**Список использованной литературы**

 1 Ракитов А.И. Прагматика. – М.: Советская энциклопедия, 2009. – 390 с.

 2 Кунанбаева С.С. Концепции иноязычного образования Республики Казахстан. - Алматы, 2010. - 251 с.

 3 Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И.Р. Гальперин. – М.: КомКнига, 2007. – 148 с.

 4 Гумбольдт В. фон Избранные труды по языкознанию / В. фон Гумбольдт.– М.: Издательство Прогресс, 2000. – 199 с.

 5 Дейк Т.А. Вопросы прагматики текста / Т.А. Дейк // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Прогресс, 1998. – С. 259.

 6 Демьянков В.З. «Теория речевых актов» в контексте современной лингвистической литературы: (Обзор направлений) / В.З. Демьянков // Новое в зарубежной лингвистике: Вып.17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 2006. – С.223-235.

 7 Кафтанджиев Х. Тексты печатной рекламы / Х. Кафтанджиев.- Москва, Смысл.- 2005.-128 с.

 8 Киселева Л.А. Вопросы теории речевого воздействия / Л.А. Киселева. – Л.: Из-во ЛГУ, 2008. – 160 с.

 9 Лазарева Э.А. Заголовок в газете / Э.А. Лазарева. – Свердловск: Изд-во Урал. Ун-та, 2009. – 224 с.

 10 Леонтьев А.А. Психолингвистика / А.А. Леонтьев // ЛЭС. – М.: Сов.энциклопедия, 1990. – С.404-405.

 11 Остин Дж.Л. Слово как действие / Дж.Л. Остин; пер. с англ. А.А. Медниковой // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 17. Теория речевых актов. – М.: Прогресс, 2006. – С.22-130.

 …………………………….

………………………………………………..

……………………………………………………

 60 Williamson J. Decoding Advertisements. – London, 1998.

 61 Чаган Н. Г. Реклама в социокультурном пространстве: традиция и современность // Маркетинг в Казахстана и за рубежом №2 – М.: 2000.