Фахретдинова Гульназ Нурхаметовна Язык татарской рекламы

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Фахретдинова Гульназ Нурхаметовна

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА I. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕКЛАМЫ В ЯЗЫКОЗНАНИИ

1.1. История и состояние изучения рекламы в современной лингвистике

1.2. Исторические предпосылки и этапы развития татарской рекламы

1.3. Определение термина «реклама» в языкознании и типы татарской рекламы

1.4. Отражение национально-культурных ценностей в текстах татарской рекламы

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ I

ГЛАВА II. ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В ТЕКСТЕ ТАТАРСКОЙ РЕКЛАМЫ

2.1. Тематическая группа лексики в текстах татарской рекламы

2.2. Особенности использования заимствованной лексики в языке татарской рекламы

2.3. Экспрессивно-стилистические приемы, используемые в татарской рекламе

2.4. Фразеологизмы в текстах татарской рекламы

2.5. Эргонимы в рекламных текстах на татарском языке

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ II

ГЛАВА III. ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ТАТАРСКОЙ РЕКЛАМЫ

3.1. Морфологические средства в текстах татарской рекламы

3.1.1. Имена существительные в татарских рекламных текстах

3.1.2. Особенности использования прилагательных в татарской рекламе

3.1.3. Специфика употребления личных местоимений

3.1.4. Глагол и его особенности в татарских рекламных текстах

3.2. Синтаксические средства в языке татарской рекламы

3.2.1. Структура татарского рекламного текста

3.2.2. Использование повторов и парцелляции в текстах татарской рекламы

3.2.3. Типы предложений по цели высказывания в татарских рекламных текстах

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ III

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЕ