Гапутина Виолетта Александровна Проявления гибридности в современном русскоязычном медиадискурсе моды

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Гапутина Виолетта Александровна

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАДИСКУРСА МОДЫ

1.1. Определение понятия «дискурс» и основные способы типологизации дискурсов

1.2. Медиадискурс как ключевой дискурс современности и объект медиалингвистического анализа

1.2.1. Феномен «медиа» в современном обществе

1.2.2. Понятийный аппарат медиалингвистики как науки

1.2.3. Характеристики современного медиадискурса

1.3. Мода как феномен современного общества и самостоятельный научный объект

1.3.1. Основные направления и аспекты изучения феномена моды

1.3.2. Дискурс моды как объект лингвистических

исследований

1.4. Сущностные признаки дискурса моды

1.5. Медиатизация дискурса моды

1.6. Гибридность медиадискурса моды

1.6.1. Явление гибридности в лингвистических исследованиях

1.6.2. Дефиниции понятий «гибридность», «гибридный дискурс» и «гибридные черты дискурса»

1.6.3. Проявления гибридности и гибридных черт медиадискурса

моды

Выводы по первой главе

ГЛАВА II. ГИБРИДНОСТЬ МЕДИАДИСКУРСА МОДЫ: НОВЫЕ

СВОЙСТВА И ТИПИЧНЫЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ

2.1. Языковые и речевые маркеры дискурса

моды

2.2. Институционально-персональный характер медиадискурса моды

2.2.1. Дискурс моды в глянцевых журналах

2.2.2. Дискурс моды в телевизионных передачах

2.2.3. Дискурс моды в социальной сети «Instagram»

2.3. Гибридность дискурса моды и медиадискурса и приемы ее репрезентации

2.3.1. Эпитеты

2.3.2. Метафоры

2.3.3. Прецедентные феномены

2.3.4. Заимствованная лексика

2.3.5. Развлекательные приемы

Выводы по второй главе

ГЛАВА III. НЕРЕГУЛЯРНЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ ГИБРИДНЫХ СВОЙСТВ МЕДИАДИСКУРСА МОДЫ В АСПЕКТЕ ЕГО РАЗВИТИЯ

3.1. Гибридные черты медиадискурса моды, косметического и парфюмерного дискурса

3.2. Гибридные черты медиадискурса моды и исторического дискурса

3.3. Гибридные черты медиадискурса моды и дискурса знаменитостей

3.4. Гибридные черты медиадискурса моды и инструктивного

дискурса

3.5. Гибридные черты медиадискурса моды и рекламного

дискурса

Выводы по третьей главе

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЯ