Дрогайцева Марина Александровна Коммуникативная эффективность медианоминации (на материале названий региональных печатных средств массовой информации)

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Дрогайцева Марина Александровна

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ 12 ФЕНОМЕНА МЕДИАНОМИНАЦИИ

1.1. Проблемы изучения коммерческой номинации в лингвистике

1.2. Медианоминация. Место медианоминации в системе 22 коммерческой номинации

1.3. Медианоминация в ономастическом пространстве

1.4. Функции медианоминации

1.5. Виды медианоминации

1.6. Из истории медианоминации

1.7. Юридический аспект функционирования названия СМИ

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ

ГЛАВА 2. КЛАССИФИКАЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ 60 МЕДИАНОМИНАЦИИ: ЯЗЫКОВОЙ И ТЕМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

2.1. Языковые особенности современной медианоминации

2.2. Классификация современной медианоминации на основе 77 тематических сегментов российского издательского рынка

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ

ГЛАВА 3. КОММУНИКАТИВНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАНОМИНАЦИИ

3.1. Эффективность медианоминации

3.2. Методы исследования коммуникативной эффективности 86 медианоминации

3.3. Психолингвистический анализ современной медианоминации

3.3.1. Исследование ассоциативного соответствия современной 96 медианоминации

3.3.2. Исследование информативности современной медианоминации

3.3.3. Фоносемантический анализ современной медианоминации

3.3.4. Исследование мотивационного потенциала современной 105 медианоминации

3.3.5. Методология и возможности факторного анализа при 106 исследовании коммуникативной эффективности современной медианоминации

3.3.6. Обсуждение результатов реализации экспериментальных 125 методов исследования коммуникативной эффективности

современной медианоминации. Перспективы изучения современной медианоминации

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ