, printre care și discursul științific. În cele ce urmează vom aborda funcțiile publicității, printre care și cea de transmitere a cunoștințelor și deprinderilor într-un domeniu sau altul prin intermediul unui discurs de vulgarizare științifică.

Cuvinte-cheie: *publicitate, discurs publicitar, discurs de vulgarizare științifică, termeni, reformulare.*

ADVERTISING DISCOURSE – POPULAR SCIENCE DISCOURSE

There were made a lot of researches on advertising in recent decades, still it remains a fascinating field of study. Advertising discourse is often a hybrid discourse that seeks to mimic various types of discourse, including that of the science. In what follows, we will try to highlight the functions of advertising, including that it is a way to share specific knowledge and skills in a particular area using the popular science discourse.

Keywords: *advertising, advertising discourse, popular science discourse, terms, reformulation.*

Prezentat la 02.10.2015

în cadrul Colocviului Internațional

*Dialogisme et polyphonie dans les langages de spécialité –
vers une socioterminologie dynamique*

Publicat: august 2016