

УДК 81'42'44: 811.111

Потапенко С.И.

КОГНИТИВНАЯ РИТОРИКА ПОТРЕБНОСТЕЙ: СТРАТЕГИИ ПОСТРОЕНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ НОВОСТЕЙ

Риторика потребностей, восходящая к античному пафосу, объясняет воздействие текстов новостей через апелляцию к нуждам человека, определяющим содержание сообщений, его линеаризацию, выбор языковых единиц и канала коммуникации, подчиненных четырем риторическим стратегиям: инвентивной, диспозитивной, элокутивной и перформативной.

Ключевые слова: когнитивная риторика потребностей, пафос, риторическая стратегия, тексты новостей.

Потапенко С.И. Когнітивна риторика потреб: стратегії побудови англomовних текстів новин. У статті показано, що риторика потреб, яка походить від античного пафосу, пояснює вплив текстів новин через апеляцію до потреб людини, які визначають зміст повідомлень, його лінеаризацію, вибір номінативних одиниць і каналу комунікації, підпорядкованих чотирьом риторичним стратегіям: інвентивній, диспозитивній, елокутивній і перформативній.

Ключові слова: когнітивна риторика потреб, пафос, риторична стратегія, тексти новин.

Potapenko S.I. Cognitive rhetoric of needs: Strategies of structuring news stories. The article argues that rhetoric of needs, going back to ancient pathos, explains the impact of news stories through appeal to human needs determining the choice of the contents, their arrangement, selection of linguistic units and of communication channel, subordinated to four strategies: inventive, dispositional, elocutionary, and performative.

Key words: cognitive rhetoric of needs, pathos, rhetorical strategy, news stories.

Современный этап развития гуманитарных наук характеризуется переосмыслением античной риторической традиции, что обусловлено актуальностью вопросов вербального воздействия и проявляется в формировании новых риторических направлений, основанных на античных канонах текстопостроения и способах воздействия.

Отдельные античные этапы текстопостроения – отбор аргументов (инвенция), их линеаризация (диспозиция), орнаментация высказывания (элокуция), запоминание (мемория) и

произнесение (актио) [2, 22] – послужили основой для формирования ряда современных риторических и лингвистических подходов: диспозиция воплотилась в теории композиции [11, 9-11], элокуция – в стилистике [2, 35] и риторике Льежской школы [6], а мемория и актио объединились в перформативный этап в результате интенсивного развития каналов коммуникации, способствовавших формированию разных видов медиа-дискурса: газетного, журнального, радио, телевизионного, интернетного.

С позиций современного языкознания указанные этапы текстопостроения могут рассматриваться как стратегии, т.е. целенаправленные планы действий [12, 181], подчиненные решению социальных, политических, психологических или языковых задач [14, 40]. Соответственно, дифференцируем четыре риторические стратегии, модифицирующиеся в зависимости от целей воздействия: инвентивную, диспозитивную, элокутивную и перформативную.

Античные способы воздействия – этос, логос и пафос [17, 47] – воплощаются в современных риторических направлениях, учитывающих цели воздействия. В русле логоса как последовательности изложения мыслей сформировалась теория аргументации [19]. Этос, или саморепрезентация автора, связанная с созданием у аудитории определенных впечатлений, служит основой для формирования риторики эффекта: в ее рамках рассмотрены механизмы создания у адресата впечатлений единства [8, 172], ответственности и смиренности [9, 102], свободы и ее защиты [10, 131], решительности [20, 243] и др. Пафос как способ воздействия на эмоциональную сферу адресата вскрывается с помощью концептуальных метафор [23, 704], а его дальнейшее осмысление видится в ракурсе психолингвистической трехэтапной последовательности воздействия, включающей "потребности – мотивы – эмоции" [4, 56]. Из приведенного перечня очевидно, что современное переосмысление пафоса невозможно без учета роли потребностей. Поэтому **цель** статьи состоит в формулировании основ соответствующего раздела риторики и в апробировании соответствующей методики анализа на материале англоязычного новостного дискурса.

Риторика потребностей объясняет организацию вербального воздействия через апелляцию к нуждам человека – физиологическим, безопасности, принадлежности, репутации, самоактуализации [18, 19] – и мотивам, т.е. материальным или идеальным объектам, взаимодействие которых определяет воздействующую роль событий, освещаемых в текстах новостей.

С позиций риторики потребностей инвентивная стратегия направлена на отбор и первичную концептуализацию материала. Выбор тем сообщений должен удовлетворять запросам гетерогенной аудитории средств массовой информации, т.е. ее нуждам как фундаментальному условию существования индивида [4, 47]. Потребностный подход выводит исследователя на более глубокий уровень объяснения механизмов воздействия по сравнению с современными исследованиями медиа-дискурса, которые основной чертой новостных сообщений, привлекающей аудиторию, считают значимость (value), ассоциирующуюся с целым рядом характеристик: близостью событий, их влиянием, изменением, заметностью, конфликтностью, универсальностью, полезностью, обычностью [14, 67]. Учитывая ведущую роль потребностей [см. 7, 37-39] в объединении гетерогенной массовой аудитории, стратегии инвентивного уровня определяем как мотивационные.

Первичную концептуализацию материала, осуществляемую на инвентивном уровне, связываем с планами, т.е. ментальными динамическими структурами, предназначенными для решения текущих проблем [13, 83], и воссоздаем их с помощью двух разновидностей структур сенсомоторного происхождения, которые различаются уровнем обобщения в представлении взаимоотношений субъекта и среды: сило-динамическими отношениями [21, 446] и образ-схемами [15, 239].

Силовая динамика опирается на противопоставление Агониста как фокальной силы и направленного против него Антагониста [22, 413], каждый из которых отмечен склонностью к движению или спокойствию, т.е. к деятельности или бездействию [22, 413]. Благодаря гештальтной – неделимой – структуре образ-схемы как элементарные единицы сознания, формирующиеся в

ходе сенсомоторного взаємодія індивіда со середой [15, 116], одночасно отражають взаємодія декількох об'єктів, виводя сило-динамічні стосунки на більш високий рівень абстракції.

Взаємодія силової динаміки і образ-схем підчинено більш універсальній здатності індивіда к орієнтуванню в оточуючій середі, котре здійснюється в чотирьох перспективах: соматическої, просторовно-моторної, візуальної і динаміческої, об'єднуючої рух і силу.

Соматическі образ-схеми СПЕРЕДИ – СЗАДИ, СВЕРХУ – СНИЗУ, ЦЕНТР – ПЕРИФЕРИЯ, БЛИЗКО – ДАЛЕКО структурують найближче просторово навколо тіла автора-наблюдателя, визначаючи гіпертекстову організацію медіа-дискурса, зв'язану з нелінійним розташуванням матеріалів [1, 37] на сторінці або на екрані.

Просторовно-моторні стосунки ПРЕДЕЛ (ПОВЕРХНОСТЬ) – КОНТЕЙНЕР (ВКЛЮЧЕНИЕ / ИСКЛЮЧЕНИЕ) – СОДЕРЖАНИЕ фіксують послідовність руху спостерігача всередині тривимірного простору, т.е. встановлюють зовнішню або внутрішню перспективу концептуалізації подій. Во внутрішній перспективі референти диференціюються послідовністю перцептивних образ-схем МАССА – МНОЖЕСТВО – ИСЧИСЛЯЕМОСТЬ – ОБЪЕКТ, кторі передають зміни в сприйнятті об'єктів при наближенні або віддаленні, котре проявляється в діленні існуючих на існуючі, неіснуючі і збиральні.

Взаємодія декількох об'єктів отражено динаміческими схемами, представляючими рух (ПУТЬ і ЦИКЛ), вертикальне переміщення (ВЕРТИКАЛЬ) і силу: ОБЕСПЕЧЕНИЕ / ПОТЕРЯ ВОЗМОЖНОСТИ, ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ, ПРЕПЯТСТВИЕ, ПРИТЯЖЕНИЕ, УСТРАНЕНИЕ ПРЕПЯТСТВИЯ, ПРИНУЖДЕНИЕ.

Різниця в інтенсивності силового взаємодія проявляється в тенденціях к руху, втілених сило-динаміческими стосунками: найбільший потенціал к діянню фіксується образ-схемою ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ,

а его отсутствие – ПОТЕРЕЙ ВОЗМОЖНОСТИ. Другие образ-схемы дифференцируют интенсивность взаимодействия: ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ, сформированное под влиянием опыта столкновения двух центров силы, в результате которого ни одна из них не может двигаться далее [15, 46], противопоставляет Агониста и Антагониста с одинаковой тенденцией к движению; ПРИНУЖДЕНИЕ, отражающее опыт перемещения под влиянием внешних сил [15, 45], представляет Агониста с превалирующей склонностью к движению; ПРЕПЯТСТВИЕ, образованное силовым вектором, который останавливается или изменяет траекторию в результате столкновения [15, 45], акцентирует роль Агониста с тенденцией к спокойствию.

Мотивационные стратегии, реализуемые в текстах новостей когнитивными планами апелляции к потребностям аудитории, могут быть реконструированы на основе анализа номинативных единиц, обозначающих мотивы, для чего используются две группы номинативных единиц: существительные, позиционирующие участников событий в перспективах, заданных пространственно-моторными и перцептивными образ-схемами, и предикаты, акцентирующие динамические взаимоотношения референтов.

Мотивационная стратегия апелляции к принадлежности реализуется номинативными единицами, которые в инициальных позициях англоязычных текстов новостей указывают субъектов, принадлежащих к социальным группам, моделируемым с помощью образ-схемы КОНТЕЙНЕР [16, 196-197]. На потребность к принадлежности указывают названия социальных ролей: гендерных (*man*, *woman* и др.), напр., *Women die in US stretch limo blaze* (bbc.com/news/ 5.05.2013); семейных (*family*, *parents* и др.), напр., *Family says Pistorious not suicidal* (bbc.com/news/ 11.03.2013); профессиональных (*firefighter*, *driver*, *footballer* и др.), напр., *Farmer revives Irish famine potato* (bbc.com/news/ 25.03.2013); национальных (*England fan*, *British workers*, *Britons* и др.), напр., *South African soldiers killed in SAR* (bbc.com/news/ 25.03.2013).

Особенность апелляции к потребности в принадлежности в мировых средствах массовой информации состоит в одновременном причислении референта к нескольким категориям, напр., *European men risk dying young* (bbc.com/news/ 13.03.2013). В приведенном примере определение *European* относит мужчин к европейскому континенту, а существительное *men* фиксирует гендерную принадлежность.

Мотивационная стратегия апелляции к потребности в признании, имплицитная статус, известность, репутацию, уважение [18, 45-47], отражена единицами, указывающими на место индивида в социальной иерархии, соотносимой с ВЕРТИКАЛЬЮ. Ее верхняя часть сигнализирует о доминировании субъекта по аналогии с перцептивным восприятием: чем выше объект, тем больше людей может его видеть.

Нарицательные существительные указывают на индивида с положительным статусом, т.е. отражают локальную выделенность внутри КОНТЕЙНЕРА, представляющего страну, нацию, социальную группу, напр., *French minister quits over tax probe* (bbc.com/news/ 19.03.2013). Локальная заметность индивида подчеркивается обстоятельствами, указывающими на вершину ВЕРТИКАЛИ, напр., *Top al-Qaeda leader killed in Mali* (bbc.com/news/ 1.03.2013); источник ПРИТЯЖЕНИЯ, напр., e.g. *Leading French lawyer found dead* (bbc.com/news/ 17.03.2013); начало последовательности, напр., *First woman to lead US secret Service* (bbc.com/news/ 1.03.2013), и др.

Имена собственные соотносят индивидов с относительной и наивысшей точками отсчета СТАТУСНОЙ ВЕРТИКАЛИ. Фамилия указывает на относительную точку, напр., *Obama calls budget cuts 'dumb and arbitrary'* (bbc.com/news/ 1.03.2013), а двухкомпонентное имя собственное фиксирует наивысшую точку отсчета, поднимая статус политика, напр., *Barack Obama to meet Mandela family* (bbc.com/news/ 29.06.2013).

Имена отражают высокий статус поп-звезд, напр., *Desperate Eva to divorce 'cheating' husband* (DM 18.11.2010, 11), а фамилии указывают на их относительный статус, например в сообщени-

ях о судебных разбирательствах, напр., *Depardieu fined for drunk driving* (bbc.com/news/ 21.06.2013).

Мотивационные стратегии, апеллирующие к потребности в безопасности, определяют употребление предикатов, активирующих силовые отношения. Выбор единиц определяется тактиками двух видов: безопасности в ракурсах ее поддержания или восстановления и угрозы различного характера: потенциальной, повышенной, интенсивной и осуществленной. Так, тактика поддержания безопасности реализована в сообщении под названием *Cholesterol-busting pill could save heart victims* (DM 18.11.2010) следующим образом. В заголовке сказуемое *could save* указывает на ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ, характеризующееся внутренним силовым вектором и отсутствием барьеров или препятствий [15, 47], т.е. соотносит новое лекарство с Агонистом, обладающим тенденцией к движению, сигнализирующим о снижении уровня холестерина (*cholesterol-busting pill*), а цель – с сердечниками (*heart victims*).

При дальнейшем развертывании текста стратегия апелляции к безопасности реализуется предикатами, соотносящими новые пилюли с Агонистом, обладающим тенденцией к движению: (1) *A CHOLESTEROL-busting pill [...] is being developed by scientists.* (2) *They believe the powerful new drug, anacetrapib, could save the lives of thousands of heart disease patients a year.* (3) *The daily pill has been shown to halve the levels of bad cholesterol in the blood [...].* (4) *Researchers claim the drug is so effective that it could reduce deaths from heart disease.* (5) *A Harvard University study found that the drug [...] dropped cholesterol levels to unprecedented lows.*

В приведенном фрагменте предикаты *is being developed* "разрабатывается" (1), *could save* "может спасти" (2), *could reduce* "может сократить" (4) изображают лекарство как средство избавления тысяч сердечников от недуга (*the lives of thousands of heart disease patients*), объясняют его эффект двукратным снижением уровня холестерина (*to halve the levels dropped*), приводящим к сокращению смертности (*deaths from heart disease*). Эффективность рекламируемых пилюль акцентируется

сказуемым *dropped* (5), которое в сочетании с обстоятельством *to unprecedented lows* соотносит уровень холестерина с самыми низкими показателями ВЕРТИКАЛИ.

Заявленные в заголовках мотивационные отношения воплощаются в текстах диспозитивными стратегиями, определяющими построение сообщений на макро– и микроуровне. Макроуровневые тактики подчиняют расположение заголовка, вступления, блоков главного и фонового событий [3, 131]. Микроуровневые тактики обеспечивают связность абзацев за счет выдвижения единиц, обозначающих составляющие событий, соотносимые с компонентами образ-схем, а через них – с потребностями аудитории, ибо выдвижение рассматривается как размещение на первом плане форм, служащих поисковыми сигналами или "ключами" в процессах языковой обработки информации [5, с. 21].

С учетом основополагающего статуса выдвижения в композиционной организации новостного дискурса макроуровневые диспозитивные тактики определяем как текстообразующие, направленные на формирование в сознании читателя законченного образа события. Последовательность его создания отражена в использовании пяти основных диспозитивных тактик: фокусирования, идентификации, паритивности, отпора и баланса.

При применении тактики фокусирования названия источника или цели удовлетворения потребности повторяются в начале заголовка и абзацев, повествующих о главном событии. В приведенном ниже тексте продавец, осужденный за убийство супруги, обозначен как в заголовке *Postmaster gets life for 'fake raid' murder* (Т 20.04.2011), так и в начальных позициях четырех абзацев, посвященных главному событию, что акцентирует его статус как цели ПРЕПЯТСТВИЯ: (1) *A shopkeeper [...] will spend at least 20 years in jail after being convicted of murder and jail for life.* (2) *Robin Garbutt, 45, was the friendly face behind the counter [...] but in truth he was a desperate man.* (3) *Garbutt had claimed to detectives that [...] he was disturbed by an armed raider.* (4) *The shopkeeper shook his head in the dock [...] as the jury rejected his version of events.*

В цитируемом текстовом фрагменте тактика фокусирования акцентирует внимание на осужденном как цели ПРЕПЯТСТВИЯ, направленного на восстановление общественной безопасности и обозначенного предикативными группами в заголовке (*gets life*) и во вступительном абзаце (*will spend at least 20 years in jail*). Вместе с тем, в последующих абзацах предикаты *had claimed* и *shook* описывают сопутствующие события.

Элокутивные стратегии, определяющие отбор номинативных единиц, представляющих референты номинативно-текстовыми тактиками в двух ракурсах: локализирующем, активированном пространственно-моторными отношениями ПРЕДЕЛ (ПОВЕРХНОСТЬ) – КОНТЕЙНЕР – (ВКЛЮЧЕНИЕ/ ИСКЛЮЧЕНИЕ) – СОДЕРЖАНИЕ, и параметральном, основанном на схемах МАССА – МНОЖЕСТВО – ИСЧИСЛЯЕМОСТЬ – ОБЪЕКТ.

Локализирующие тактики обеспечивают топологическую детализацию событий за счет указания на их место, напр., *It is more sultry in Sussex than in Syria* (DM 25.11.2011, 3); на субъектов или части их тел, напр., *He was hunched up at his desk*, и т.д.

Параметральные номинативно-текстовые тактики относят участников событий к отдельным профессиональным группам, напр., *historian, tennis player, policeman, a media watchdog*, или классам, напр., *company*. Тактика количественной параметризации подчиняет именованию денежных сумм в сообщениях о компенсациях, напр., *has won 2.8 million; has won a 20,000 settlement, was awarded 66,000 in damages*, а также соотносит участников событий с различными видами шкал: возраста, напр., *young, the average 50-year-old man*; количества, напр., *exceeds a quarter of a million people, at 257,000*; оценки, напр., *16 per cent more top grades at A level*; денег, напр., *was fined 250,000*; расстояния, напр., *transported 130 miles by road*; скорости, напр., *zoomed to a reading of 150 mph*; высоты, напр., *5,000 feet up in the Picos de Europa range*.

Перформативные стратегии, соотносимые с античными стадиями мемория и актио, определяют размещение медийных материалов относительно соматических координат

СПЕРЕДИ – СЗАДИ, СВЕРХУ – СНИЗУ, СЛЕВА – СПРАВА, ЦЕНТР – ПЕРИФЕРИЯ, БЛИЗКО – ДАЛЕКО. Перформативные стратегии печатного и интернетного дискурсов имеют две разновидности: гипертекстовую, подчиняющую расположение публикаций на странице или экране, и мультимодальную, обусловливающую взаимодействие изображения и текста [см. 7, 74-85].

Таким образом, когнитивная риторика потребностей, синтезирующая античную последовательность текстопостроения с нуждами человека, позволяет дифференцировать четыре риторические стратегии: инвентивную, связанную с концептуализацией отобранного материала в терминах метальных структур; диспозитивную, направленную на линеаризацию содержания; элокутивную, определяющую отбор номинативных средств; перформативную, подчиняющую способы подачи материала аудитории. Базовые риторические стратегии модифицируются в зависимости от сферы коммуникации, о чем свидетельствует анализ их воплощения в англоязычном новостном дискурсе. Инвентивно-мотивационные стратегии соотносят материал с потребностями аудитории и предполагают его концептуализацию в терминах образ-схемных и сило-динамических отношений, отражающих взаимодействие субъекта и среды. Диспозитивно-текстообразующие стратегии определяют выдвижение названий наиболее важных референтов в инициальные позиции заголовков и отдельных абзацев. Номинативно-текстовые стратегии, связанные с этапом элокуции, подчиняют выбор единиц, локализирующих и параметризующих референты. Перформативные стратегии представлены в медиа-дискурсе двумя вариантами: гипертекстовым, определяющим нелинейное расположение материалов, и мультимодальным, подчиняющим взаимодействие вербального и изобразительного компонентов. Предложенная в этой статье методика когнитивно-риторического анализа, главным образом апробированная на материале англоязычного медиа-дискурса, может быть применена при исследовании других видов нехудожественного дискурса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику / А.Н. Баранов. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 360 с.
2. Безменова Н.А. Очерки по теории и истории риторики / Н. А. Безменова. – М. : Наука, 1991. – 215 с.
3. Дейк Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
4. Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции / А. Н. Леонтьев // Психология мотивации и эмоций: Хрестоматия. – М. : АСТ: Астрель, 2009. – С. 47-65.
5. Лузина Л.Г. Выдвижение / Л.Г. Лузина // Краткий словарь когнитивных терминов. – М. : Филологическ. ф-т МГУ, 1996. – С. 21-22.
6. Общая риторика : Пер. с фр. / Ж. Дюбуа, Ф. Пир, А. Тринон и др.; Общ. ред. и вступ. ст. А. К. Авеличева. – М. : Прогресс, 1986 – 392 с.
7. Потапенко С.І. Сучасний англомовний медіа-дискурс / С.І. Потапенко: монографія. – Ніжин : Видавництво НДУ імені Миколи Гоголя, 2009. – 391 с.
8. Потапенко С.І. Интегративная функция инаугурационных обращений Барака Обамы и Виктора Ющенко : лингвориторический аспект / С. И. Потапенко // Функциональная лингвистика. – Симферополь, 2010. – № 1, Т. 2. – С. 172-174.
9. Потапенко С.І. Вербальні ефекти публічного виступу: когнітивно-риторичний ракурс (на матеріалі інавгураційних звернень Барака Обами та Віктора Януковича) / С. І. Потапенко // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія. – 2011. – Т. 14, №1. – С. 102-108.
10. Потапенко С.І. Когнітивна риторика ефекту: в пошуках методу (на матеріалі інавгураційних звернень американських президентів Дж. Кеннеді і Дж. Буша) / С. І. Потапенко // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія. – 2012. – Т. 15, №2. – С. 131-140.
11. Успенский Б. Семиотика искусства / Б. Успенский. – М. : Языки русской культуры, 1995. – 360 с.
12. Chilton P.A. Manipulation / P.A. Chilton // Discursive Pragmatics. – Amsterdam, Phil.: John Benjamins, 2011. – P. 176-189.
13. Cook G. Discourse and Literature / G. Cook. – Oxford : Oxford Univ. Press, 1994. – 285 p.
14. Cotter C. News Talk / C. Cotter. – Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2011. – 280 p.
15. Johnson M. The Body in the Mind : The Bodily Basis of Meaning, Imagination, and Reason / M. Johnson. – Chicago; L. : The Univ. of Chicago Press, 1987. – 233 p.
16. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor / G. Lakoff // Cognitive Linguistics : Basic Readings. – B. : Mouton de Gruyter, 2006. – P.185-238.

17. Leith S. You Talkin' to me? Rhetoric from Aristotle to Obama / S. Leith. – L. : Profile Books, 2012. – 296 p.
18. Maslow A. Motivation and Personality / A. Maslow. – N.Y., etc.: Harper & Row Publishers, 1970. – 368 p.
19. Perelman Ch. The New Rhetoric : A Treatise on Argumentation / Ch. Perelman, L. Olbrechts Tyteca. – Notre Dame : Univ. of Notre Dame Press, 1969. – 566 p.
20. Potapenko S. Modest or determined? Cognitive-rhetorical analysis of the effects of President Obama's inaugural and congressional speech / S. Potapenko // Texts and Minds: Papers in Cognitive Poetics and Rhetoric. – Frankfurt am Main, etc. : Peter Lang, 2012. – P.243-258.
21. Oakley T. Force-dynamic dimensions of rhetorical effect / T. Oakley // From Perception to Meaning: Image Schemas in Cognitive Linguistics. – B., N.Y.: Mouton de Gruyter, 2005. – P. 444–473.
22. Talmy L. Force Dynamics in Language and Cognition / L. Talmy // Concept Structuring Systems. – Cambridge (Mass.): The MIT Press, 2000. – Vol. 1. – P. 409-470.
23. Tenbrink T. Reference frames of space and time / T. Tenbrink // Journal of Pragmatics. – 2011. – Vol. 43, N.3. – P. 704-722.
24. Wodak R. The Discourse of Politics in Action / R. Wodak – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011. – 252 p.

ИСТОЧНИКИ ИЛЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРИАЛА

DE: Daily Express
DM: Daily Mail
DT: The Daily Telegraph
MS: The Mail on Sunday
T: The Times