Кузницина Екатерина Сергеевна Активные деривационные процессы в языке современной рекламы

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Кузницина Екатерина Сергеевна

ВВЕДЕНИЕ

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Глава 1. Специфика языка рекламы

1.1. Реклама как составляющая информационной среды

1.2. История рекламы в России

1.3. Рекламный текст, его особенности

1.4. Понятие языковой игры. Приемы создания рекламных имен и

слоганов

Выводы по главе

Глава 2. Прецедентные феномены в рекламе

2.1. Понятие прецедентного текста

2.2. Прецедентный текст и интертекстуальность

2.3. Классификация прецедентных феноменов

2.4. Способы трансформации прецедентных феноменов

2.5. Использование прецедентных феноменов в рекламе

Выводы по главе

Глава 3. Продуктивные словообразовательные процессы в языке

современной рекламы

3.1. Синхронное словообразование. Слова потенциальные и

окказиональные

3.2 Активные деривационные процессы в русском языке

3.3. Рекламные имена (РИ) и слоганы, образованные чистыми аффиксальными способами

3.4. РИ и слоганы, созданные чистыми безаффиксными способами

3.5. РИ и слоганы, созданные комплексным безаффиксным способом

3.6. РИ и слоганы, созданные комбинированными способами

3.7. РИ и слоганы, созданные с помощью окказиональных способов

3.8. Случаи вариативности словопроизводства

Выводы по главе

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Список литературы