## Оглавление диссертациикандидат философских наук Жданова, Светлана Петровна

ВВЕДЕНИЕ.

ГЛАВА 1. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ СВОЙСТВА РЕКЛАМНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ПРИНЦИПЫ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ.

Раздел 1. Глобализация контактов национальных культур в рекламнокоммуникационном пространстве.

Раздел 2. Зарубежная и российская реклама: общечеловеческое тождество и национально-самобытное различие.

ГЛАВА 2. СОДЕРЖАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕКЛАМНОГО ПРОЦЕССА И МЕХАНИЗМ МЕНТАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ.

Раздел 1. Состояние имиджей товаров и услуг в рекламе транснациональных корпораций.

Раздел 2. Интерактивные основы ментальных трансформаций в международной рекламной коммуникации.

ГЛАВА 3. ТЕХНОЛОГИЯ РЕКЛАМНОЙ ИНФОРМАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ.

Раздел 1. Вербально-визуальные признаки рекламных сообщений транснационального распространения.

Раздел 2. Лингвистические и изобразительные средства совершенствования транснациональной рекламы.