Цзоу Хуацзин Поликодовый текст современной китайской и русской рекламы

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Цзоу Хуацзин

ВВЕДЕНИЕ

ГЛАВА 1. РЕКЛАМА КАК ПОЛИКОДОВЫЙ ТЕКСТ

1.1. История и теория поликодового текста

1.2. Компоненты поликодового текста и их связь

1.3. История рекламы в Китае. Изучение поликодового текста рекламы в китайской лингвистике

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ПОЛИКОДОВОГО ТЕКСТА РЕКЛАМЫ НА

КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

2.1. Тематико-композиционные особенности и характеристика невербального компонента поликодового текста рекламы на китайском языке

2.1.1. Стилевое и композиционное решение

2.1.2. Темпоральность и прецедентность

2.1.3. Использование семиотических кодов цвета и кинесики

2.1.4. Шрифтовое решение

2.2. Характеристика вербального компонента

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ

ГЛАВА 3. ОСОБЕННОСТИ ПОЛИКОДОВОГО ТЕКСТА РЕКЛАМЫ НА

РУССКОМ ЯЗЫКЕ В СОПОСТАВЛЕНИИ С КИТАЙСКОЙ РЕКЛАМОЙ.. 83 3.1. Тематико-композиционные особенности и характеристика

невербального компонента поликодового текста рекламы на русском языке

3.1.1. Стилевое и композиционное решение

3.1.2. Темпоральность и прецедентность

3.1.3. Использование семиотических кодов цвета и кинесики

3.1.4. Шрифтовое решение

3.1.5. Общие и отличительные особенности невербального компонента поликодового текста рекламы на китайском и русском языках

3.2. Сопоставительный анализ вербального компонента рекламы на китайском и русском языках

3.2.1. Характеристика вербального компонента поликодового текста русской рекламы

3.2.2. Общие и отличительные особенности вербального компонента рекламы на китайском и русском языках

3.3. Лингвокультурные характеристики поликодового текста рекламы на

китайском и русском языках

ВЫВОДЫ К ГЛАВЕ

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЕ