

**О. Н. Морозова**  
Пушкин, Россия

**O. N. Morozova**  
Pushkin, Russia

**ОСОБЕННОСТИ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО  
КОНТЕНТА СОВРЕМЕННЫХ БРИТАНСКИХ  
ПОЛИТИЧЕСКИХ ПЕРСОНАЛЬНЫХ САЙТОВ**

**FEATURES OF LINGUISTIC CONTENT  
OF MODERN BRITISH POLITICAL  
PERSONAL WEBSITES**

**Аннотация.** *Анализируются основные компоненты политических персональных сайтов британских политиков — действующих членов парламента Великобритании, особенности языковой репрезентации и композиционного построения.*

**Abstract.** *The paper analyzes the main components of the political personal websites of British politicians, current members of the British Parliament, especially their language representation and composition.*

**Ключевые слова:** *политическая интернет-реклама; политический персональный сайт; лингвистический контент; языковые средства воздействия.*

**Key words:** *political Internet/On-line advertising; political personal site; linguistic content; linguistic means to influence.*

**Сведения об авторе:** *Морозова Ольга Николаевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков.*

**About the author:** *Morozova Olga Nikolayevna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of Foreign Languages.*

**Место работы:** *Автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина».*

**Place of employment:** *Autonomous Educational Establishment of Higher Professional Education "Leningrad State University n. a. A. S. Pushkin".*

**Контактная информация:** *196605, г. Санкт-Петербург, Пушкин, Петербургское шоссе, д.10.  
e-mail: mail.olfrost@gmail.com.*

По мнению А. Е. Войскунского, «Интернет превратился в своеобразную лабораторию испытаний над естественным языком: там язык растягивают, сжимают, перемешивают, разбавляют и проделывают множество других чудных (с ударением на первый слог) и чудных (с ударением на второй слог) операций», что несомненно отражается на появлении как измененных языковых форм, так и совершенно новых. Отмеченная тенденция, подчеркивает далее автор, «накладывает обязанность изучать актуально идущие процессы языкового развития, обучать им и пытаться прогнозировать тенденции развития» [Войскунский 2001].

Как показал анализ британских персональных сайтов, их лингвистический компонент, так называемый контент, включает в себя два основных элемента: первый — это непосредственно текстовое содержание самого сайта, второй — информационные ресурсы, представленные на сайте. Особенностью второго компонента является то, что информация может быть представлена как в письменном виде, так и аудио- и видеофайлами, т. е. в устной форме. Компьютерная среда никак не влияет на языковую репрезентацию информационных источников, они полностью соотносятся с языковыми формами и жанрами любой традиционной среды (газета, публичная речь, отчет, устав и др.). Что касается первого компонента, то влияние интернет-среды не вызывает сомнения. Этот процесс отмечается многими учеными, как лингвистами, так и представителями других отраслей науки.

В целом стиль персональных политических сайтов можно определить как близкий к публи-

цистическому. Он характеризуется: 1) лаконичностью изложения, экономией языка; 2) отбором языковых средств с целью добиться доходчивости изложения; 3) употреблением общественно-политической лексики и фразеологии, заимствованной из других стилей; 4) использованием речевых стереотипов, клише; 5) жанровым разнообразием и разнообразием языковых средств, многозначностью, эмоционально-экспрессивной лексикой; 6) смысловой и информативной насыщенностью; 7) демонстративностью.

Ключевыми элементами сайта являются шапка-заголовок, визуальные средства, рубрики, основной текст/тексты, подзаголовки, вставки и рамки, девизы, слоганы, логотипы, автографы, различные знаки и символы.

Многие считают шапку-заголовок самым важным элементом сайта. Термин «заголовок» относится к словам, которые стоят в самом начале страницы сайта, т. е. к таким, которые будут прочитаны первыми и располагаются так, чтобы привлечь наибольшее внимание. Поэтому заголовок обычно набирается более крупным шрифтом, чем остальная часть страницы. Для политических персональных сайтов характерным является то, что шапка-заголовок состоит из нескольких элементов: имени политика, его фотографии, подзаголовка, слогана, фонового рисунка, символики партийной или государственной принадлежности политика. Заголовок выполняет три функции:

- привлекает внимание;
- представляет владельца сайта;
- идентифицирует его политическую принадлежность.

Шапки-заголовки в политической рекламе носят информативный характер, позиционируя владельца сайта, представляя его имя, образ и направление деятельности. Заголовок сайта — это имя его владельца, которое имеет четкое, понятное графическое изображение.

На большинстве сайтов отмечено использование подзаголовков, которые набирают более мелким шрифтом, чем заголовки, но почти всегда более крупно, чем основной текст. Подзаголовки могут быть выделены жирным шрифтом или контрастным цветом. Назначение подзаголовка — передать ключевое политическое побуждение. Чаще всего подзаголовок представлен в виде девиза-слогана, который становится своего рода «боевым девизом» политика. В самом деле, английское “slogan” (девиз) восходит к галльскому слову, буквально означающему ‘боевой клич’. Девиз преследует две основные цели: обеспечивает последовательность в проведении рекламных кампаний и дает возможность коротко изложить ключевую позицию или идею, которая должна ассоциироваться с конкретным политическим деятелем и идентифицировать его в коротком и запоминающемся утверждении; кроме того, девиз может выражать корпоративную политическую установку. Эффективный лозунг должен быть кратким, простым, запоминающимся, легко воспроизводимым, помогающим дифференцировать политического деятеля на фоне конкурентов [Бове, Аренс 1995].

Содержание сайта выстраивается психологически комфортно и включает в себя как текстовые, так и графические, изобразительные, аудио-, видеокomпоненты. Используется сильный прагматический стиль речи. Степень социальной дистанции между владельцем и посетителями сайта нивелируется. Во-первых, вниманию гостей представляются фотографии из личного архива лидера, касающиеся всех сторон жизни, как связанных с политической деятельностью (работа, встречи, заседания, визиты), с критическими жизненными ситуациями, так и с личной жизнью (досуг, семья, отдых). Фотоальбом постоянно обновляется, демонстрируются новые коммуникативные роли политика, что формирует у пользователей ощущение сопричастности. Во-вторых, текст-приветствие, открывающее главную страницу, представляет владельца сайта как сильную языковую личность, владеющую коммуникативной инициативой. Кроме того, на сайте имеется косвенная информация (биография, новости, информация о выборах), организация которой является сильным личностным продуманным ходом. Дискурс политической интернет-рекламы предполагает эмоциональное воздействие на собеседника за счет актуализации общественно и лично значимых отношений — солидарности, гражданственности и т. д. [Компанцева 2004].

Важнейшее свойство Интернета — интерактивность, возможность незамедлительной об-

ратной связи — широко используется политическими лидерами и представлено разнообразными формами.

Политические сайты демонстрируют демократическую стратегию коммуникации: в них осмыслению подвергаются отдельные политические ситуации; выражена позитивная ориентированность на собеседника, в том числе на политических противников; нежелательные темы коммуникации не запрещаются, а вытесняются другой информацией. Отмечается, что создатели сайтов «изобретательны и мобильны в применении контактоустанавливающих средств, учитывают желания собеседников, проявляют коммуникативную гибкость, эмпатию, улавливают множественность смыслов, формируют впечатления и мнения посетителей на уровне подтекста. Язык, дискурсивная представленность сайтов — средство политической идентификации лидеров, поэтому политики уделяют значительное внимание когнитивно-прагматической оформленности интернет-дискурсов: характеру аргументов, речевым структурам демагогии, представленности другого, оценкам личностей как союзников, так и противников. Коммуникативно привлекательный лидер, способный на осознанный риск и открытое общение, мог бы завоевать симпатии пользователей. Политики пытаются отыскать новые способы думать и действовать, т. е. сочетать прагматику и когниции нового времени» [Компанцева 2004].

Политический дискурс характеризуется четкой прагматической направленностью, которая выражается в задаче формирования общественного мнения путем воспроизведения и оценки событий, явлений и процессов социальной жизни. Современные политологи определяют политику как особый сложный вид деятельности и имеющий отношение к искусству исполнения, а не созидания. Современная политология признает невозможным рассмотрение политических структур и процессов в отрыве от рассмотрения обслуживающего их языка. Известное изречение «слово есть дело» справедливо именно для политиков.

В целом под политическим языком понимают особую знаковую систему какого-либо национального языка, предназначенную для политической коммуникации: для пропаганды тех или иных идей, эмотивного воздействия на граждан страны и побуждения их к политическим действиям, для выработки общественного консенсуса, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе.

Языковые особенности современных британских политических персональных сайтов во многом определяются массовостью рекламы как источника информации, ее ориентированностью на среднестатистического потребителя, что предполагает общедоступность и простоту изложения материала. Требование демокра-

тичности языка обуславливает использование в рекламном тексте значительного числа разговорных слов. Рекламный текст должен быть коротким, что обусловлено требованием целостности единовременного его восприятия, но при этом должен заинтересовывать реципиента и подталкивать его к определенным действиям. Отсюда максимальная сжатость изложения, что отражается на синтаксической структуре сообщений в сочетании с яркой выразительностью и образностью, создаваемыми в основном лексическими средствами [см. Филимонов 2009: 15].

Предшественником данного электронного жанра является политическая предвыборная листовка, назначение которой — представить кандидата в депутаты избирателям. Это доказывает тем, что некоторые персональные страницы представлены именно в виде листовки: они представляют собой одну страницу электронного текста с фотографией и краткой информацией о политическом деятеле. Стиль — официальный, с некоторыми элементами разговорности (Hello and welcome to my website. If you need to contact me or require any information I can help with, please get in touch), в основном направленной на создание впечатления прямого контакта за счет реализации апеллятивной функции — прямой адресованности информации.

Приведем пример:

*John Randall MP*

*Member of Parliament for Uxbridge & South Ruislip, including Cowley, Hillingdon, Ruislip Gardens, Ruislip Manor, south Eastcote and Yiewsley in the London Borough of Hillingdon.*

*Hello and welcome to my website. If you need to contact me or require any information I can help with, please get in touch:*

*Address: John Randall MP House of Commons London*

*SW1A 0AA*

*Telephone: 020 7219 6885*

*Fax: 01895 904914*

*Email: randallj@parliament.uk [Please enable JavaScript to see email address.]*

*Advice surgeries: I hold regular advice surgeries for people to raise problems and issues that affect them. Should you need my help or want to discuss a matter of concern, please come along.*

*Advice surgeries are held at the Civic Centre, High Street, Uxbridge, on Friday evenings from 5pm to 6.30pm, on the following dates:*

*Friday, July 2nd, 2010*

*Friday, July 16th, 2010*

*Friday, September 3rd, 2010*

*Friday, September 10th, 2010*

*Friday, September 24th, 2010*

*Friday, October 8th, 2010*

*Friday, October 22nd, 2010*

*Friday, November 5th, 2010*

*Friday, November 19th, 2010*

*Friday, December 3rd, 2010*

*Friday, December 17th, 2010*

(<http://www.johnrandallmp.com/>)

Если распечатать этот текст, получится хорошая для рассылки или раздачи на улице агитационно-информационная листовка. Справедливости ради следует сказать, что таких сайтов очень мало. Интернет-коммуникация предоставляет широкие возможности для более эффективного использования интернет-пространства и электронного канала связи в политических целях, что, несомненно, влияет на использование языковых средств.

Употребляемую в текстах сайтов лексику можно разделить на следующие группы:

- обиходная лексика;
- политическая терминология;
- электронные вкрапления;
- сокращения и акронимы.

Сокращения также подразделяются на ряды: *общеупотребительные* (Thu 4th Mar 2010; Q&A — questions and answers, teens), *политические*, часто сопровождающиеся расшифровкой (CBE MP; PPS — Parliamentary Private Secretary; National Lib Dems; DECC — the Department of Energy and Climate Change) и *электронные* (FAQ, e-newsletters). Стремление к рационализации языка и экономии языковых усилий в условиях электронного дискурса ведет к использованию этих языковых средств.

По отбору лексики и нормативности синтаксиса электронный политический текст сближается с письменным текстом, однако прагматическая коммуникативная установка сообщения обуславливает наличие элементов разговорной речи. Интересны с этой точки зрения тексты, адресованные конкретной аудитории. Парламентарий на своем сайте в разделе “Teens” обращается к подросткам:

*We know that you're too busy fighting off your biological urges and being l33t hax0rs to Get Involved, but politics is cool, m'kay? Nobody ever seems to do anything for The Kids! All the decisions are made by suits, man. That's so lame!!! We know you think of yourselves as responsible citizens, but what you wanna do is turn that thought into an action, dudes.*

*Get involved — to the extreme!*

*The BBC politics for kids/teens site is, like, totally wacked! Ditto for the Parliament education site, which even has a section for younger yooof. Fanta-stick!*

*YoungGov is totally the business for having your say, and there are even wicked Youth Parliament sites for the UK, Scotland and Europe.*

*(Hey, chill with the anti-Europe vibes already! You totally won't be able to wear the word 'fcuk' on your shirt anymore if we break our connection with France, y'dig? ROFFLE!)*

*So, cut it with the bling bling and do something for the community, man. Join in and take action with any of the groovy sites we've listed, or just drop Tom a line for a quiet rap by the electronic e-mail. Tom's well-up on the Interwebnet, and he won't harsh your buzz or dis you down the line.*

(<http://www.tom-watson.co.uk/teens/>)

В данном примере скорее следует говорить о небольшом вкраплении политической терминологии: текст полностью построен на использовании молодежного сленга с большим количеством сокращений, неправильно написанных слов, сниженной разговорной лексики. С точки зрения синтаксиса отмечаются очень короткие простые предложения с некоторыми опущениями и инвертированным порядком слов — это также примета разговорного стиля. Эмоциональность данного обращения выражается в большом количестве вопросительных, восклицательных и побудительных предложений. Автор явно демонстрирует популистские приемы, желает показать себя понимающим другом подросткового сообщества и завоевать его доверие.

Отличие от письменной речи в политической интернет-коммуникации просматривается и в других текстах, представленных на сайтах. Им свойственны простота и лаконичность, более короткие фразы, преобладание простых и неполных предложений, такие элементы разговорной речи, как разного рода сокращения, вводные речения и предложения вставки и т. п. Доходчивость и понятность являются важными характеристиками этого типа дискурса, для достижения которых, по мнению Э.-О. Герке, продуценту (коммуниканту) необходимо выбрать верный стиль, сделать семантическую структуру текста максимально пластичной для читателя и достичь максимальной когерентности [Gerke 1995: 164]. Иными словами, коммуникант должен выбрать соответствующие лексические и грамматические средства (временные формы глагола, порядок слов и пр.), соблюсти принцип языковой экономии, проверить текст на наличие терминов и понятий, требующих определения, построить переходы между частями текста с помощью введения в текст причинно-следственных связей и пропозиций [Саенко 2004: 351].

Выбор языковых средств диктуется и содержанием. Например, в разделе «Биография» данные о политическом деятеле могут быть представлены не только небольшим эссе, но и в виде CV (curriculum vitae) с полным соблюдением требования делового стиля. Следует отметить, что это характерно для информативных сайтов, на них практически отсутствуют какие-либо интерактивные инструменты, за исключением электронной почты. Они не персонифицированы, материал излагается от третьего лица или с использованием неопределенно-личных конструкций:

*Helen will be holding surgeries at Warrington Town Hall on the following dates...*

*If you live in Warrington North and want to get in touch with Helen, then ...*  
(<http://www.epolitix.com/mpwebsites/mpwebsitepage/mpsite/helen-jones/mppage/is-helen-my-mp/>).

Важной отличительной чертой политического дискурса является направленность на диалогизацию высказывания, что обусловлено «не-

посредственностью» контакта с адресатом. Это выражается в употреблении различных апелляционных конструкций, в том числе вопросно-ответной формы, вопросов, заданных аудитории, и др. Соотношение элементов письменной и устной речи в политическом дискурсе может меняться в зависимости от конкретных экстралингвистических факторов.

Большое значение для восприятия текста на экране имеет расположение смысловых единиц текста. До сих пор в психологии чтения считалось, что начало и конец печатного материала понимаются и запоминаются лучше. Однако исследования показали, что окончание текста запоминается хуже остального материала [Осипова 1983: 23]. В связи с этим наиболее важная и зрительно выделенная информация представлена именно в верхней части электронной страницы. Это тем более важно для электронной страницы, так как пользователи часто не прокручивают ее до конца и читают лишь ее верхнюю часть. В этой части размещается в основном меню сайта и приветственный (Welcome) или благодарственный (ThankYou!) тексты. Обязательно в этой части наличие фотографии депутата, иногда к ней добавляется видеоподкаст, что делает текст-обращение еще более личностным и увеличивает его эмфатику.

Приветственные тексты совмещают в себе две функции — информативную и фатическую. Первая сводится к представлению и сообщению о назначении; иногда в текст включаются и навигационные ссылки по сайту:

*Hello and welcome to my website which I hope you find both useful and informative. I am proud to be the MP for Sutton and Cheam and have been representing this constituency since 1997. On this site you can keep up to date with my work in my constituency and in Parliament. You can also find information on how to contact me.*

*PaulBurstow MP.*

В приведенном тексте заявлено тематическое направление сайта, фатичность реализуется за счет апеллятивных средств (приветствие — *Hello and welcome*, а также использование личных местоимений *I — you*, создающих впечатление прямого обращения к каждому адресату).

Приведем еще пример:

*Welcome to my website*

*It is an honour and a privilege to have been re-elected as the Labour Member of Parliament for Wakefield on 6th May 2010.*

*I hope this website can provide useful information about the job I have done as your MP since 2005.*

*From this website you can find out about my recent campaigns and activities in both Wakefield and Westminster. You can also find out how to contact me at my office in Wakefield city centre and a full list of my surgery dates and times.*

*Want to visit the House of Commons? I'm always happy to organise gallery tickets and tours*

*for local groups or constituents. Contact me if you'd like to come and see your MP in action.*

*I hope that you will return to this website regularly to keep up to date with my activities.*

(<http://www.marycreagh.co.uk/>)

Этот текст-приветствие отличается лишь тем, что внутри него содержатся ссылки, которые, собственно, составляют часть меню сайта, на наиболее важную и востребованную адресатом информацию.

Основное назначение благодарственных текстов — реализация фатической функции, создание дружеской, доверительной атмосферы общения. Такие тексты выделяется и графически, курсивным начертанием: это подчеркивает, что сообщение написано лично. В конце текста помещается подпись политика. Благодарности представляют собой обращения от первого лица в разговорном стиле с большим количеством эмоционально маркированной лексики. Например:

*I was very pleased indeed to be returned as the Member of Parliament for Tewkesbury at the recent General Election. It has been my pleasure and privilege to have served the area since 1997 and I look forward to doing so for this Parliamentary term.*

*The boundaries of the seat changed this time. I lost Leckhampton, Up Hatherley and Warden Hill to Cheltenham, but gained Longlevens from Gloucester and Swindon Village Ward from Cheltenham. These changes were as a result of decisions taken by the Boundary Commission.*

*I should like to take this opportunity of thanking everyone who turned out to vote for me. Equally, I would say that I shall do my best to represent the interests of everyone in the constituency, regardless of how they voted or if they didn't vote at all. That is the role of a Member of Parliament.*

*With that in mind, please do not hesitate to contact me if you feel I can help you with an issue or even if you just would like to let me have your views on anything. I shall be pleased to hear from you.*

(<http://www.laurence-robertsonmp.com/>).

Информационно данный текст не является значимым. Официально-вежливый стиль с использованием изысканных форм благодарности (*I should like to take this opportunity of thanking everyone*), стилистически маркированных языковых единиц — эмфатических конструкций (*I was very pleased indeed*), многократно повторяемых слов *pleased, pleasure* и др. — все это ярко демонстрирует желание автора завоевать симпатии избирателей, создать приятное впечатление для дальнейшего успешного сотрудничества.

Некоторые тексты совмещают в себе и благодарность, и приветствие.

*I would like to thank all the residents of the constituency who voted to re-elect me as their Member of Parliament. I am very grateful to have the opportunity to serve you again.*

*On this website you will find details of many of the issues and campaigns I am involved in locally, and the best way of contacting me.*

*I am here to serve all of you no matter how you voted, so please do get in touch with me if you think I can help.*

Email Ed: [vaizeye@parliament.uk](mailto:vaizeye@parliament.uk)

(<http://www.vaizey.com/text.aspx?id=1>)

Первый и третий абзацы написаны высоким официальным стилем, формальность которого несколько сглаживается использованием короткого имени Ed, свойственного дружескому общению и распространенному при оформлении контактных ссылок в интернет-коммуникации. Второй абзац заявляет тематику сайта.

Значимы для интернет-коммуникации и шрифтовые выделения (подчеркивания, курсивные или жирные написания, заглавные буквы). Однако при их употреблении следует соблюдать баланс, излишняя увлеченность этими средствами может привести к негативным последствиям. Подобное использование шрифта не только разнообразит текстовую презентацию, оно может загромождать страницу и затруднять восприятие текста. Кроме того, некоторые шрифты в «нетикете» имеют определенную семантическую нагрузку: например, прописные буквы означают крик или грубость в чатах и на форумах. Эти факторы могут привести к непониманию в процессе интернет-коммуникации и снизить эффективность воздействия сообщений на часть аудитории. Напротив, использование рисунков, эмодзи, пиктограмм и фотографий, включенных в семантическую структуру текста, чаще всего облегчает восприятие текстового массива и производит положительный эффект. Означенные элементы помогают быстро ориентироваться по сайту и находить необходимые инструменты для работы с ним.

Как отмечают исследователи, «лингвистический дизайн определяется технологиями Интернета и потребностями коммуникации и, как следствие, отражает, с одной стороны, особенности контекста коммуникации в сети Интернет, с другой — типологически релевантные характеристики языка, социолингвистические традиции и особенности общения в конкретной кодифицированной ситуации общения» [Атабекова 2002]. На пространстве веб-страницы осуществляется концептуализация знаний: пользователь извлекает из текста некоторую совокупность знаний и перерабатывает их. Иными словами, протекают процессы понимания и вербализации, причем категория знания является ключевой, объединяющей эти два процесса [см. Городецкий 1989: 26—27].

Выбор стиля изложения, языковых средств, композиционного построения текста на политическом персональном сайте диктуется как особенностями целевой аудитории (речевые стереотипы, менталитет, уровень образования, преобладающие типы восприятия), так и инди-

видуальными предпочтениями владельца сайта. Спектр языковых возможностей и речевых методик воздействия на аудиторию в политической интернет-коммуникации чрезвычайно широк. Умелое использование языковых ресурсов, грамотное и творческое сочетание стилистических приемов способны обеспечить ей подлинный успех и эффективность.

#### **ЛИТЕРАТУРА**

Атабекова А. А. Лингвистический дизайн WEB-страниц: проблемы «коммуникативных неудач» // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах (Communication Across Differences). Коммуникация-2002 : материалы междунар. науч.-практ. конф. 2002. Ч. 1. URL: [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/a/atabekova.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/a/atabekova.shtml) (дата обращения: 16.04.2009).

Бове К. Л., Аренс У. Ф. Современная реклама. 1995. URL: [http://polbu.ru/arens\\_advert/](http://polbu.ru/arens_advert/) (дата обращения: 25.09.2010).

Войсунский А. Е. Развитие речевого общения как результат применения Интернета // Социальные и психологические последствия применения информационных технологий : интернет-конференция / НР-Портал; Сообщество профессионалов; МГУ. 2001. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/razvitierechevogo-obshcheniya-kak-rezultat-primeneniya-interneta>

(дата обращения: 15.09.2010).

Городецкий Б. Ю. Компьютерная лингвистика: моделирование языкового общения // Новое в зарубежной лингвистике: пер. с англ. / сост., ред. и вступ. ст. Б. Ю. Городецкого. — М.: Прогресс, 1989. Вып. 24 : компьютерная лингвистика.

Компанцева Л. Ф. Дискурс-анализ украинского политического интернета (гендерный аспект) // Актуальные проблемы теории коммуникации : сб. науч. тр. 2004. URL: [http://www.russcomm.ru/rca\\_biblio/k/kompantseva.shtml](http://www.russcomm.ru/rca_biblio/k/kompantseva.shtml) (дата обращения: 25.09.2010).

Осипова Г. Ф. Работа руководителя с документами. — М.: Экономика, 1983.

Саенко А. Н. Содержательно-стилистические особенности информационных текстов в Интернете // Науч. зап. Луган. национального пед. ун-та. — Луганск: Альма-матер, 2004. Вып. 5. Т. 1. Сер. «Филологические науки». С. 350—360.

Филимонов А. Е. Риторические особенности текста политической рекламы (на материале английского языка) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — М., 2009.

Gerke E.-O. Meinen — Verstehen — Verständigung. Zu den Verstehenskonzepten von H. Paul Grice, Jürgen Habermas, Hans Hörmann und Friedrich D. E. Schleiermacher // Deutsche Sprache. 1995. Jahrgang 23.

***Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. И. А. Стернин***