

encourages the unification of values, needs, stereotypes, behaviour patterns by defining the consumers' priorities, turning products into symbols, predetermining the unity of a country.

ПЕНЕТРАЦИЯ РЕКЛАМНОГО СИМВОЛА В БРЕНДИНГЕ ГОРОДОВ

Ананьева Е.В.

НОУ ВПО «Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов»,
Санкт-Петербург, Россия (192236, ул. Фучика, 15), evgeniya-ananeva@mail.ru

Проблема исследования данной темы обусловлена противоречием между нарастающей значимостью рекламного символа в городском пространстве, обусловленного информатизацией, и дефляции ценностно-нормативной переменной культурного пространства города. Цель исследования сводится к определению роли рекламного символа в культурном пространстве города, его пенетрации и модификации; доказательстве экзистенции рекламного символа в городской среде. Бренд города как некий социально-символический конструкт служит определенным полем жизнедеятельности личности, в пределах которого осуществляется ее коммуникативно-знаковая активность, имеющий при этом эталон образа, подразумевающий ассоциативный выбор определенной позиции индивида в городском социальном пространстве. Символы не выстраиваются произвольно, их формирование обусловлено социальным взаимодействием: символизация есть инструмент, который превращает географическое пространство в социальное.

PENETRATION OF THE ADVERTISING SYMBOL IN THE BRANDING OF CITIES

Ananeva E.V.

Saint-Petersburg University of Humanities and Social Sciences, Saint-Petersburg, Russia
(192236, Saint-Petersburg, street Fuchika, 15), e-mail: evgeniya-ananeva@mail.ru

The problem of researching this particular topic is determined by the contradiction between the increasing significance of a symbol in advertising in the urban space, defined by the informatization, and deflation of the value-normative variable of the cultural space of a city. The purpose of the research is to define the role of a symbol in advertising in the cultural space of a city; its penetration and modification; proof of existence of the symbol in advertising in urban space. Brand the city as a social and symbolic construct is a specific field life personality, which is carried out within its symbolic communicative activity, while having a standard way of implying an associative choice of a certain position of the individual in the urban social space. Symbols do not line up arbitrarily, outside, their formation is due to the social interaction: symbolizing a tool that converts geographic space in social.

АРХЕОЛОГИЧЕСКИЙ ПАМЯТНИК В МАКРОТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ: ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ, МЕТАТЕКСТУАЛЬНОСТЬ, КОНТЕКСТУАЛЬНОСТЬ

Андреев В.М.

ФГБОУ ВПО «Челябинская государственная академия культуры и искусств», Челябинск, Россия
(454091, Челябинск, ул. Орджоникидзе, 36-а) e-mail: walandr@yandex.ru

В статье феномен археологического памятника рассматривается как компонент современной культуры. Приводится определение археологического памятника, являющееся результатом авторской концептуализации данного феномена. На основании применения семиотической методологии, позволяющей представить археологический памятник в качестве текста, а культуру в качестве макротекста, раскрывается структурная связь археологического памятника и культуры. Археологический памятник, как структурный компонент макротекста культуры, рассматривается в ракурсе таких понятий, как «интертекст», «метатекст», «контекст». Ведущее методологическое значение, определяемое культурологической дисциплинарной принадлежностью исследования, отводится понятию «контекст». На основании этого функционирование археологического памятника в современной культуре определяется как контекстуальное. Приводится типологическая модель социокультурных контекстов археологического памятника, выстроенная в итоге авторского исследования интерпретаций конкретных памятников, произведённых субъектами культуры, зафиксированных в публикациях различных жанров, двух форматов: сообщения в сети интернет и печатного издания.

ARCHAEOLOGICAL SITES IN MACROTEXT OF MODERN CULTURE: INTERTEXT, METATEXT, CONTEXT

Andreev V.M.

State Academy of Culture and Arts, Chelyabinsk, Russia (454091, Chelyabinsk, street Ordzhonikidze, 36-a)
e-mail: walandr@yandex.ru

The article examines the phenomenon of the archeological site as a component of contemporary culture. Determination of the archeological site is the result of the author's conceptualization of this phenomenon. Author uses the semiotic methodology and represents an archaeological site as a text and culture as makrotext reveals structural connection archaeological site and culture. Archaeological site as a structural component of makrotext culture, the author considers the perspective of the concepts of «intertext», «metatekst», «context». Leading methodological significance

concept of «context». Functioning of archaeological site of in modern culture depends on the perceiving subject (social groups and personality) and has a contextual character. The result of the author's research is a typological model of socio-cultural contexts of archaeological site. It is the result of the analysis of publications (messages on the Internet the print edition), which contain the interpretations of specific sites by various subjects of culture.

АНАЛИЗ КОНЦЕПТУАЛЬНОГО ХАРАКТЕРА ПРОЦЕССОВ ТРАНСЛЯЦИИ КУЛЬТУРНЫХ СМЫСЛОВ В ОБЛАСТИ ДЕМАРКАЦИИ НАУКИ И ИСКУССТВА

Бабицкая О.П.

ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный индустриальный университет», Новокузнецк, Россия
(654000, улица Кирова, 42), e-mail: ol.2631@kuz.ru

Процессы, происходящие в концептосфере, способствуют выявлению новой реальности, формируют инновации, организуют и переорганизуют деятельность человека, осуществляют трансляцию ценностей и смыслов из одной сферы его жизнедеятельности в другую. В статье рассмотрены определения: «слово», «термин», «понятие», «концепт», проанализированы их содержание и взаимосвязь, исследован механизм трансляции культурных смыслов указанных понятий в области научно-культурной демаркации с привлечением логического, исторического методов, семиотического подхода и т.д. В качестве примера трансляции культурных смыслов в области науки и искусства проанализировано понятие «пространство». Показано, что на процесс формирования новых понятий и механизм трансляции культурных смыслов из одной формы человеческой деятельности в другую оказывают влияние как внутренние факторы: интеллектуальный, нравственный, эстетический потенциал выдающихся людей этого времени, так и внешние социокультурные явления, способствующие актуализации указанных процессов.

CONCEPTUAL NATURE ANALYSIS OF THE PROCESSES OF CULTURAL MEANINGS TRANSMISSION IN THE FIELD OF SCIENCE AND ART DEMARCATION

Babitskaya O.P.

Siberian State Industrial University, Novokuznetsk, Russia (654000, Kirova street 42, Novokuznetsk),
e-mail: ol.2631@kuz.ru

The processes occurring in the conceptual sphere contribute to the identification of a new reality, form innovations, organize and reorganize human activities, realize values and meanings from one form of human activity to another. The definitions «word», «term», «notion», «concept» are considered in the article, their content and correlation are analyzed. The transmission mechanism of cultural meanings of these notions in the field of scientific and cultural demarcation is revealed. Logical and historical methods, semiotic approach, etc. are applied. The notion «space» is analyzed as an example of cultural meanings transmission in the science and art field. It is shown that the formation of new concepts and mechanism of cultural meanings transmission from one form of human activity to another is influenced by as internal factors: intellectual, moral, aesthetic potential of outstanding people of the time, so external socio-cultural phenomena contributing to the actualization of these processes.

ВЗАИМООТНОШЕНИЕ НАУКИ И ИСКУССТВА В СЕМАНТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Бабицкая О.П.

ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный индустриальный университет», Новокузнецк, Россия
(654000, улица Кирова, 42), e-mail: ol.2631@kuz.ru

В статье дано обоснование применения семантического метода для анализа взаимоотношения науки и искусства. Показано, что два уровня функционирования как науки, так и искусства – социально-философский, культурологический и индивидуально-психологический, личностный имеют общее начало – творчество. Творческое начало с культурологической точки зрения, прежде всего, находит выражение в языке. В силу этого, достаточно адекватным методом исследования демаркации науки и искусства является семантический метод, позволяющий выявить их отличие на качественном уровне. Специфика системного подхода, примененного к проблеме взаимоотношения науки и искусства, заключается в том, что системный подход в онтологическом и гносеологическом плане детерминирует наличие и особенности семиосфер науки и искусства, выявляет их структурную инвариантность, т.е. их формально-логическую константность.

SCIENCE AND ART CORRELATION IN SEMANTIC SPACE

Babitskaya O.P.

Siberian State Industrial University, Novokuznetsk, e-mail: ol.2631@kuz.ru

The use of semantic method for the analysis of science and art correlation is provided in this article. It is shown that two levels of science and art functioning – social-philosophical, cultural and individual-psychological, personal have a common origin - creativity. Creativity finds expression in the language first of all. Therefore, semantic method is an adequate tool for the studying of science and art demarcation to identify their difference in quality. The specificity of the system approach, applied to the problem of science and art correlation, consist in that a systematic approach in ontological and epistemological terms determines the presence and features of science and art semiotic space, reveals their structural invariance, i.e. their formally logical constance.