

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>С. Г. Тер-Минасова. От языка к общегуманитарному знанию</i> .....	9
<i>Е. С. Кубрякова. На пути к новому пониманию</i> .....	11
Введение .....	13
Почему необходимы новые подходы к изучению стилистики и прагматики? .....	15

### Часть 1

#### Основные типобразующие параметры современных инноваций в языке и культуре

1.1. Язык как иконический знак изменений в обществе .....	17
1.1.1. Теория Дж. Сибрука о стирании граней между «высокой» и «низкой» культурой .....	19
1.1.2. Корреляция теории Сибрука с «культурными парадигмами» Т. Куна, «мозаичной теорией» А. Моля и семиотической теорией стилей Ю. М. Лотмана и Б. А. Успенского. Смена культурных парадигм .....	20
1.2. Новые контексты рожают новые культуры .....	23
1.3. Синергия как основной механизм языковых и межкультурных инноваций .....	25
1.4. Типобразующие параметры и культурно значимые маркеры синергетических инноваций в языке и культуре .....	28
1.5. Феномен языковой игры как механизм языковых инноваций .....	29
1.6. Концептуальная интеграция, лексическое моделирование и межкультурное взаимодействие. Иконичность и ее типы .....	33
1.7. Стилистические приемы, основанные на когнитивном принципе лингвистической экономии .....	35
1.8. Стилистические приемы, основанные на когнитивном принципе иконичности .....	39
1.9. Когнитивный принцип вариативной интерпретации действительности .....	43
1.10. Имя собственное — название или истолкование? .....	48
1.11. Когнитивные подходы к изучению антропонимов как «свертке смысла» .....	49
1.12. Парольность имени собственного. Антономазия .....	50
1.13. Имя как культурологический знак. Статусное использование имени собственного. Язык и социальная семиотика культуры .....	55
1.14. Социальная семиотика имени (онимов) .....	56
1.14.1. Имя как пароль .....	56
1.14.2. Имя как модный брэнд в современной культуре .....	57
1.15. Имя собственное в паремии как иконический знак и культурологический признак .....	58
1.15.1. Иконичность устойчивых парных имен (биноминалов) .....	64
1.15.2. Типы иконичности в пословичном дискурсивном знаке .....	65
1.15.3. Иконичность на лингвокультурологическом уровне .....	66
1.16. Паремическое моделирование как изменение ценностных предпочтений лингвокультурных концептов .....	70

1.16.1. Базовые ценностные лингвокультурные концепты английского и русского языков. Новая жизнь старых пословиц .....	76
1.16.2. Психолингвистическое обоснование декомпозиции паремии. Выявление имплицитов-концентроров как опорных пунктов .....	80
1.16.3. Типология паремического моделирования .....	81
1.16.4. «Дуэль» пословиц .....	85
1.16.5. Полифункциональность пословиц .....	85
1.16.6. Изменение ценностных установок концептов .....	86
1.17. Эвфемизм. Перифраз. Политкорректность .....	89
1.18. Интертекстуальность, гипертекст, аллюзия, самоирония, пародирование, цитатность, «мозаичность», «стеб» как проявление мировоззрения .....	97
1.19. От принципа синергии в языке — к принципу синергии в межкультурной коммуникации .....	100

## Часть 2

### Текст в пространстве межкультурной коммуникации

2.1. Синергетический подход к тексту. Текст как синергетическое единство языка, личности, культуры .....	102
2.2. Холистика текста .....	102
2.3. Текст как система отражения языковой личностью картины мира .....	104
2.4. Пошаговая процедура анализа текста: система — текст — языковая личность .....	119
2.5. Текст как акт межкультурной коммуникации .....	129
2.6. Принцип сотрудничества Грайса и его современные интерпретации .....	131
2.7. Введение процедуры импликационного поиска .....	134
2.8. Имплицитивные аспекты текстовой коммуникации .....	138
2.9. Онтология и механизм возникновения имплицитов в художественном тексте .....	143
2.10. Различные подходы к проблеме имплицитности .....	145
2.11. Понятие имплицита .....	147
2.12. Психолингвистическое обоснование имплицита как способа создания <i>интересного</i> — <i>нового</i> в художественном тексте .....	150
2.13. Имплицит с позиций интенциональной семантики. Метод имплицитного поиска .....	156
2.14. Типология имплицитов .....	161
2.14.1. Классификация имплицитов как системно-семантических отклонений от «нормы» текста .....	161
2.14.2. Имплициты как нарушение коммуникативно-текстовых отношений .....	165
2.14.3. Различие речевого акта и акта литературной коммуникации .....	166
2.15. Имплицит как результат нарушения коммуникативно-текстовых отношений в сфере первичной коммуникативной деятельности (сфера субъекта) .....	168
2.15.1. Определение сферы субъекта в литературном коммуникативном акте .....	168
2.15.2. Понятия эмпатии, дистанционирования, фокализации .....	170
2.15.3. Понятие коммуникативно-лингвистической дистантности как нормы ли-	

тературной коммуникации (коммуникативно-текстовой нормы) .....	174
2.15.4. Типы коммуникативного дистанционирования в сфере субъекта .....	175
2.15.5. Неадекватное отражение картины мира в сфере субъекта как имплицит. Иронические трансформации в повествовании .....	183
2.16. Имплициты как результат нарушения коммуникативно-текстовых отношений в сфере вторичной коммуникативной деятельности (сфера адресата) .....	185
2.16.1. Типы адресата .....	185
2.16.2. Типы коммуникативного дистанционирования в сфере адресата .....	190
2.16.3. Закон адресата. Зависимость дешифровки имплицита от пресуппозицией- ной емкости и импликационного ракурса .....	193
2.17. Неоднозначность имплицита как основание неоднозначности текста .....	194
2.17.1. Семиотика текста. Текст как знак. Гипертекст .....	203
2.18. Коммуникативно-функциональный подход к когнитивной обработке неясных фрагментов текста .....	204
2.19. Роль имплицитов в создании иерархии имплицитов текста. Классификация им- плицитов по степени интенсивности функционального признака .....	220
2.19.1. Типы имплицитов по степени имплицитирования смысла (прозрачности) и по степени значимости для создания имплициты (имплицитанты-концентры)	
2.20. Текст как иерархическое единство имплицитов. Понятие имплицитности текста .....	229
2.20.1. Выявление имплицитов-концентров как опорных пунктов имплициты текста (на материале романа Ф. С. Фицджеральда «Ночь нежна») .....	236
2.20.2. Движение имплицитов-концентров и коммуникативное развертывание текста .....	249

### **Part 3**

#### ***Practicum on Functional Communication Stylistics and Text Analysis***

3.1. Functional Communication Stylistics (Pragmatics). Stylistic Varieties of English	257
3.1.1. The Structure of the Communication Act .....	257
3.1.2. Variables Connected with Speakers .....	259
3.1.2.1. The Age of Speakers .....	260
3.1.2.2. The Gender of Speakers .....	261
3.1.2.3. The Social Roles of Participants .....	263
3.2. Stylistic Registers. "There is no one English, but a vast number of Englishes"	264
3.2.1.1. Informal Register .....	265
3.2.1.2. Low Informal Register: Slang, Jargon, Vulgarisms, Dialectal words .....	266
3.2.2. Literary-Bookish (Formal) Register .....	274
3.3. Functional Styles .....	276
3.3.1. Newspaper (Media) Style .....	276
3.3.2. Oratory (Publicist) Style .....	279
3.3.3. Scientific (Academic) Style .....	280
3.3.4. The Style of Official and Legal Documents .....	281
3.3.5. The Belle-Lettres (Emotive, Literary) Style .....	283
3.4. Stylistic Devices (Tropes and Figures of Speech) and their Communicative Stylistic	

Function .....	284
3.4.1. Graphical Expressive Means .....	284
3.4.1.1. Graphon .....	284
3.4.2. Phonetical Stylistic Devices .....	287
3.4.2.1. Onomatopoeia .....	287
3.4.2.2. Alliteration .....	288
3.4.2.3. Assonance .....	289
3.4.2.4. Euphony vs Cacophony .....	290
3.4.2.5. Phonetical Iconicity .....	291
3.4.3. Morphological Stylistic Devices .....	294
3.4.3.1. Extension of Morphemic Valency .....	294
3.4.4. Stylistic Grammar .....	296
3.4.5. Lexical Stylistic Devices .....	298
3.4.5.1. Zeugma .....	298
3.4.5.2. Pun (Play upon Words. Paronomasia) .....	299
3.4.5.3. Metaphor .....	304
3.4.5.4. Personification .....	307
3.4.5.5. Metonymy .....	309
3.4.5.6. Synecdoche .....	310
3.4.5.7. Epithet .....	310
3.4.5.8. Antonomasia .....	315
3.4.5.9. Hyperbole .....	317
3.4.5.10. Verbal Irony .....	318
3.4.6. Lexico-Syntactical Stylistic Devices .....	319
3.4.6.1. Simile .....	319
3.4.6.2. Climax (Gradation) .....	323
3.4.6.3. Anticlimax .....	325
3.4.6.4. Oxymoron .....	325
3.4.6.5. Litotes .....	326
3.4.6.6. Violation of Phraseological Units .....	327
3.4.6.7. Periphrasis. Euphemism. Political Correctness .....	331
3.4.6.8. Antithesis .....	333
3.4.7. Syntactical Stylistic Devices .....	338
3.4.7.1. Rhetorical Question .....	338
3.4.7.2. Stylistic Inversion .....	339
3.4.7.3. Parallelism (Parallel Construction) .....	340
3.4.7.4. Chiasmus (Reversed Parallel Construction) .....	340
3.4.7.5. Anaphora .....	341
3.4.7.6. Epiphora .....	343
3.4.7.7. Framing .....	343
3.4.7.8. Catch Repetition (Anadiplosis) .....	344
3.4.7.9. Chain Repetition .....	345
3.4.7.10. Asyndeton .....	345
3.4.7.11. Polysyndeton .....	346
3.4.7.12. Detachment .....	346

3.4.7.13.Aposiopesis (Break-in-Narration) .....	347
3.4.7.14.Suspence.....	348
3.5.Convergence of Stylistic Devices.....	348
3.6.Text as a Cross of Intercultural Communication and Style .....	350
3.7.The Main Text Properties.....	358
3.7.1.Informativity of a Text .....	358
3.7.2.Implicitness of a Text.....	358
3.7.3.Composition of a Text .....	359
3.7.4.Title of a Text.....	360
3.7.5.Background Knowledge and Vertical Context .....	360
3.7.6.Foregrounding.....	361
3.7.7.Defeated Expectancy Principle.....	362
3.7.8.Types of Connotation.....	363
References.....	366
List of Authors and Publications Quoted .....	367
Библиография.....	370