

Классическая и массовая литература в пространстве СМИ (Клише. Цитата. Заимствование). Материалы круглого стола. М.: Институт славяноведения РАН, 2008.



[Полный текст сборника](#)

Отв. редактор А. Ф. Литвина.

Настоящий сборник посвящен проблемам использования художественной и научной литературы в различных жанрах масс-медиа. В исследованиях привлекаются как материалы из СМИ нынешнего года, так и относящиеся к эпохе становления массовой рекламы в России начала XX столетия. Анализируются механизмы использования "готового слова" с точки зрения фонетических, лексических и интонационных характеристик.

Оглавление

Т. М. Николаева. «Цитации одного дня»: классическая и массовая культура в СМИ — газеты

И. А. Седакова. Цитация в рекламе: Предварительные замечания

О. А. Мейер. Просодические «кавычки»

Н. Н. Запольская. «Миражное знание»: библейские цитаты в медиа-тексте

Ю. В. Кагарлицкий. Художник и массовая культура: проблема дегероизации художественного творчества в XX веке

А. Ф. Литвина. Научный термин в рекламе: от «очень вредно» до «совершенно необходимо»