

УДК 81-115
ББК 81.411.2

Насибуллина Ф. Ф.

Семантика колоративности в пространстве рекламного дискурса : монография / Ф. Ф. Насибуллина; М-во образ. и науки России, Казан. нац. исслед. технол. ун-т. – Казань : Изд-во КНИТУ, 2016. – 180 с.

ISBN 978-5-7882-2021-5

Посвящена сопоставительному изучению семантики и функционированию цветолексем в рекламах интерьера на русском и немецком языках.

Будет полезна тем, кто интересуется проблемами современной коммуникативистики и рекламной деятельности. Материалы могут быть использованы в учебном процессе при разработке курсов и спецкурсов по лексикологии, семантике, сопоставительной типологии, стилистике текста и литературному редактированию.

Подготовлена на кафедре иностранных языков в профессиональной коммуникации.

Печатается по решению редакционно-издательского совета Казанского национального исследовательского технологического университета

Рецензенты: доц. *Ф. Ф. Гилемшин*
доц. *М. А. Кулькова*

ISBN 978-5-7882-2021-5 © Насибуллина Ф. Ф., 2016
© Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|-----|
| ПРЕДИСЛОВИЕ | 4 |
| ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ИССЛЕДОВАНИЯ | 5 |
| 1.1. Свето-цветовая картина мира | 5 |
| 1.2. Текст и дискурс: аспекты изучения | 18 |
| 1.3. Реклама как особый вид текста (дискурса) | 24 |
| 1.4. Понятие об «интерьере» в его соотнесенности с базовыми понятиями «уют», «дом» | 37 |
| ГЛАВА II. АХРОМАТИЧЕСКИЕ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В РЕКЛАМАХ ИНТЕРЬЕРА | 42 |
| 2.1. Микрополе белого тона в рекламах интерьера на русском и немецком языках | 43 |
| 2.2. Микрополе черного тона в рекламах интерьера на русском и немецком языках | 60 |
| 2.3. Микрополе серого тона в рекламах интерьера на русском и немецком языках | 63 |
| ГЛАВА III. ХРОМАТИЧЕСКИЕ ЦВЕТОБОЗНАЧЕНИЯ В РЕКЛАМАХ ИНТЕРЬЕРА | 68 |
| 3.1. Микрополе красного тона в рекламах интерьера на русском и немецком языках | 68 |
| 3.2. Микрополе коричневого тона в рекламах интерьера на русском и немецком языках | 84 |
| 3.3. Микрополе желтого тона в рекламах интерьера на русском и немецком языках | 102 |
| 3.4. Микрополе синего тона в рекламах интерьера на русском и немецком языках | 113 |
| 3.5. Микрополе зеленого тона в рекламах интерьера на русском и немецком языках | 124 |
| 3.6. Микрополе фиолетового тона в рекламах интерьера на русском и немецком языках | 131 |
| 3.7. Аспекты взаимодействия колоративов с ценностно-оценочными лексемами | 132 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 157 |
| БИБЛИОГРАФИЯ | 160 |