

Содержание

От языка к общегуманитарному знанию	12
На пути к новому пониманию	14
Введение	16
Часть 1. Основные типобразующие параметры современных инноваций в языке и культуре	21
1.1. Язык как иконический знак изменений в обществе.	21
1.1.1. Теория Дж. Сибрука о стирании граней между «высокой» и «низкой» культурой	24
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	25
1.2. Новые контексты рожают новые культуры	28
1.3. Синергия как основной механизм языковых и межкультурных инноваций.	31
1.4. Типообразующие параметры и культурно значимые маркеры синергетических инноваций в языке и культуре	34
1.5. Феномен языковой игры как механизм языковых инноваций.	35
1.6. Концептуальная интеграция, лексическое моделирование и межкультурное взаимодействие. Иконичность и ее типы	40
1.7. Стилистические приемы, основанные на когнитивном принципе лингвистической экономии.	43
1.8. Стилистические приемы, основанные на когнитивном принципе иконичности.	47
1.9. Когнитивный принцип вариативной интерпретации действительности	52
1.10. Имя собственное — название или истолкование?	58
1.11. Когнитивные подходы к изучению антропонимов как «свертке смысла»	59
1.12. Парольность имени собственного. Антономазия.	60
1.13. Имя как культурологический знак. Статусное использование имени собственного. Язык и социальная семиотика культуры	65
1.14. Социальная семиотика имени (онима)	66
1.14.1. Имя как пароль	66
1.14.2. Имя как модный брэнд в современной культуре	67
1.15. Имя собственное в паремии как иконический знак и культурологический признак	69
1.15.1. Иконичность устойчивых парных имен (биноминалов)	76
1.15.2. Типы иконичности в пословичном дискурсивном знаке.	77
1.15.3. Иконичность на лингвокультурологическом уровне	79

1.16. Паремическое моделирование как изменение ценностных предпочтений лингвокультурных концептов	83
1.16.1. Базовые ценностные лингвокультурные концепты английского и русского языков. Новая жизнь старых пословиц	90
1.16.2. Психолингвистическое обоснование декомпозиции паремии. Выявление имплицитов-концентроров как опорных пунктов	94
1.16.3. Типология паремического моделирования	95
1.16.4. «Дуэль» пословиц	99
1.16.5. Полифункциональность пословиц.	99
1.16.6. Изменение ценностных установок концептов	101
1.17. Эвфемизм. Перифраз. Политкорректность	103
1.18. Интертекстуальность, гипертекст, аллюзия, самоирония, пародирование, цитатность, «мозаичность», «стеб» как проявление мировоззрения	113
1.19. От принципа синергии в языке — к принципу синергии в межкультурной коммуникации	116
Часть 2. Текст в пространстве межкультурной коммуникации.	117
2.1. Синергетический подход к тексту. Текст как синергетическое единство языка, личности, культуры.	118
2.2. Холистика текста	118
2.3. Текст как система отражения языковой личностью картины мира. . .	121
2.4. Пошаговая процедура анализа текста: система — текст — языковая личность	137
2.5. Текст как акт межкультурной коммуникации	149
2.6. Принцип сотрудничества Грайса и его современные интерпретации	151
2.7. Введение процедуры импликационного поиска	156
2.8. Имплицитивные аспекты текстовой коммуникации	160
2.9. Онтология и механизм возникновения имплицитов в художественном тексте.	165
2.10. Различные подходы к проблеме имплицитности	168
2.11. Понятие имплицита	170
2.12. Психолингвистическое обоснование имплицита как способа организации интересного-нового в художественном тексте.	174
2.13. Имплицит с позиций интенциональной семантики. Метод имплицитивного поиска	181
2.14. Типология имплицитов	186
2.14.1. Классификация имплицитов как системно-семантических отклонений от «нормы» текста	186
2.14.2. Имплициты как результат нарушения коммуникативно-текстовых отношений.	188
2.14.3. Различия речевого акта и акта литературной коммуникации	189

2.15. Импликаты как результат нарушения коммуникативно-текстовых отношений в сфере первичной коммуникативной деятельности (сфера субъекта)	191
2.15.1. Определение сферы субъекта в литературном коммуникативном акте	191
2.15.2. Понятия эмпатии, дистанцирования, фокализации	194
2.15.3. Понятие коммуникативно-лингвистической дистантности как нормы литературной коммуникации (коммуникативно-текстовой нормы).	198
2.15.4. Типы коммуникативного дистанционирования в сфере субъекта	200
2.15.5. Неадекватное отражение картины мира в сфере субъекта как имплицат. Иронические трансформации в повествовании	208
2.16. Импликаты как результат нарушения коммуникативно-текстовых отношений в сфере вторичной коммуникативной деятельности (сфера адресата)	211
2.16.1. Типы адресата	211
2.16.2. Типы коммуникативного дистанционирования в сфере адресата	217
2.16.3. Закон адресата. Зависимость дешифровки имплицата от пресуппозиционной емкости и импликационного ракурса	220
2.17. Неоднозначность имплицата как основание неоднозначности текста	222
2.17.1. Семиотика текста. Текст как знак. Гипертекст.	232
2.18. Коммуникативно-функциональный подход к когнитивной обработке неясных фрагментов текста	233
2.19. Роль имплицатов в создании иерархии имплицата текста. Классификация имплицатов по степени интенсивности функционального признака	251
2.19.1. Типы имплицатов по степени имплицитности смысла (прозрачности) и по степени значимости для создания имплицата (имплицаты-концентры)	251
2.20. Текст как иерархическое единство имплицата. Понятие имплицативности текста.	262
2.20.1. Выявление имплицатов-концентров как опорных пунктов имплицата текста (на материале романа Ф. С. Фицджеральда «Ночь нежна»).	270
2.20.2. Движение имплицатов-концентров и коммуникативное развертывание текста	286
Practicum on Functional Communicative Stylistics and Text Analysis	294
Key Theme 1. Functional Communicative Stylistics (Pragmatics). Stylistic Varieties of English	295
1.1. Structure of Communicative Act	295

1.2. Variables Connected with Speakers	297
1.2.1. Age of Speakers	298
1.2.2. Gender of Speakers	299
1.2.3. Social Roles of Participants	301
Key Theme 2. Stylistic Registers. "There is no one English, but a vast number of Englishes"	302
2.1. Informal Register	303
2.1.1. Low Informal Register: Slang, Jargon, Vulgarisms, Dialectal words	303
2.1.2. The Difference between American and British accents.	308
2.2. Literary-Bookish (Formal) Register	309
Key Theme 3. Functional Styles	312
3.1. Newspaper (Media) Style	312
3.2. Publicist (Oratorical) Style	315
3.3. Scientific (Academic) Style	316
3.4. The Style of Official and Legal Documents	317
3.5. Belle-Lettres (Emotive, Literary) Style	320
Key Theme 4. Stylistic Devices (Tropes and Figures of Speech), and Stylistic Functions	321
4.1. Graphical Expressive Means	322
4.1.1. Graphon	322
4.2. Phonetical Stylistic Devices	324
4.2.1. Onomatopoeia	324
4.2.2. Alliteration	325
4.2.3. Assonance	326
4.2.4. Euphony vs Cacophony	327
4.2.5. Phonestheme	328
4.3. Morphological Stylistic Devices	330
4.4. Stylistic Grammar	331
4.5. Lexical Stylistic Devices	333
4.5.1. Zeugma	333
4.5.2. Pun (Word Play. Paronomasia)	334
4.5.3. Metaphor	338
4.5.4. Personification	339
4.5.5. Metonymy	341
4.5.6. Synecdoche	342
4.5.7. Epithet	342
4.5.8. Antonomasia	347
4.5.9. Hyperbole	348
4.5.10. Verbal Irony	349
4.6. Lexico-Syntactical Stylistic Devices	349
4.6.1. Simile	349
4.6.2. Climax (Gradation)	353
4.6.3. Anticlimax	354
4.6.4. Oxymoron	354
4.6.5. Litotes	355

4.6.6. Violation of Phraseological Units	356
4.6.7. Periphrasis. Euphemism. Political Correctness	358
4.6.8. Antithesis	360
4.7. Syntactical Stylistic Devices	364
4.7.1. Rhetorical Question	364
4.7.2. Stylistic Inversion	364
4.7.3. Parallelism (Parallel Construction)	365
4.7.4. Chiasmus (Reversed Parallel Construction)	365
4.7.5. Anaphora	366
4.7.6. Epiphora	368
4.7.7. Framing (Symplece)	368
4.7.8. Catch Repetition (Anadiplosis)	369
4.7.9. Chain Repetition	369
4.7.10. Asyndeton	370
4.7.11. Polysyndeton	370
4.7.12. Detachment	371
4.7.13. Aposiopesis (Break-in-Narration)	371
4.7.14. Suspence	372
Key Theme 5. Convergence of Stylistic Devices	373
Key Theme 6. Text as a Cross of Intercultural Communication and Style	374
Key Theme 7. The Main Text Properties	381
7.1. Informativity of a Text	381
7.2. Implicitness of the Text	381
7.3. Composition of a Text	382
7.4. Title of a Text	383
7.5. Background Knowledge and Vertical Context	384
7.6. Foregrounding	384
7.7. Defeated Expectancy Principle	385
7.8. Types of Connotation	386
Check yourself	388
Key Theme 1	388
Key Theme 2	390
Key Theme 3	390
Key Theme 4	392
Key Theme 5	395
Key Theme 6	396
Key Theme 7	397
Список цитируемых авторов и произведений	399
Библиография	403