



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение  
высшего образования  
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра зарубежной филологии и прикладных коммуникаций  
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

На тему «Прагматические характеристики университетского  
дискурса (на примере сайтов британских университетов)»

Исполнитель \_\_\_\_\_ Дубровина Ангелина Андреевна \_\_\_\_\_

Руководитель \_\_\_\_\_ к.ф.н, доцент \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Родичева Анна Анатольевна \_\_\_\_\_

«К защите допускаю»

И.о. заведующего кафедрой

\_\_\_\_\_ к.ф.н., доцент \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Родичева Анна Анатольевна \_\_\_\_\_

«16» июня 2023г.

Санкт-Петербург

2023

## Содержание

Введение.....	3
Глава I. Теоретические основы исследования .....	6
1.1. Использование прагматических свойств языковых единиц для создания текста веб-сайта.....	6
1.2. Теоретические основы исследования дискурса .....	10
1.3. Виртуальный дискурс и его характеристики .....	12
1.4. Особенности университетского дискурса .....	16
1.5. Особенности системы высшего образования Великобритании.....	19
Выводы по Главе I.....	21
Глава II. Особенности университетского дискурса на сайтах британских университетов.....	24
2.1. Композиционная структура сайтов британских университетов .....	24
2.1.1. Разделы главной страницы университета.....	27
2.1.2. Миссия университета как обязательный компонент организационной структуры сайта британского университета .....	30
2.1.3. Композиционная структура страницы Undergraduate на сайте университета.....	33
2.2. Прагмалингвистические особенности сайтов британских вузов.....	34
2.2.1. Использование графических средств при оформлении сайтов британских вузов.....	37
2.2.2. Использование лексико-грамматических средств при оформлении сайтов британских вузов.....	40
2.2.3. Использование синтаксических средств при оформлении сайтов британских вузов.....	42
2.2.4. Использование стилистических средств при оформлении сайтов британских вузов.....	47
Выводы по главе 2.....	50
Заключение .....	51
Список литературы .....	53

## Введение

В данной работе была рассмотрена структура и прагматические характеристики сайтов британских университетов, а также были проанализированы отличительные лингвистические признаки презентации британских университетов в Интернете и их контента. В ходе исследования была предпринята попытка выявить связь между организацией информационного пространства, структуры электронного текста университета с невербальными текстами и вербальным выражением миссии университета и повышением статуса учебного заведения при обращении к электронной среде вуза.

Интернет-коммуникация является наиболее активно развивающимся сегментом массовой коммуникации, поэтому исследование такого коммуникативного феномена, как университетский дискурс, является актуальным. Проблема научного осмысления соотношения данной категории с категорией дискурса, а также вопрос разнообразия ее видов и особенностей функционирования в интернет-пространстве продолжает привлекать интерес исследователей. Полученные результаты могут быть использованы для дальнейшего изучения образовательного дискурса, а также в качестве ресурса для статей по лингвистике. Данное исследование может быть использовано как дополнение к вопросу о гипертексте и дискурсе университетов.

**Цель** работы заключается в исследовании прагматических характеристик сайтов британских университетов.

Для достижения цели нами ставятся следующие **задачи**:

- изучить теоретические основы исследования университетского дискурса;
- выявить характеристики виртуального университетского дискурса;

-исследовать прагматические особенности сайтов британских университетов.

**Объектом** исследования является виртуальный дискурс сайтов британских университетов.

**Предмет** - прагматические характеристики университетского дискурса.

**Материалом** исследования являются сайты британских университетов.

**Методологической базой** данного исследования послужили научные труды, таких ученых, как: Т.А. ван Дейк, А. Кибрик, О.В. Лутовинова, М.М. Бахтин, Ч. Моррис, Ч. Пирс, Дж. Остин, Дж. Сёрл, Л.С. Бархударов, З. Харрис и др.

В изучении данной темы были использованы следующие **методы исследования**: метод классификации; метод сравнения; методы анализа и синтеза; метод обобщения; метод прагмалингвистического анализа.

**Практическая ценность** данной работы заключается в том, что полученные выводы могут быть использованы в качестве ресурса для разработки веб-сайтов университетов, а также для анализа и сравнения сайтов других образовательных учреждений. Кроме того, данное исследование может быть полезным для маркетологов и PR-специалистов, занимающихся продвижением университетов в Интернете-пространстве.

**Апробация.** Результаты исследования были представлены в виде доклада и статьи на тему «Pragmatic Characteristics of British University Sites» на студенческой научной конференции Санкт-Петербургского государственного университета промышленных технологий и дизайна 20-21 апреля 2023 года, а выступление и статья на тему «Прагматические характеристики дискурса сайтов британских университетов» были представлены на Международной научно-практической конференции «Молодежь и наука: сегодня и будущее», в Атырауском университете имени Х. Досмухамедова 10-19 апреля 2023 года.

**Структура работы.** Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав и заключения. Во введении определяется актуальность

работы, формулируется основная цель и задачи, обосновывается объект и предмет исследования работы, а также обозначается методологическая база, материал исследования и практическая значимость работы. В первой главе рассматриваются вопросы описания дискурса с прагмалингвистической точки зрения, а также университетский и виртуальные дискурсы, их главные характеристики и особенности. Во второй главе проведен анализ прагматических характеристик университетского дискурса на примере сайтов британских университетов. В заключении представлены основные выводы по данному исследованию.

## **Глава I. Теоретические основы исследования**

### **1.1. Использование прагматических свойств языковых единиц для создания текста веб-сайта**

Прагматика, как термин, имеет свои корни в греческом слове «дело», а его название указывает на то, что изучается язык в действии, его живая функция. Этот термин был введен Чарльзом Моррисом впервые. Ч. Моррис определяет прагматику как область семиотики, которая исследует, как знаки возникают, используются и влияют на поведение тех, кто их интерпретирует. [26].

Согласно же Л.С. Бархударову, прагматика охватывает все вопросы, связанные с пониманием языковых единиц и речевых произведений участниками коммуникативного процесса, а также с их различной интерпретацией в зависимости от языкового и неязыкового опыта людей, участвующих в общении [3].

Впервые же теория о высказывании была разработана Дж. Остином и Дж. Сёрлем. Данная теория позволяет понимать речевые акты как активные процессы взаимодействия между людьми. Принципы, которые определяют прагматические особенности - это учет потребностей и постоянное развитие с целью адаптации в изменчивых условиях [27].

Прагматика, согласно философам и семиотикам Ч. Моррису и Ч. Пирсу, связана с взаимодействием между знаком и тем, кто его создает и понимает - интерпретатором. Это означает, что прагматические особенности включают в себя учет потребностей и социокультурных факторов пользователей, а также постоянное развитие и адаптацию к изменяющимся условиям [26].

Исходя из всех толкований, данных исследователями в прагматике, можно определить общее мнение о прагматике и дать определение. Прагматика - это область лингвистики, которая изучает использование языка в контексте коммуникации. Она исследует, как люди используют язык для достижения своих целей и как контекст влияет на выбор языковых форм и выражений. Прагматика изучает, каким образом различные социальные, культурные и эмоциональные факторы влияют на коммуникацию. Контекст может включать в себя физическое окружение, социальную ситуацию, культурные нормы и традиции, а также предыдущие разговоры и отношения между говорящими. Все эти факторы могут влиять на то, как мы понимаем и используем язык [10].

Прагматика имеет практическое значение для обучения языку и перевода. Изучение прагматики помогает понимать не только грамматические правила и лексику, но и тонкости использования языка в различных ситуациях. Это позволяет коммуникантам говорить более естественно и эффективно в ситуациях реального общения. В целом, прагматика является важной областью лингвистики, которая помогает нам лучше понимать язык и использовать его для достижения наших целей в жизни [10].

Мэй предлагает изучать прагматические функции языкового использования в естественных повседневных ситуациях общения с помощью двух методов. Первый метод основывается на наблюдении за фактическим материалом диалогов и описании всех вариантов выбора языкового оформления высказываний для достижения максимальной эффективности общения. Второй подход выходит за рамки диалога и устанавливает минимальные условия для успешной интеракции на лингвистическом и социокультурном уровнях, демонстрируя лингвистическое отражение социальной интеракции [25].

Оба метода помогают изучать прагмалингвистику. Кроме того, прагмалингвистика также включает в себя исследование прагматических

функций коммуникативного акта, вежливости и построения речевого акта. Прагмалингвистика - это область филологических исследований, которая изучает языковое использование в рамках коммуникативной лингвистики. Она фокусируется на выборе языковых форм для выражения интенции адресанта и исследует прагматические функции коммуникативного акта, вежливости и построения речевого акта. Прагмалингвистический анализ - это метод изучения языкового использования, который фокусируется на прагматических функциях языка в контексте коммуникации. Он основывается на анализе речевых актов и их целей, а также на изучении контекста, в котором эти акты происходят. При проведении прагмалингвистического анализа исследователи обращают внимание на выбор языковых форм и выражений, которые используются для достижения определенных целей коммуникации. Этот метод позволяет более глубоко понимать, как язык используется в реальной жизни и как его использование может быть оптимизировано для более эффективной коммуникации [23].

При анализе теоретических материалов с использованием прагмалингвистического анализа по теме исследования были выявлены следующие особенности изучения сайта:

1. Контекстуальность: сайт должен учитывать контекст, в котором он будет использоваться, например, целевую аудиторию, цели и задачи, которые он должен решать.

2. Функциональность: сайт должен быть функциональным и удобным для использования, чтобы пользователи могли быстро и легко найти нужную информацию или выполнить нужное действие.

3. Интерпретация: сайт должен быть понятным для пользователей и не вызывать недопонимания. Языковые выражения и термины должны быть использованы в соответствии с контекстом и понятными для целевой аудитории.



4. Социокультурные факторы: сайт должен учитывать культурные и социальные нормы и правила, которые могут влиять на восприятие и использование сайта. Например, учитывать культурные различия в предпочтениях цветовой гаммы или стилях дизайна.

5. Динамичность: сайт должен постоянно развиваться и изменяться в соответствии с изменением потребностей пользователей и технологическими изменениями. Новые функции и возможности должны быть добавлены в соответствии с потребностями пользователей и изменениями в технологиях.

В контексте сайта, прагматические особенности означают учет целей и задач, которые он должен решать, а также социокультурных факторов и потребностей пользователей. Важно использовать понятные термины и языковые выражения для целевой аудитории и создавать удобный и функциональный сайт. Прагматика также включает постоянное развитие и адаптацию сайта к изменяющимся потребностям пользователей и технологическим изменениям. Например, прагматика может помочь определить, какие языковые выражения и термины должны быть использованы на сайте, чтобы они были понятны целевой аудитории [6].

Сайт является средством коммуникации между владельцем сайта и его посетителями. Прагматика помогает определить цели и задачи, которые должен решать сайт, а также учитывать контекст использования сайта пользователем. Например, если целевая аудитория сайта - люди, не знакомые с техническими терминами, то использование специализированной лексики может привести к непониманию и отталкиванию посетителей. Прагматика также помогает определить, какие элементы сайта должны быть выделены для достижения конкретных целей, какие могут быть упрощены или исключены. Таким образом, прагматика является важным инструментом для создания эффективного и успешного сайта [6].

В целом, прагматические особенности сайта означают учет контекста использования сайта, целей и задач, которые он должен решать, а также учет социокультурных факторов и потребностей пользователей. Важно использовать языковые выражения и термины, которые понятны целевой аудитории, а также создавать функциональный и удобный для использования сайт. Прагматика также означает постоянное развитие и изменение сайта в соответствии с изменением потребностей пользователей и технологическими изменениями.

## **1.2. Теоретические основы исследования дискурса**

Понятие «дискурс» является не новым в области науки, но оно привлекает внимание различных исследователей и все чаще дает новую интерпретацию современным научным парадигмам. Тем не менее его повсеместное использование для изучения языка следует отнести к более позднему периоду - нынешнему. Незнание четкого определения дискурса привело к тому, что это определение стали использовать для обозначения различных понятий: речи и текста. Так, Л.А. Шарикова в своей работе «Основы теории дискурса: словарный дискурс» пишет, что «дискурсу, наиболее важному понятию в когнитивной лингвистике, все еще не хватает четкого определения. Дискурс обычно рассматривается как текст, который вовлечен в коммуникативный сценарий и имеет множество измерений» [22, с. 18].

Данное суждение подтверждается в работах З. Харриса. Американский лингвист занимался вопросами анализа дискурса. Ученый утверждает, что все языковые события существенно связаны, и определяет дискурс как «последовательность предложений, произносимых человеком в определенной ситуации» [24, с. 34]. По мнению З. Харриса, мы можем не знать, что говорит текст, но мы можем узнать, каким образом это происходит - каковы закономерности повторения его основных морфем. Это означает, что

предложения и высказывания не имеют смысла вне контекста, т.е. языковой ситуации, а значит, и вне дискурса[24].

Среди множества определений дискурса выделим некоторые из наиболее широко признанных и часто цитируемых. Т.А. ван Дейк, профессор Амстердамского университета, дает толкование дискурсу в широком смысле, определяя его как комплексное коммуникативное событие: «Дискурс есть коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и проч. контексте. В зависимости от контекста он может быть представлен как разговор или монолог с другим человеком, или же в любом другом возможном контексте» [21, с. 67].

Согласно определению лингвиста А. Кибрика, термин «дискурс» (фр. *discours*, англ. *discourse*, от лат. *discursus* 'бегание взад- вперед; движение, круговорот; беседа, разговор') означает «речь, процесс языковой деятельности; способ говорения» [8, с. 28].

Фундаментальное различие между речью и текстом заключается в их динамической и диалогической природе. Поэтому дискурс - это и процесс (коммуникация, контекст), и результат (текст) языковой деятельности [19].

М. В. Горбунова утверждала, что дискурс - это не только текст и речь, но и вопрос о связи между социальной сферой, языком и идентичностью. Этот термин возник в научных исследованиях как попытка объединить идеи «языка», «речи», «языковой деятельности» и «языковой личности». Эта методология может быть плодотворной и многообещающей для российской лингвистики, создавая новый путь для роста и конструирования гуманитарного знания [5, с. 99].

На наш взгляд, О. В. Лутовинова сформулировала наиболее четкое и лаконичное определение дискурса, отражающее современное понимание этого

термина в лингвистике: «На современном этапе развития лингвистики в центре внимания многих ученых находится дискурс, понимаемый как центральная единица речевой деятельности, основными характеристиками которой выступают обусловленность экстралингвистическими формами, событийный аспект, целенаправленное социальное действие, т. е. как текст, погруженный в ситуацию реального общения» [13, с. 8].

### **1.3. Виртуальный дискурс и его характеристики**

Виртуальный дискурс - это текст, созданный в виртуальной реальности с использованием компьютерной техники, который обладает основными свойствами этой реальности: порожденность, актуальность, автономность, интерактивность и погруженность. Новые информационные технологии привели к возникновению новых способов обработки, передачи и хранения информации, а также способствовали созданию нового вида виртуальной реальности. О.В. Лутовинова противопоставляет реальный дискурс виртуальному. Именно поэтому мы решили обратиться к понятию "виртуальности", точнее, "виртуальной реальности". С течением времени термин "виртуальная реальность" стал использоваться как аналог киберпространства, которое включает в себя компьютерные системы связи и коммуникации, включая Интернет. Виртуальная реальность представляет собой мыслимую, возможную или идеальную реальность, созданную с помощью образов, смыслов, имиджей, законов, норм и оценок, а также эмоций, порождаемых рефлексией субъекта [12].

Возможность изменения сознания, личности и воли при использовании виртуальной реальности подтверждает идею о переходе на новый уровень абстракции взаимодействия с виртуальными личностями. Это позволяет пользователям полностью погрузиться в другую реальность, которая создается ими сами и существует только в виде мультимедийных элементов и текста.

Такое взаимодействие влияет на формирование речевого образа виртуальных коммуникантов и открывает новые формы коммуникации и взаимодействия. В целом, виртуальная реальность является ключевой составляющей современных информационных технологий, в частности виртуального дискурса и имеет огромный потенциал для дальнейшего развития [1].

По мнению О.В. Лутовиновой, термины "компьютерный дискурс" и "электронный дискурс" являются синонимичными. "Интернет-дискурс" подразумевает общение в глобальной сети, а "сетевой дискурс" – это общение как в Интернете, так и в других сетях, включая локальные. Также исследователь выделяет множество функций виртуального дискурса, которые присущи реальному дискурсу: обучающие, социализирующие, коммуникативные, игровые, психотерапевтические, манипуляционные и другие [12].

Современное информационное общество сильно зависит от виртуального дискурса, который позволяет людям общаться, учиться, развлекаться и решать задачи в виртуальной реальности. С другой стороны, виртуальный дискурс включает в себя не только общение, но и другие функции, такие, как: обучение, развлечение и решение задач. Он может быть использован в различных сферах жизни и имеет большой потенциал для развития. Одним из примеров использования виртуального дискурса является онлайн-обучение. С помощью виртуальных классов и лекций люди могут получать знания и умения, не выходя из дома. Это особенно важно в наше время, когда многие не могут посещать учебные заведения из-за различных ограничений. Еще одним примером использования виртуального дискурса являются онлайн-игры. Они позволяют людям развлекаться и проводить время с друзьями, не выходя из дома. Кроме того, онлайн-игры могут быть использованы для обучения и развития навыков, например, в играх-головоломках или симуляторах [12].

Также виртуальный дискурс может быть использован в медицине, например, для проведения консультаций или обучения медицинских специалистов. В целом, виртуальный дискурс имеет большой потенциал для развития и использования в различных сферах жизни. Он предоставляет людям новые возможности для общения, обучения и развлечения, что делает его важным элементом современного информационного общества.

Системообразующие ценности виртуального дискурса - это скорость получения информации и возможность завязывания знакомств, анонимность, отсутствие пространственных границ и размытость расстояний, демократичность общения и свобода самовыражения. Это особенно важно для тех, кто живет в удаленных районах или не имеет возможности лично посещать мероприятия. Однако, виртуальный дискурс также может иметь свои недостатки, например, низкое качество информации и возможность распространения фейковых новостей.

Виртуальный дискурс - это новый способ общения и обмена информацией, который стал возможным благодаря развитию Интернета и мобильных технологий. Он представляет собой совокупность различных средств связи, таких как социальные сети, форумы, чаты, мессенджеры и другие онлайн-платформы [12].

По мнению исследователя О.К. Мельниковой, появление информационных технологий и интернета привело к изменениям в языковой среде. Интернет является не только источником информации, но и ключевым средством коммуникации во всех сферах жизни людей. В ходе электронной революции произошла языковая революция, которая привела к появлению нового сетевого и электронного языка. Интернет-дискурс - новый термин, который появился в результате инновационной области исследования пока не имеет однозначной трактовки [15, с. 32].

Не менее важным в данной работе является описание и такого понятия, как дискурс сайта или веб-сайта. Мы придерживаемся мнения исследователя Е. Н. Песковой о том, что веб-сайт является не жанром, а инструментом, ресурсом интернет-дискурса, т.к. большее значение имеет форма, а не содержание, обладающим при этом своеобразной жанровой системой. [17, с. 112].

Соответственно, поскольку онлайн-дискурс является разновидностью сетевого дискурса, копирайтеры используют определенные жанры письма, из таких сфер, как журналистика, реклама и связи с общественностью, но адаптируют их к веб-сайтам и дифференцируют их лексические и прагматические особенности. Следует также отметить, что различные типы контента могут варьироваться в зависимости от сферы деятельности, которую организация представляет в онлайн-пространстве, целей, которые она хочет достичь, и целевой группы сайта в каждом конкретном случае [17, с. 112].

По словам Д.С. Быльевой, интернет-технологии создали возможность асинхронной коммуникации со множеством активных коммуникаторов. Это означает, что группа людей может находиться “онлайн” в определенный промежуток времени, коммуницируя друг с другом, в то время как другие люди могут во время процесса общения подключаться или же отключаться, входя или выходя из контакта с другими людьми [2, с. 126]. Помимо этого, в интернете появилось определенное место, где происходит общение. Веб-сайты, форумы, конференции, блоги, личные страницы в социальных сетях - все они имеют определенный "адрес", по сути, цифровой способ доступа к ресурсам, а само название предполагает определенность в пространстве. Кроме того, интерес могут представлять и чаты, где большая часть общения происходит в режиме реального времени. В блогах общение ведется независимо от "живого" формата. После публикации темы, аудио и видеоматериалов комментаторы могут высказывать свои мнения, могут завязываться дискуссии и обсуждения.

Однако, в отличие от физического пространства, движение возможно только по «указателям», которые исключают свободное и случайное перемещение. Движение осуществляется посредством вербальных запросов, по имеющимся указателям, а также в направлении вперёд и назад. Для удобства коммуникации есть подписки, другие способы слежения за понравившимся коммуникантом. Изначально, люди появляются в сети анонимно и безлично. На сегодняшний день коммуникантам присваивают никнеймы, за которым скрываются реальные или вымышленные персонажи. Активное общение обычно требует определенных лингвистических и визуальных масок. Свобода использования имен и аватаров делает общение в Интернете более непринужденным. [2, с. 126].

Таким образом, виртуальный дискурс, онлайн-дискурс - это новый способ общения, который имеет свои преимущества и недостатки. Его использование должно быть осознанным и ответственным, с соблюдением правил этикета и безопасности в онлайн-среде. Виртуальный дискурс должен служить инструментом для расширения круга общения и получения новых знаний, а не заменой реальных отношений и жизни. Виртуальный дискурс является важным инструментом в современном информационном обществе, который позволяет людям общаться, обучаться, развлекаться и решать различные задачи в виртуальной реальности. Он имеет множество функций и может быть использован в различных сферах жизни, от бизнеса до медицины и образования.

#### **1.4. Особенности университетского дискурса**

Если выделить университетский дискурс в отдельный вид дискурса, то, прежде всего, необходимо отметить его многообразие. Говоря о включённости в общую систему, дискурс университета, безусловно, не ограничивается рамками здания, но также включает в себя такие дискурсы, как:



педагогический, научный, административный, ритуальный, студенческий, спортивный, бытовой и др. Педагогический дискурс включает в себя лекции, семинары, консультации, экзамены и другие формы обучения. Научный дискурс связан с проведением научных исследований, публикацией научных статей и докладов на конференциях. Административный дискурс связан с управлением университетом, включая решение организационных вопросов и принятие решений. Ритуальный дискурс связан с традиционными церемониями и обрядами, такими как выпускной бал, посвящение в студенты и другие торжественные мероприятия. Студенческий дискурс связан с общением студентов между собой, в том числе в социальных сетях и форумах. Спортивный дискурс связан с организацией спортивных мероприятий и команд. Бытовой дискурс связан с общением преподавателей и студентов вне учебного процесса, например, в столовой или на кампусе [9].

Университет всегда ассоциировался с чем-то высоким, величественным и всемирным, межнациональным. Каждый университет имеет свою очень значимую, индивидуальную миссию, закладывая предназначение в умы студентов, выступая при этом еще и как социальный институт. Миссия университета должна быть основана на ценностях, которые заведение транслирует из года в год и которые отражают его общественное предназначение и социальную ответственность. К таким ценностям могут относиться: свобода мысли и выражения, уважение к различиям и многообразию, справедливость и равноправие, экологическая ответственность и т.д. Таким образом, миссия университета должна быть ориентирована на создание и распространение знаний, формирование личности студентов, а также на сотрудничество с обществом и бизнес-сектором [14]. Особую важность исследователи (В.В. Максимов, Е.В. Найдён, А.Н. Серебренников) придают языковому плану выражения миссии университета, подчеркивая его значимость с прагматингвистической точки зрения [14, 19]. По мнению данных исследователей, мы можем проанализировать все университетские миссии на

сайтах как важные документы, отражающие деятельность вузов, и выявить способы языковой репрезентации важной идеи «предназначения». Важно отметить, что составление таких миссий стало обязательной практикой только в последнее десятилетие, поэтому опыт в данной области еще недостаточен, что отражается в разнообразии презентации идеи предназначения в текстах миссий.

Также важна роль преподавателя, как человека, несущего в себе как общечеловеческие и гуманистические ценности, так и прикладные знания и готового передавать накопленный опыт и студента, готового впитывать знания, вырабатывать в процессе обучения критическое мышление, что помогает им лучше понимать материал и применять его на практике. Сведения о профессорско-преподавательском составе также являются обязательным компонентом сайта университета. Однако, университет не только передает знания, но и создает их. Научные исследования, проводимые учеными университета, могут привести к открытиям и инновациям, которые изменяют мир [16].

В целом, университетский дискурс является многообразным и включает в себя различные жанры и формы общения. В реальности разные виды дискурса пересекаются и взаимодействуют, выполняя поставленные коммуникативные цели. Это приводит к тому, что в рамках каждого дискурса могут быть выявлены разные типы лингвистического отражения действительности, а также различные их сочетания [9].

Кроме того, каждый жанр имеет свои требования к использованию языковых средств и стиля коммуникации. Например, научные статьи должны быть написаны в рамках официального научного стиля, а общение между студентами в университетском чате может быть более неформальным, отражая элементы разговорного стиля. Важно понимать, что выбор жанра и способа коммуникации зависит от цели и контекста коммуникации. Например, для

передачи научной информации на конференции может быть использован доклад, а для общения с одногруппниками - групповой чат [9].

Таким образом, университетский дискурс представляет собой широкий спектр коммуникационных жанров и способов, которые используются для передачи различных типов информации в университетской среде. Понимание особенностей каждого жанра и контекста коммуникации помогает эффективно общаться и достигать поставленных целей.

### **1.5. Особенности системы высшего образования Великобритании**

Система образования в Великобритании основана на традиционном университетском образовании, которое имеет более, чем 800-летнюю историю. Высшее образование в Великобритании имеет два уровня: бакалавриат (3-4 года) и магистратура (1-2 года). Великобритания известна своим классическим университетским и профессиональным обучением, которое соответствует Болонской Декларации. В отличие от континентальной Европы, Великобритания имеет последовательную систему образования, которая является моделью для стандартов высшего образования многих стран мира. Университеты в Великобритании являются центрами академического образования и научно-исследовательской работы, где присваивают свои собственные степени. Обучение ведется как по учебным программам, так и по исследовательским, с присвоением ученых степеней. После получения степени бакалавра можно продолжить учебу по программам магистратуры и докторантуры. Большие университеты обычно подразделяются на колледжи, которые считаются частью университета [20].

В британских университетах нет вступительных экзаменов. Решающим фактором являются либо оценки, полученные в старшей школе, либо интервью, которое оценивает зрелость, психологическую

готовность и понимание сути будущей специальности соискателя. Нет единых требований к поступлению, поэтому возможны исключения. Гибкость системы высшего образования позволяет любому соискателю подать заявку в несколько университетов, каждый из которых имеет свой академический календарь. Расписание занятий основано на регистрации студента на курсы [20].

Высшее образование в Великобритании известно не только своей гибкостью, но и высоким уровнем качества. Студенты получают возможность выбирать курсы, которые наиболее соответствуют их интересам и профессиональным целям, и составлять индивидуальный учебный план. Обучение проходит в небольших группах, что позволяет преподавателям уделить больше внимания каждому студенту.

Важным элементом высшего образования в Великобритании является научная работа. Студенты имеют возможность проводить исследования в своей области интересов и публиковать свои научные статьи. Это помогает им развивать свои научные навыки и подготавливаться к будущей карьере. Высшее образование в Великобритании также предоставляет множество возможностей для международного обмена. Студенты могут поехать учиться за границу на один или несколько семестров, чтобы расширить свой кругозор и получить опыт обучения в другой стране. В целом, высшее образование в Великобритании отличается высоким уровнем качества, гибкостью и возможностью для студентов развивать свои научные и профессиональные навыки. Кроме того, система образования в Великобритании также подчеркивает важность развития навыков критического мышления, самостоятельности и коммуникации. Студенты получают возможность не только учиться, но и развивать свои социальные и лидерские навыки через участие в студенческих клубах и организациях. Высшее образование в

Великобритании также является достаточно дорогостоящим. Однако, большинство университетов предоставляют студентам возможность получения стипендий и финансовой помощи. Также существует возможность работы на кампусе или за его пределами для того, чтобы заработать на свое обучение [20].

Все составляющие системы высшего образования Великобритании находят отражение в университетском дискурсе со всем многообразием его коммуникационных жанров и способов, которые используются для передачи различных типов информации.

### **Выводы по Главе I**

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод о том, что прагматика является важной областью лингвистики, изучающей использование языка в контексте коммуникации. Она помогает нам понимать, как люди используют язык для достижения своих целей и как контекст влияет на выбор языковых форм и выражений.

В контексте изучения сайта прагматические особенности означают учет контекста использования сайта, целей и задач, которые он должен решать, а также социокультурных факторов и потребностей пользователей. Создание функционального и удобного для использования сайта является ключевым элементом в контексте его применения. Программисты и дизайнеры должны учитывать прагматические особенности при разработке сайта, чтобы пользователи могли быстро и легко найти нужную информацию или выполнить нужное действие. Постоянное развитие и адаптация сайта к изменению потребностей пользователей и технологических изменений также должны быть учтены, чтобы сайт оставался эффективным и успешным.

Несмотря на то, что понятие «дискурс» не является новым в лингвистике, оно продолжает привлекать внимание исследователей на современном этапе и получает новую интерпретацию. Дискурс рассматривается как коммуникативное событие, происходящее между говорящим и слушающим в ходе общения, а также как текст, погруженный в ситуацию реального общения. Существует множество определений дискурса, но признавая фундаментальное различие между речью и текстом, которое заключается в их динамической и диалогической природе, вслед за профессором В. А. Лутовиновой, в данной работе дискурс понимается и как процесс, и как результат языковой деятельности. Кроме того, дискурс связан с социальной сферой, языком и идентичностью, и может быть плодотворным для роста и конструирования гуманитарного знания.

Виртуальный дискурс является новым способом общения и обмена информацией, который возможен благодаря развитию информационных технологий и созданию виртуальной реальности. Он представляет собой совокупность различных средств коммуникации и имеет множество функций, таких как обучение, социализация, развлечение и решение задач. Виртуальный дискурс имеет свои преимущества и недостатки, и его использование должно быть осознанным и ответственным с учетом правил безопасности и этикета в онлайн-среде. Он является важным инструментом в современном информационном обществе и имеет большой потенциал для дальнейшего развития и использования в различных сферах жизни.

В данной работе университетский дискурс выделяется в особый вид дискурса. Университетский дискурс является многообразным и включает в себя различные жанры и формы общения, каждый из которых имеет свои требования к использованию языковых средств и стиля

коммуникации. При этом важно понимать, что выбор жанра и способа коммуникации зависит от цели и контекста коммуникации. В целом, университетский дискурс вносит значимый вклад в развитие общества и должен быть основан на ценностях, которые отражают его общественное предназначение и социальную ответственность.

Общим выводом из вышеперечисленного является то, что язык и коммуникация играют важную роль в различных сферах жизни, таких как образование, дискурс и использование виртуальных технологий. Понимание прагматических особенностей и контекста использования языка помогает создавать более функциональные и удобные для использования сайты, а также эффективно передавать знания и проводить научные исследования в университетском дискурсе. Виртуальный дискурс имеет большой потенциал для развития в различных сферах жизни, и прежде всего, в университетской онлайн-среде, отражая гибкость системы высшего образования в Великобритании, его высокий уровень качества и возможности для развития научных и профессиональных навыков.

## **Глава II. Особенности университетского дискурса на сайтах британских университетов**

### **2.1. Композиционная структура сайтов британских университетов**

В работе рассматриваются сайты лучших университетов Британии, отобранные с сайта The Times Higher Education World University. Для выявления особенностей университетского дискурса в виртуальной среде в данной выпускной квалификационной работе были проанализированы сайты университетов Кембриджа, Оксфорда, Манчестера, университетов Глазго, Эдинбурга и Уорикского университета, а также Лондонской школы экономики и политических наук, Имперского колледжа Лондона и Королевского колледжа Лондона. Веб-сайты британских университетов представляют собой мощный инструмент для продвижения бренда, привлечения студентов и спонсоров, их основными принципами являются доступность, информативность, презентабельность и соответствие миссии учебного заведения. Современные технологии позволяют представить эти принципы в виде текстовой формы, видео и аудио.

Использование разнообразных элементов электронного текста в университете Великобритании помогает поддерживать его современный имидж, увеличивает его престиж среди населения всего мира. Современные лингвисты и филологи используют знания о влиянии Интернета и технологий на язык общения людей в виртуальной реальности, что позволяет применять различные языковые форматы: от письменного текста до текста звучащего и/или видеотекста. Основные характеристики структуры информационной единицы электронного



гипертекста университета определяются особенностями формата представления сайта вуза и, по сути говоря, являются свойственными для любого образовательного учреждения, находящегося в Интернет-пространстве.

Эти характеристики включают в себя:

1. Многоуровневую структуру. Сайт университета имеет множество разделов и подразделов, что позволяет организовать информацию по темам и облегчает ее поиск.
2. Гиперссылки. Это основной элемент электронного гипертекста, который обеспечивает навигацию по сайту и позволяет переходить с одной страницы на другую, перемещаться по разделам сайта и получать доступ к дополнительным материалам.
3. Мультимедийные элементы. Сайт университета может содержать видео, аудио и графические материалы, которые могут быть использованы для демонстрации примеров или иллюстрации учебных и других материалов.
4. Формы обратной связи. На сайте университета могут быть размещены инструменты для осуществления обратной связи, которые позволяют студентам и преподавателям, а также гостям сайта, общаться между собой и получать ответы на свои вопросы.
5. Интерактивность. Сайт университета может содержать различные интерактивные элементы, такие как тесты, опросы, форумы и чаты, которые позволяют участникам виртуального общения в университетской электронной среде активно участвовать в образовательном процессе.
6. Адаптивность. Сайт университета должен быть адаптирован для работы на различных устройствах, таких как компьютеры, планшеты

и мобильные телефоны, чтобы студенты могли получать доступ к учебным материалам в любое время и в любом месте.

Главные принципы британских вузов в Интернете могут быть представлены как текстовыми формами, видео и аудио, так и форматами, которые опосредованы современными технологиями. Это также могут быть обращения, комментарии и инструкции.

В целом, использование электронного гипертекста в университете позволяет создать современную и эффективную образовательную среду, которая способствует развитию навыков самостоятельной работы студентов и улучшению качества образования.

Общими чертами в композиции оформления сайтов послужили сходные решения по использованию вкладок, присущих каждому университету, например: Menu, News and Events, Undergraduate и Graduate. Однако есть и отличительные признаки, существующие в разных конфигурациях, такие, как блоки, содержащие информацию об отделениях и факультетах; информация о возможном трудоустройстве для студентов и выпускников; кроме того, вкладки Admissions, сильно различающиеся при переходе от заведения к заведению. Мы считаем, это вызвано особенностями построения сайтов в Великобритании, подходом к созданию контента, культурой создания сайтов и ограниченными возможностями размещения той или иной информации в интернет-пространстве. В отношении дискурса веб-сайта ещё не сложились общепринятые подходы, именно поэтому не существует универсальных правил их организации, т.к. данная сфера только начинает своё формирование. Следовательно, мы приходим к выводу о том, что дискурс веб-сайта обладает рядом особенностей, которые являются результатом уникальных характеристик веб-страницы как инструмента коммуникации.

Это, прежде всего, функциональные возможности сайта, его интерактивность и индивидуальные особенности целевой аудитории.

Информационный материал университетских сайтов организован по тематическим блокам, учитывая интересы различных категорий пользователей. При создании контента анализируется целевая аудитория, которую представляют абитуриенты, магистранты, аспиранты, студенты, выпускники, преподаватели и работники университетов, а также потенциальные работодатели. Сайты обладают легкой навигацией, обширным контентом, актуальной информацией, многоязычностью и удобством использования.

Многоуровневая структура сайта означает, что сайт состоит из нескольких уровней, каждый из которых содержит определенные разделы и подразделы. Это позволяет организовать информацию по темам и упростить ее поиск для пользователей. Например, на сайте университета первый уровень может содержать следующие основные разделы: «О нас», «Обучение», «Наука и исследования», а второй уровень - подразделы, такие, как: «Факультеты», «Курсы», «Научные лаборатории» и т.п. Таким образом, пользователи могут быстро найти нужную им информацию, не тратя время на поиск по всему сайту.

### **2.1.1. Разделы главной страницы университета**

Ниже приведены основные разделы, которые посетитель сайта британского университета может найти на его главной странице:

- *Study at Cambridge* (с названием соответствующего университета) или просто *Study*: раздел, посвященный особенностям получения образования и программам обучения в данном университете.

- *About /AboutUs/ Why Cambridge*: раздел, посвященный общей информации об университете, его истории и ценностях.

- *Research*: информация о научных исследованиях, которые проводятся в университете.

- *Colleges and Departments*: информация о колледжах и факультетах университета.

- *News and Events*: новости и события, связанные с университетом.

- *International*: информация для международных студентов и исследователей, а также о международных партнерствах университета.

- *Business and Industry*: информация о том, как университет сотрудничает с бизнесом и промышленностью.

Общие разделы на сайте университета помогают студентам и потенциальным абитуриентам быстро и легко найти информацию о различных областях знаний, которые предлагаются в университете. Это позволяет им выбрать наиболее подходящую программу обучения и получить необходимую информацию о требованиях к поступлению, учебном плане, академических возможностях и других важных аспектах. Общие разделы также могут помочь студентам и абитуриентам ориентироваться на сайте университета и быстро находить нужную информацию, что экономит время и упрощает процесс поиска информации.

При анализе главных страниц всех упомянутых выше университетов были выявлены следующие особенности:

1. На главной странице представлены крупные изображения, которые отображают жизнь студентов и преподавателей университета. Это создает атмосферу обучения и общения в университете. Так, расхождения были найдены на сайте Кембриджа, где в отличие от

Оксфорда, эти изображения не занимают всю главную страницу, а находятся в блоках с информацией.

2. На главной странице также присутствуют блоки с информацией о различных направлениях обучения и исследования в университете, а также о возможностях для студентов и их родителей.
3. В верхней части страницы находится меню, которое позволяет быстро перейти на нужную страницу сайта. Также здесь размещена кнопка «Поиск», которая помогает быстро найти нужную информацию на сайте.
4. В нижней части страницы находятся ссылки на социальные сети, где можно узнать о последних новостях и событиях в университете.
5. Главная страница содержит информацию о том, почему именно данный университет является одним из лучших университетов для поступления.
6. На главной странице также есть блок с новостями, который содержит последние новости и события в университете.
7. В целом, все главные страницы выглядят эстетично и информативно, позволяя быстро найти нужную информацию и получить представление о жизни и обучении в университете.

Мультимедийные элементы на сайте университета могут включать в себя видео, аудио и графические материалы, которые могут использоваться для иллюстрации учебных материалов или демонстрации примеров. Такими элементами выступают видео, демонстрирующее жизнь и учебу студентов университетов, которые присутствуют почти на каждом сайте. Например, на сайте Кембриджа расположено приветственное видео «WelcometoCambridge», где показаны все корпуса и здания вуза. Также это могут быть аудио-записи лекций и выступлений профессоров и ученых на странице в Youtube. А также графические материалы (фотографии и иллюстрации) на страницах различных факультетов.

Главные мультимедийные составляющие:

1. Фотографии и видео материалы
2. Аудио- и видеозаписи лекций и семинаров
3. Интерактивные карты кампуса
4. Виртуальные туры по кампусу
5. Онлайн-трансляции спортивных событий, концертов, театральных постановок и других мероприятий
6. Интерактивные приложения и игры
7. Блоги и социальные сети

Еще одной важной особенностью главной страницы является отражение миссии университета. Рассмотрим эту черту университетского дискурса отдельно.

### **2.1.2. Миссия университета как обязательный компонент организационной структуры сайта британского университета**

В ходе исследования было установлено, что обязательной характеристикой сайта каждого британского университета является размещения миссии университета, которая является основой его деятельности и определяет его цели и ценности. Университет существует для того, чтобы искать, расширять и распространять знания, и это его основная миссия, которая сохраняется со средневековья. При этом университет остается политически нейтральным или аполитичным, так как его цель - служение знанию [18].

Важность миссии университета заключается в следующем:

1. Она определяет направление развития университета и помогает ему достигать своих целей.

2. Она является основой для разработки стратегии университета и планирования его деятельности.

3. Она помогает привлекать студентов, преподавателей и исследователей, которые разделяют ценности и цели университета.

4. Она помогает университету оставаться актуальным и соответствовать изменяющимся потребностям общества и рынка труда.

5. Она способствует развитию университета как лидера в своей области и повышению его репутации.

Изучая миссии различных сайтов, можно выделить несколько основных элементов, которые повторяются и указывают на общую тенденцию развития и схожих между собой ценностей:

1. Международный центр академических исследований и образования. Университет является международным центром, который привлекает студентов и ученых со всего мира и нацелен на создание новых знаний.

2. Создание знаний, интеллектуальной элиты и инноваций. Миссия университетов заключается в создании новых знаний и инноваций, которые будут способствовать развитию общества.

3. Благополучие людей во всем мире. Так, миссия университета Кембридж нацелена на то, чтобы сделать мир лучше и улучшить жизнь людей.

4. Высококачественное образование. Университеты стремятся предоставить студентам высококачественное образование, которое позволит им развиваться как личности и быть успешными в своих карьерах.

5. Лидеры, способные решать сложные проблемы. Все университеты стремятся выпускать лидеров, которые будут способны решать сложные проблемы и вносить вклад в развитие общества.

В целом, миссия каждого университета является амбициозной и нацелена на создание новых знаний и инноваций, которые будут способствовать благополучию мира.

Конечно, можно отметить небольшие отличия у каждого отдельно взятого заведения, ведь университеты стремятся подчеркнуть свою уникальность. Так, например, несмотря на то, что, говоря о Британии, обыватели в большинстве случаев называют университеты Оксфорда и Кембриджа вместе, учитывая многие сходные их черты, начиная от истории появления до организационной структуры, тем не менее, их миссии значительно разнятся. При анализе мы отметили данные расхождения. Университет Кембриджа не выделяет отдельно такую цель, как формирование лидеров, которые будут способствовать решению сложных проблем не только университета, но и общества в целом, в то время как для университета Оксфорда это представляется крайне важным: "Staff and students will work together within and beyond Oxford to foster a vibrant learning community attentive to the importance of promoting sustainability and social justice."

Рассмотрим миссии Оксфордского университета и Лондонской школы экономики и политики. Сравнивая эти две миссии, можно выделить несколько ключевых аспектов:

1. Оба университета нацелены на создание новых знаний и их распространение в мире. Они стремятся быть мировыми центрами образования и исследований.

2. Университет Лондонской школы экономики и политических наук (LSE) более ориентирован на практическое применение знаний в управлении организациями, в то время как университет Оксфорда более ориентирован на образование студентов на протяжении всей жизни.



3. Оба университета считают важным взаимодействие со студентами и организациями по всему миру и стремятся к глобальному влиянию.

4. Университет Оксфорда выделяет в своей миссии важность инклюзивности образования и социальной справедливости, что свидетельствует о более широкой социальной ответственности университета, и как уже указывалось выше, формирование лидерских качеств у студентов университета.

В целом, оба университета имеют амбициозные миссии и стремятся к лидерству в своих областях. Однако, они имеют различия в своих целях и подходах к образованию и исследованиям.

Таким образом, миссия университета является ключевым элементом его деятельности, который помогает ему достигать успеха и оставаться актуальным в быстро меняющемся мире.

### **2.1.3. Композиционная структура страницы Undergraduate на сайте университета**

После проведения анализа страницы Undergraduate на сайтах вышеупомянутых университетов было выявлено, что они обязательно содержат информацию о поступлении в университет, образовательных программах и курсах, жизни студентов и поддержке, которую они получают во время учебы. Страница содержит информацию о требованиях к поступающим, процессе подачи заявления и сроках приема. Также на странице представлены сведения о различных программах и специальностях, доступных для изучения, включая их структуру и содержание. Кроме этого, на данной странице содержится информация о жизни студентов, включая проживание на кампусе, питание, здравоохранение и поддержку в учебе и личной жизни. Кроме того, на странице представлены сведения о возможностях для занятий спортом, участия в культурных мероприятиях и других формах досуга. Практически все разделы Undergraduate на страницах сайтов британских университетов не содержат

аудио- и видеозаписей лекций и семинаров, но есть ссылки на другие разделы сайта, где можно найти такую информацию. Интересно, что интерактивные карты кампуса и виртуальные туры по кампусу доступны на сайтах, но они не находятся на странице Undergraduate.

Онлайн-трансляции спортивных событий, концертов, театральных постановок и других мероприятий также не представлены на странице Undergraduate, но есть ссылки на другие разделы сайта, где можно найти такую информацию. Однако, блоги и социальные сети представлены на странице Undergraduate в виде ссылок на социальные сети университета и блогов студентов, которые пишут о своей жизни и учебе в университете.

Таким образом, страница Undergraduate содержит информацию о поступлении в университет, образовательных программах и курсах, жизни студентов и поддержке, которую они получают во время учебы. Однако, для получения более подробной информации о кампусе, лекциях и семинарах, спортивных мероприятиях и других развлечениях, необходимо перейти на другие разделы сайта.

## **2.2. Прагмалингвистические особенности сайтов британских вузов**

На современном этапе изучения текста как динамической коммуникативной единицы большинство лингвистов признает объективную необходимость его многоаспектного изучения. Понимание текста как «текста в действии» приводит к выдвиганию на первый план его функционального аспекта, а ориентация текста на коммуникативный процесс акцентирует внимание на прагматике текста. При выполнении функционального анализа текста возникает необходимость учета предварительной обусловленности авторского выбора тех или иных средств выражения смысловой структуры текста его целеустановкой. Прагматический анализ текста вытекает из функционального, логически продолжает и развивает его, изучая

функционирование языковых знаков в речи. Прагмалингвистика включает вопросы, связанные с субъектом (автором текста), адресатом (читателем) и их взаимодействием в акте коммуникации [5].

Автор текста определяет цели и задачи сообщения (например, информирование, волеизъявление, инструктирование и т.д.); отношение к сообщаемому, его оценку (или отсутствие таковой) и акценты при конструировании текста сообщения. Адресат речи (читатель текста) интерпретирует текст, в том числе косвенные и скрытые смыслы, испытывает воздействие – интеллектуальное, эмоциональное, эстетическое [5].

Проведем прагмалингвистический анализ университетского дискурса сайтов выбранных университетов.

Адресатом университетского дискурса являются посетители сайтов университета, а именно: абитуриенты - Undergraduate; магистранты и аспиранты - Postgraduate; студенты - Students и выпускники - Alumni, а также педагоги и работники вузов - Staff и возможные работодатели - Business. Автор текстов сайтов ВУЗов является коллективным. Основными целями создания сайтов университетов являются:

1. Четкое и лаконичное описание миссии и ценностей университета.
2. Предоставление информации о курсах и программе обучения, в том числе о возможностях онлайн-обучения и дистанционных курсах.
3. Предоставление сведений о факультетах, научных центрах и лабораториях, а также об академических достижениях преподавателей и ученых.
4. Информирование посетителей сайта о жизни студентов, включая общежития, клубы и спортивные мероприятия.

5. Описание возможностей для исследовательской работы и участия в научных проектах.

6. Предоставление подробной информации о процессе поступления, включая требования к заявкам и документам, сроки подачи заявок и процедуры приема, а также сведений о финансовой поддержке для студентов, включая стипендии, гранты и другие виды помощи.

На сайтах университетов также можно найти информацию о возможностях для международных студентов, включая языковые курсы, программы обмена и визовые вопросы, контактную информацию для связи с университетом а также размещенные фотографии и видео, демонстрирующие кампусы, общежития, учебные классы и другие объекты университета.

Рассмотрев британские сайты таких университетов, как Кембридж, Оксфорд, Манчестер и Лондонская школа экономики и политических наук и др., мы нашли сходные черты и отличительные особенности каждого из сайтов.

Как уже отмечалось выше, композиционные структуры сайтов британских университетов и их оформления имеют сходные решения по использованию вкладок, присущих каждому университету. Так, на главных страницах сайтов всех университетов есть такие разделы, как: Menu, Mission, News, Events, Undergraduate, Graduate, Contacts, однако, последующая навигация может значительно отличаться. Так, достаточно удобная навигационная система на сайте университета Оксфорда, где сразу на главной странице есть вкладка Admissions, объединяющая информацию обо всех уровнях образования в Оксфордском университете, с возможностью перехода на соответствующие вкладки: Undergraduate, Postgraduate, Continuing education. На многих других сайтах, например, на веб-страницах университетов Кембриджа и Манчестера, отсутствует данный переход, так как уже в меню можно найти вкладки: Undergraduate study, Postgraduate study, Alumni и другие. Таким образом, практически все сайты имеют блоки, содержащие информацию

об отделениях и факультетах; однако, конечно, на каждом сайте есть свои отличительные признаки, которые обнаруживаются в различных конфигурациях страниц, что, конечно, обуславливается такими факторами, как целевая аудитория, миссия университета и др. Так, например, информацию о возможном трудоустройстве для студентов и выпускников можно встретить лишь на сайтах некоторых университетов, которые считают важным помогать своим выпускникам реализовать полученные умения и навыки.

Мы считаем, это вызвано подходом к созданию контента, особенностями построения и культурой создания сайтов в Великобритании и ограниченными возможностями размещения той или иной информации в интернет-пространстве. В отношении дискурса веб-сайта ещё не сложились общепринятые подходы, именно поэтому не существует универсальных правил их организации, т.к. данная сфера только начинает своё формирование. Следовательно, мы приходим к выводу о том, что дискурс веб-сайта обладает рядом особенностей, которые являются результатом уникальных характеристик веб-страницы как инструмента коммуникации. Это, прежде всего, функциональные возможности сайта, его интерактивность и индивидуальные особенности целевой аудитории.

### **2.2.1. Использование графических средств при оформлении сайтов британских вузов**

Рассмотрим использование некоторых пунктуационных и графических средств и их функциональные возможности при взаимодействии с адресатами сообщений.

В заголовках и подзаголовках сайтов часто используется многоточие, что с одной стороны, может помочь привлечь внимание читателя и вызвать его интерес к тексту, а с другой, может указывать на то, что текст не закончен и читателя ожидает развитие идей, выраженных ранее, или что в нем содержится

нечто неожиданное или удивительное, для создания эффекта незавершенности и привлечения внимания. Рассмотрим некоторые примеры:

"Research that..." [OU]

"Research that...", "Students who..." [MU]

"Leading the way in..." [ICL]

Таким образом, использование многоточия может создать эффект незавершенности, что может быть полезно для создания интриги и динамики в тексте, или может стимулировать читателя к прочтению всего текста и повысить его вовлеченность в процесс чтения. На сайте многоточия используются в разделах News, Events, Research. Например, в заголовках новостей "The Higher Education Research and Scholarship Group at the University of Manchester are delighted to invite you to a book launch and panel discussion event. This event will take place..." использовано многоточие для создания эффекта незавершенности и привлечения внимания читателя. В разделе "Исследования" также есть заголовки, где использованы многоточия, например, "Solutions are being developed at Cambridge that can be implemented, grown to scale, and used to accelerate the rapid transition to a net zero and then zero emis....". Здесь многоточие указывает на неожиданную связь между Кембриджем и решением проблемы выбросов. Таким образом, многоточия на сайте используются для привлечения внимания к контенту и создания эффекта незавершенности или неожиданности в заголовках статей.

Еще одним распространенным графическим средством для подчеркивания важности сообщения и привлечения внимания читателей является использование восклицательных знаков в тексте и заголовках. Использование восклицательных знаков в заголовках и подзаголовках также вызывает эмоциональный отклик. Может вызвать у читателя чувство

удивления, восторга, интереса или даже тревоги, что повысит его вовлеченность в процесс чтения. Например:

"Join us in changing the world!" [GU], [MU]

"Discover the possibilities!" [MU]

"Join us in shaping the future!" [ICL]

"Explore our world-leading research!" [ICL]

Восклицательные знаки используются для подчеркивания ключевых моментов информации и выделения важных аспектов в контенте. Например, такие знаки могут использоваться в заголовках новостей, чтобы привлечь внимание к актуальным событиям или в тексте описаний программ и курсов, чтобы убедительнее передать информацию об их преимуществах. В целом, восклицательные знаки могут помочь сделать информацию на сайте более выразительной и запоминающейся для посетителей.

Помимо прочего, помогает выделить ключевые слова и фразы использование курсива и жирного шрифта на сайте университета. Такое графическое средство делает информацию более доступной и упорядоченной для посетителей, особенно, когда речь идет о названиях курсов, важных датах и событиях, а также программах обучения. В дополнение, использование курсива и жирного шрифта может улучшить визуальное восприятие сайта и сделать его более привлекательным для пользователей. Например:

"World-changing research", "Our city", "Our people" [GU]

"World-class research", "Manchester's impact", "Our vision" [MU]

"Imperial's impact", "Our vision for the future" [ICL]

Использование графических средств позволяет создать уникальный и запоминающийся сайт университета для их посетителей. Это особенно важно в конкурентной среде, где каждый университет стремится выделиться на фоне

других. Также эффективные графические решения повышают удобство использования сайта и уменьшают время поиска нужной информации. Например, использование яркого и заметного жирного шрифта и курсива, многоточий, восклицательных знаков позволяет быстрее найти нужную страницу и не отвлекаться на поиск других разделов. Кроме того, правильное использование графических средств может повысить привлекательность сайта и заинтересовать больше потенциальных студентов и партнеров. В целом, использование графических средств при оформлении сайтов британских вузов является важной частью стратегии маркетинга и коммуникации с посетителями, которая способствует продвижению университета и привлечению новых студентов, партнеров и спонсоров.

### **2.2.2. Использование лексико-грамматических средств при оформлении сайтов британских вузов**

Проанализируем использование некоторых лексико-грамматических средств при оформлении сайтов.

Для описания университета и его достижений часто используются прилагательные, которые могут сделать описание более ярким и запоминающимся. Они помогают выделить особенности и преимущества учебного заведения, привлечь внимание потенциальных студентов и улучшить его репутацию. Кроме того, прилагательные могут описать атмосферу и обстановку в университете, что важно для будущих студентов при выборе учебного заведения. Например:

"Prestigious", "world-class", "innovative", "cutting-edge" [GU]

"Leading", "innovative", "outstanding", "world-renowned" [MU]

"World-class", "cutting-edge", "groundbreaking", "prestigious" [ICL]



Прагмалингвистический анализ может помочь оптимизировать использование прилагательных на сайте университета, чтобы они были более эффективными в достижении конкретных целей коммуникации. Например, использование определенных прилагательных может быть более эффективным для привлечения международных студентов или для подчеркивания академических достижений университета. Прагмалингвистический анализ также может помочь улучшить контекст, в котором используются прилагательные, чтобы они были более понятны и привлекательны для целевой аудитории.

Еще одним значимым лексико-грамматическим средством, которое стоит выделить при анализе создания сайта университета, является использование действительного залога. Действительный залог применяется довольно часто, это нужно для усиления действия и создания высказывания в более понятном варианте. Он позволяет указать на действие, которое должно быть выполнено, и обозначить его исполнителя. Например:

"Our aim is to provide the highest quality education, research and innovation for the benefit of wider society" [OU]

"Our mission is to contribute to society through the pursuit of education, learning and research at the highest international levels of excellence" [CU]

Или например, обратимся к императивным высказываниям:

"Discover our world-changing research", "Explore our campus and city", "Join our community of world changers" [GU]

Благодаря действительному залогу и использованию лаконичных императивных высказываний, можно избежать использования пассивных конструкций, которые могут усложнить текст и сделать его менее читабельным. Следовательно, действительный залог и побудительное наклонение широко

применяется в письменной и устной речи университетского дискурса, чтобы донести информацию до аудитории максимально эффективно.

Исследование показало, что правильное использование грамматики и орфографии помогает создать профессиональный и уверенный образ университета. Это особенно важно на страницах с описанием программ обучения и других ключевых разделов, где каждое слово может играть значимую роль в формировании общего впечатления. Кроме того, правильное использование грамматических конструкций и языковых структур может повысить уровень доверия к университету со стороны посетителей сайта, что важно для привлечения новых студентов и партнеров. В целом, использование лексико-грамматических средств при оформлении сайтов британских вузов является неотъемлемой частью стратегии улучшения качества коммуникации с посетителями и повышения эффективности взаимодействия.

### **2.2.3. Использование синтаксических средств при оформлении сайтов британских вузов**

При создании веб-сайтов британских университетов используются синтаксические конструкции, включающие сложные предложения с различными типами связей, таких как относительные и причастные обороты, инфинитивные обороты и другие. Предложения с различными видами связи очень популярны на сайтах и имеют большое значение для реализации задач сайта. Таким образом, использование сложных предложений имеет множество преимуществ для сайтов. Они могут улучшить качество текста, увеличить информативность, улучшить оптимизацию и поддержать интерес читателя. Важно помнить, что использование сложных предложений должно быть уместным и не приводить к трудностям в понимании текста. Например:

"The University of Oxford is a collegiate research university, consisting of 39 constituent colleges and a range of academic departments, which are organized into four divisions" [OU]

"The University of Cambridge comprises 31 Colleges and over 150 departments, faculties, schools and other institutions" [CU]

На основании проведенного исследования, приведенных примеров, можно сделать вывод, что наиболее часто сложные предложения используются в разделах Home, Admissions, Undergraduate, Graduate, так как каждый из этих текстов направлен на передачу довольно большого количества информации. Главной целью является обеспечение полной ясности в требованиях и перспективах обучения как для студентов ВУЗа, так и для поступающих, особенно относительно сути договора и выражения основных условий, которые договаривающиеся стороны должны соблюдать. В ходе анализа были выделены преимущества использования сложных предложений на веб-сайтах. Сложные предложения делают текст более грамотным и элегантным. Также сложные предложения позволяют передать больше информации в одном предложении. Наконец, использование сложных предложений может поддержать интерес читателя, так как отличается от обычных, простых предложений, которые могут стать скучными и монотонными. Однако, следует помнить, что использование сложных предложений требует определенной грамотности и должно быть уместным, чтобы не приводить к трудностям в понимании текста.

Использование параллельных конструкций и использование однородных членов предложения является важным средством усиления эффекта воздействия и повышения читабельности и также имеет несколько целей. Они улучшают запоминаемость текста, создают ощущение порядка и ясности. Также параллельные конструкции могут использоваться для усиления эффекта, например, для подчеркивания значимости определенных идей. Например:

"We are a world-leading centre of learning, teaching and research and the oldest university in the English-speaking world" [OU]

"We are a global community of scholars, researchers, students and staff who are passionate about learning, teaching and research" [CU]

В целом, использование параллельных конструкций значительно улучшает коммуникацию на сайте университета и способствует достижению поставленных целей. Например, во вкладках Mission, Vision, Planning and Consultation используются параллельные конструкции для выделения определенных идей и подчеркивания уникальности учебного заведения. Эти способы помогают наиболее точно приспособить синтаксис к потребностям целевой аудитории, тем самым сделав текст более понятным и привлекательным для восприятия.

Для структурирования информации на сайте используются перечисления. Перечисления позволяют сделать информацию понятной и легкодоступной для пользователя сайта. Это также помогает выделить ключевые моменты и сделать текст более лаконичным. Кроме того, перечисления могут использоваться для подчеркивания значимости и важности определенных аспектов или для демонстрации достижений и преимуществ университетов. Например:

"Our academic community includes approximately 24,000 students, including more than 11,000 international students from over 150 countries, and over 13,000 staff members" [OU]

"Our community includes over 20,000 students from more than 150 countries, and over 12,000 staff members, including more than 7,000 academic staff" [CU]

"We are a world top 100 university... We are a member of the prestigious Russell Group... We have over 29,000 students from more than 140 countries..."[GU]

"A world-class institution... A diverse and inclusive community... A commitment to social responsibility..." [MU]

"A global community... A culture of excellence... A commitment to innovation..." [ICL]

При использовании перечислений можно подчеркнуть значимость конкретных аспектов или продемонстрировать достижения и преимущества университета. Эти приемы были выявлены во вкладках Facts and Figures и Why Manchester/Oxford. В целом, использование перечислений является эффективным способом повышения качества и удобства предоставляемой на сайте информации.

Нередко повторы употребляются в названиях курсов или программ обучения на разных страницах сайта. Например:

"Our research changes lives. Our research changes the world" [GU]

"Transforming lives. Transforming communities. Transforming the world"  
[MU]

"Innovating for the future. Innovating for society. Innovatingforyou" [ICL]

Как уже отмечалось выше, неотъемлемой частью сайта являются императивные высказывания. Данное синтаксическое средство призывает к действию, например, в призывах к регистрации на сайте. Они помогают убедить читателя сделать то, что вы предлагаете, и создать чувство срочности и необходимости или даже желания что-то сделать. Императивы также могут использоваться для передачи инструкций или советов, что улучшает полезность и практичность текста на сайте, а также в заголовках и подзаголовках привлекает внимание читателя. Заголовок становится более прямым и убедительным, что повышает его эффективность в качестве маркетингового инструмента для продвижения сайта на первое место в строке поиска. Например:

"Watch", "Learn more", "Discover", "Explore", "Download", "Don't miss"  
[OU]

"Discover", "Explore", "Join", "Transform", "Speak to us", "Find out", "Prepare", Search" [MU]

"Discover", "Innovate", "Explore", "Transform" [ICL]

"Study", "Research", "Innovation" [CU]

В повелительном наклонении главное не само сообщение, а действие, которое за ним следует. Так, на сайтах университетов повторяются такие глаголы как: watch, find and find out, explore. В главном разделе сайта Home встречается много различных императивных высказываний, но основное количество их находится на странице "Admissions", поскольку она является ключевым местом для привлечения студентов.

Наравне с другими средствами была замечена тенденция применения вопросительных предложений и риторических вопросов. С их помощью совершается обращение к неодушевленному объекту или абстрактному понятию, усиливая тем самым выразительность речи. Вопросительные предложения и риторические вопросы привлекают внимание посетителей сайта и вызывают их интерес. Они могут также помочь читателю лучше понять, как университет может решить его проблемы или удовлетворить его потребности. Например:

"Do you love to question and have an appetite for knowledge? Do you consistently achieve top grades in your class? Are you looking for an exceptional education in an environment which values individuals for who they are? Oxford might be the place for you" [OU]

"Where will your degree take you?"[MU]

What can I study? Where will I live? How do I apply? [CU]

Можно прийти к выводу о том, что употребление вопросительных предложений и риторических вопросов - это один из способов усилить

выразительность речи и привлечь внимание аудитории. Они могут быть эффективными инструментами для обращения к посетителю сайта. Данный приём используется во вкладках Undergraduate, Home. В разделе часто используются яркие и запоминающиеся заголовки, который привлекают внимание посетителей: "Why study at Oxford?", "What makes Cambridge special?". Риторические вопросы побуждают задуматься о причинах выбора данного университета.

При анализе было выявлено, что правильное употребление синтаксиса помогает создать корректный и легко воспринимаемый текст на сайте, что повышает его читабельность и позволяет посетителям быстрее получить нужную информацию. Различные синтаксические конструкции выделяют ключевые моменты в тексте и подчеркивают их важность. Например, вставка вопросительных предложений в текст может заинтересовать посетителей и вызвать у них желание узнать больше. Кроме того, использование синтаксических конструкций с разными видами связи делает текст лаконичным. В целом, использование синтаксических средств при оформлении сайтов британских вузов является важной частью стратегии коммуникации с посетителями и способствует повышению эффективности взаимодействия с целевой аудиторией.

#### **2.2.4. Использование стилистических средств при оформлении сайтов британских вузов**

Использование различных стилистических приемов помогают создать уникальный и запоминающийся образ сайта, который привлекает пользователей. Например, использование определенных цветовой гаммы, шрифтов и композиционных решений помогает создать единый стиль сайта и передать его концепцию. Кроме того, стилистические особенности могут быть использованы для усиления визуального воздействия на посетителя,

подчеркивания ключевых элементов сайта и повышения его привлекательности. Реализация стилистических особенностей может осуществляться с помощью графических элементов и других технических средств.

Стилистические приемы сайта применяются в различных видах текстов - от рекламных объявлений до художественной литературы, позволяя автору выделиться и создать уникальный стиль написания. Кроме того, стилистические приемы улучшают понимание текста и делают его доступным для широкой аудитории. Использование стилистических приемов является важным инструментом для создания качественного и эффективного текста.

В результате анализа были найдены следующие стилистические особенности сайтов:

1. Использование ярких и крупных фотографий и иных визуально-графических средств для привлечения внимания и создания эмоциональной связи с читателем.

2. Использование списков для структурирования информации и удобства чтения, например, на странице "Study" есть список программ обучения.

3. Использование метафор и образов для передачи сложной информации в более понятном и запоминающемся виде.

Метафоры помогают создать образы и ассоциации, которые лучше всего передают смысл и идею текста. Метафоры также могут помочь установить эмоциональную связь с читателем, что может быть особенно полезно при продвижении услуги.

Например, на странице "Research" описывается идея, которая символизирует сотрудничество и взаимодействие между различными научными областями [CU].



А на странице "AboutLSE" описывается университет как "мировой центр для изучения социальных наук" [LSE].

По результатам работы были выявлены следующие стилистические приемы, которые от сайта к сайту повторяются:

1. Personification: "The University of Edinburgh is a vibrant community that thrives on innovation and growth." "Glasgow University is a living organism that is constantly evolving and growing."

2. Epithets: "prestigious", "world-renowned", "cutting-edge research", "innovative", "excellent", "outstanding", "top-ranked", "leading", "internationally acclaimed", "rigorous", "internationally recognized", "diverse".

3. Antithesis: "Tradition and modernity", "History and future".

4. Parallelism: "Researchers explore, students learn, community flourishes".

5. Hyperbole: "Our university is a world leader in education", "Endless opportunities for our students" etc.

6. Rhetorical questions: "Do you want to be part of an international community?", "Are you ready to change the world with us?".

7. Anaphora: "We strive for excellence, we strive for innovation, we strive for success".

8. Metaphors: "The University is a fountain of knowledge", "Education is the key to unlocking new opportunities".

На сайте стилистические приемы используются в разделе "About the University". В данном разделе используются риторические вопросы, которые привлекают внимание читателя (Например: "What makes Cambridge special?"). Также в тексте используется повтор определенных слов и выражений, что помогает убедительно передать идею о том, что университет - это особенное место с богатой историей и высоким уровнем образования. Одной из целей

использования стилистических приемов в данном разделе является привлечение внимания потенциальных абитуриентов к университету и создание позитивного образа университета в глазах посетителей сайта.

Также в тексте используются эмоциональные слова и фразы, которые помогают вызвать положительные эмоции и ассоциации у потенциальных абитуриентов. Одной из целей использования стилистических приемов в данном разделе является привлечение внимания потенциальных абитуриентов и создание уникального образа каждого университета, который позитивно будет выделяться на фоне других.

## **Выводы по главе 2**

Использование графических средств, лексико-грамматических и синтаксических средств, а также стилистических приемов при создании контента сайтов британских вузов является важной частью стратегии маркетинга и коммуникации с посетителями. Прагмалингвистический анализ помог изучить данные средства и особенности, путем анализа того, как создатели сайтов используют эти инструменты в тексте для достижения своих целей. Анализ текста позволяет увидеть, как правильное использование приемов может повысить эффективность коммуникации с посетителями сайта, привлечь больше внимания к ключевым разделам сайта. а также способствует использованию различных типов связей между словами и предложениями для создания логичной и связной структуры текста.

Прагматические особенности помогают выделиться на фоне конкурентов, повышают удобство использования сайта, увеличивают привлекательность и создают уникальный образ университета для посетителей. Кроме того, правильное использование этих средств повышает уровень доверия к университету со стороны посетителей сайта, что важно для привлечения новых студентов и партнеров. В целом, использование этих средств способствует

повышению эффективности взаимодействия с целевой аудиторией и продвижению университета.

Таким образом, прагмалингвистический анализ помогает понять, как правильное использование графических средств, лексико-грамматических и синтаксических средств, а также стилистических приемов может повысить эффективность коммуникации с посетителями сайта и создать уникальный и запоминающийся образ для университета

### **Заключение**

Анализ языковых и неязыковых компонентов текста сайтов показывает, что их состав зависит от сочетания лингвистических и прагматических характеристик современного сайтостроения и веб-технологий. Лучшие британские университеты эффективно используют сайты для продвижения бренда, привлечения студентов и партнеров с целью создания привлекательного имиджа учебного заведения. Основные принципы доступности, информативности и презентабельности соответствуют миссии учебного заведения. На основе взаимодействия различных семиотических систем может быть достигнуто единое визуально-структурное и функциональное представление университета, привлекательное и интересное для читателей Интернета.

Таким образом, изучение форм презентации и представления европейских университетов в Интернете показало, что структурные особенности электронного текста, обусловленные практическим эффектом их информационных единиц, способствуют созданию успешного и привлекательного образа университета, а также предоставлению посетителям сайта необходимой подробной информации об учебном заведении (история,

структура, учебные планы, успешно реализованные и завершенные проекты), которую можно получить, не выходя из дома.

Сайты британских университетов также имеют ряд особенностей, которые делают их эффективными инструментами образования. На таких сайтах можно найти информацию о ценностях университета, курсах и программе обучения, факультетах и научных центрах, жизни студентов, возможностях для исследовательской работы и международных студентов, а также о процессе поступления и финансовой поддержке. Сайты используют различные языковые средства (например, сложные предложения с различными видами связи, параллельные конструкции, императивные высказывания, действительный залог, различные стилистические приемы и пр.) для создания качественного и легко читаемого текста. Использование гиперссылок, мультимедийных элементов, форм обратной связи и интерактивных элементов позволяет создать современную и эффективную образовательную среду, которая способствует развитию навыков самостоятельной работы студентов и улучшению качества образования.

## Список литературы

1. Асмус, Н. Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства : специальность теория языка : автореферат диссертации на соискание Диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Асмус Нина Геннадьевна. – Челябинск, 2005. – 23 с.
2. Быльева, Д. С. Сеть интернет как новый тип пространства / Д. С. Быльева // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Гуманитарные и общественные науки. – 2016. – № 2. – С. 124-130
3. Бархударов, Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода [Текст] / Л. С. Бархударов. – Москва: Международные отношения, 2008. – 240 с.
4. Валгина, Н. С. Теория текста. : Учебное пособие пособие / Н. С. Валгина. – Москва : Логос, 2003. – 173 с. с.
5. Горбунова, М. В. – К истории возникновения термина «дискурс» в лингвистической науке // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. 2012. № 27. С. 244–247.
6. Гулевец, Н. А. Лингвокультурные особенности прагматической адаптации контента сайта / Н. А. Гулевец // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2019. – Т. 5, № 3. – С. 154-168.
7. Гурьянова, В. Г. Сопоставительный анализ систем вузовского образования как средство проектирования его развития: Организационно-педагогический аспект : специальность Общая педагогика, история педагогики и образования : диссертация на соискание диссертации на

соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Гурьянова Валентина Григорьевна. – Чебоксары, 1999. – 278 с.

8. Кибрик, А. А. Анализ дискурса в когнитивной перспективе / А. А. Кибрик // Российская Академия Наук Институт языкознания. – 2003. – 243 с.

9. Кириллова, И. К. Лингвосемиотика англоязычного университетского дискурса : специальность Германские языки : автореферат диссертации на соискание диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Кириллова Ирина Константиновна. – Волгоград, 2010. – 28 с.

10. Которова, Е.Г. Прагматика в кругу лингвистических дисциплин: проблемы дефиниции и классификации / Е. Г. Которова // Российский лингвистический журнал. – 2019. – Т. 23, № 1. – С. 98-115.

11. Лутовинова, О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: автореф. дисс. докт. филол. наук / О. В. Лутинова. – Волгоград, 2009. – С. 10-11.

12. Лутовинова, О. В. Языковая личность в виртуальном дискурсе: способы саморепрезентации / О. В. Лутовинова // Электронный вестник центра переподготовки и повышения квалификации по филологии и лингвострановедению: электрон, журн. / Санкт-Петерб. гос. ун-т. - 2006.

13. Лутовинова, О. В. К проблеме категорий виртуального дискурса / О. В. Лутовинова // Известия Волгоградского педагогического университета. – Волгоград : 2006. – С. 20-25.

14. Максимов, В. В. Концептуальное ядро университетского дискурса / В. В. Максимов, Е. В. Найдён, А. Н. Серебренникова // Томский политехнический университет. – С. 199.

15. Мельникова, О.К. К вопросу об определении термина "Интернет-дискурс" / О.К. Мельникова // Казанский вестник молодых учёных . – Казань: 2018.
16. Мухамад, Халид Иннаят Али Прагматический компонент «взаимодействие» в аудиторном дискурсе (на материале речи преподавателя): автореф. дис. канд. филол. наук. – М., 2006. – 24 с.
17. Пескова, Е.Н. Дискурс веб-сайта: взаимодействие с другими типами дискурса, жанровые особенности / Е.Н. Пескова // Южно-Уральский государственный университет. – 2015. – С. 6.
18. Плаксина, Н. В. Миссия университета в системе высшего образования Великобритании / Н. В. Плаксина // Проблемы современного образования. – 2015. – № 3. – С. 24-31.
19. Родичева, А. А. Речевое общение на основе коммуникативных ходов // Дис. Канд., 2002. – 181с.
20. Розенфельд, Ю.Н. Особенности системы высшего образования в Великобритании / Ю.Н. Розенфельд, Г.В. Рощупкин // Педагогика, психология и медико-биологические проблемы физического воспитания и спорта. – 2016. – № 12. – С. 141-143.
21. Тён А. ван Дейк, Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. / Тён А. ван Дейк // Пер. с англ. — Книжный дом «ЛИБРОКОМ». – 2013. – С. 344.
22. Шарикова, Л. А. Основы теории дискурса: словарный дискурс / Л. А. Шарикова // Альманах современной науки и образования. – 2008
23. Crystal D. An Encyclopaedic Dictionary of Language and Languages / Crystal D. – Penguin Books, 1992. – 422 p.
24. Harris, Z. Discourse analysis // Language. 1952. V. 28. № 1. – P. 1–30.

25. Mey J.L. Pragmatics. An Introduction / Mey J.L. – USA, UK: Blackwell Publishers, 2001, 2 nd ed. – 500 p.
26. Morris, Charles W. (1938) Foundations of the theory of signs. Chicago: Chicago Univ. Press. –245p.
27. Searle, John R. (1969). Speech acts. An essay in the philosophy of language. Cambridge: Cambridge University Press. – 196 p.
28. Oxford of university : [web-сайт] / Oxford of university. – Режимдоступа: <https://www.ox.ac.uk/about>
29. University of Cambridge : [web-сайт] / Oxford of university.– Режим доступа: <https://www.cam.ac.uk/>
30. London school of economics and political science : [web-сайт] / London school of economics and political science. – Режимдоступа: <https://www.lse.ac.uk/#>
31. University of Manchester : [web-сайт] / University of manchester. – Режимдоступа: <https://www.manchester.ac.uk/>
32. Imperial college of London : [web-сайт] / Imperial college of london. – Режимдоступа: <https://www.imperial.ac.uk/>
33. King's College London : [web-сайт] / King's College London. – Режимдоступа: <https://www.kcl.ac.uk/>
34. The University of Glasgow :[web-сайт] / The University of Glasgow. – Режимдоступа: <https://www.gla.ac.uk/>
35. The University of Edinburgh:[web-сайт] / The University of Edinburgh. – Режимдоступа: <https://www.ed.ac.uk/>
36. The University of Exeter: [web-сайт]/ The University of Edinburgh. – Режимдоступа: <https://www.exeter.ac.uk/>



37. The University of Warwick: [web-сайт]/ The University of Edinburgh. –  
Режимдоступа:<https://warwick.ac.uk/>

#### Список сокращений

1. Оксфордский университет - [OU]
2. Кембриджский университет -[CU]
3. Лондонская школа экономики и политики - [LSE]
4. Университет Манчестера - [MU]
5. Имперский колледж Лондона -[ICL]
6. Королевский колледж Лондона -[KCL]
7. Университет Глазго -[GU]
8. Университет Эдинбурга - [EU]
9. Уорикский университет - [WU]
10. Эксетерский университет - [ExU]