

Проскурина Елена Юрьевна

**ОСОБЕННОСТИ ПРОЧТЕНИЯ ИТАЛЬЯНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛОГОТИПА КАК КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ ИТАЛИИ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XX ВЕКА**

В статье автор исследует взаимосвязь текста и графического изображения логотипов наиболее влиятельных итальянских политических партий второй половины XX века. Автор на примере анализа логотипов политических партий ХДП, ИСП и ИКП делает вывод о необходимости и актуальности выражения идеологической установки в политических креолизованных текстах, к которым относится логотип. В статье дается авторское определение политического логотипа. Уделяется внимание прочтению культурно-исторических значений и коннотаций итальянского партийного логотипа.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2014/5-1/47.html](http://www.gramota.net/materials/3/2014/5-1/47.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 5 (43): в 3-х ч. Ч. I. С. 159-162. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2014/5-1/](http://www.gramota.net/materials/3/2014/5-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_hist@gramota.net](mailto:voprosy_hist@gramota.net)

*Список литературы*

1. Бударный А. А. Индивидуальный подход в обучении // Советская педагогика. М.: МГУ, 1990. № 7. С. 70-71.
2. Гвишнани Д. М., Лапина Н. И. Краткий словарь по социологии. М.: Политиздат, 1988. 479 с.
3. Лехина И. В. Словарь иностранных слов. Изд-е 6-е. М.: Советская Энциклопедия, 1964. 784 с.
4. Павленок П. Д. Краткий словарь по социологии. М.: ИНФРА, 2000. 270 с.
5. Тощенко Ж. Т. Социология. Общий курс. Изд-е 2-е. М.: Прометей; Юрайт, 1998. 511 с.

**SOCIAL ADAPTATION OF THE FIRST-YEAR STUDENTS**

**Potekhina Evgeniya Semenovna**  
*Pacific State Medical University*  
*pes.66@mail.ru*

The problem of the adaptation of the first-year students to the system of higher education has existed over a number of years. The further professional activity and personal development of a future specialist depend considerably on the success of this process. The paper considers adaptation in the context of the socialization of a personality, presents the data of a sociological research and suggests practical recommendations aimed at the solution of the problems connected with the social adaptation of the first-year students.

*Key words and phrases:* higher education; first-year student; social adaptation; social environment; level of knowledge; educational activity.

УДК 32.019.51

**Политология**

*В статье автор исследует взаимосвязь текста и графического изображения логотипов наиболее влиятельных итальянских политических партий второй половины XX века. Автор на примере анализа логотипов политических партий ХДП, ИСП и ИКП делает вывод о необходимости и актуальности выражения идеологической установки в политических креолизованных текстах, к которым относится логотип. В статье дается авторское определение политического логотипа. Уделяется внимание прочтению культурно-исторических значений и коннотаций итальянского партийного логотипа.*

*Ключевые слова и фразы:* креолизованный текст; политический логотип; Италия; Христианско-демократическая партия Италии; Итальянская социалистическая партия; Итальянская коммунистическая партия.

**Проскурина Елена Юрьевна**

*Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова*  
*euproskurina@gmail.com*

**ОСОБЕННОСТИ ПРОЧТЕНИЯ ИТАЛЬЯНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛОГОТИПА КАК КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ ИТАЛИИ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XX ВЕКА<sup>©</sup>**

Избыток информации не позволяет современному человеку играть активную роль в ее переработке. Вместе с тем изменились и каналы получения знания, сегодня все больше людей используют телевидение и Интернет в качестве основного источника получения данных о предмете и явлении. Увеличение объема необходимых знаний и новые источники привели к тому, что современный человек все чаще играет лишь пассивную роль в обработке информации и стремится познать, не вникая в суть предмета или явления, а лишь полагаясь на первое впечатление о нем. В данном контексте все большее значение приобретают невербальные коммуникации. Исследование невербальных коммуникаций в качестве одного из видов политических технологий предполагают изучение особенностей восприятия политического логотипа партий. Цель статьи – на примере логотипов итальянских партий ХДП, ИСП и ИКП установить, какие идеи политической партии делегируются электорату и какие историко-культурологические коннотации свойственны этим логотипам.

К проблеме восприятия и прочтения невербальной информации обращались многие исследователи, большая часть которых анализировала развитие человечества и постиндустриальной эпохи – Э. Тофлер [5], особенности восприятия невербальных политических технологий пропаганды и контрпропаганды – Г. Г. Почепцов [4], специфику креолизованных текстов – Е. Е. Анисимова [2], особенности прочтения заглавий креолизованного текста – А. А. Адзинова [1], креолизованные политические тексты – от политической карикатуры до политических логотипов – М. Б. Ворошилова [3]. Несмотря на многообразие подходов к изучению особенностей восприятия креолизованных текстов в качестве невербальной коммуникационной технологии, ни один из исследователей не обратился к анализу иностранного опыта создания политических

логотипов, сохраняющих свои функции и оставаясь в течение длительного периода, а не только на время проведения выборов. Политический логотип – это особое сочетание изобразительной и словестной композиции, олицетворяющей самую суть политической партии и те идеи, которые она хочет донести до своего избирателя. Разработка логотипа – важная задача, так как необходимо учитывать не только гармоничность художественного исполнения, но и принимать во внимание те культурные коннотации и особенности психического восприятия, которые могут вызвать подобранные картинки, сочетание цветов, шрифт текста и его расположение. Как пишет Г. Г. Почепцов: «...необходимый вербальный символ (название бренда) помещается в благоприятный невербальный контекст» [4, с. 96].

Политические логотипы – пример креолизованного текста, раздел, который изучается как относительно новым направлением политологии – визуальной политологией, так и лингвистами. Последние первыми обратились к изучению особенностей восприятия текста в сочетании с другими знаковыми системами, к которым относят также и визуальное изображение. На сегодняшний момент существует множество определений креолизованного текста, наиболее общее принадлежит российскому лингвисту Е. Е. Анисимовой: «Креолизованный текст – сложное текстовое образование, в котором вербальные и невербальные элементы образуют одно визуальное и функциональное целое» [2, с. 73].

Изучение креолизованных текстов в политологии кроме научной ценности имеет также и практическое значение, М. Б. Ворошилова приводит данные Г. Г. Почепцова и отмечает, что информация, передаваемая только при помощи текста, усваивается лишь на 7%, в то время как использование визуального образа повышает восприятие до 55% [3, с. 27].

Вернемся к политическим логотипам. В настоящей работе рассматриваются политические логотипы трех крупных и влиятельных в прошлом партий Италии: Христианско-демократической партии (ХДП), Итальянской социалистической партии (ИСП), Итальянской коммунистической партии (ИКП). Выбор обусловлен тем, что на протяжении так называемой «Первой республики» в период с 1946 г. до начала 90-х гг. и политического скандала «Танжентополи» эти три партии были наиболее влиятельными и имели наиболее широкую поддержку среди населения. Логотипы партий оставались неизменными в течение всего рассматриваемого периода и являются самыми узнаваемыми партиями Италии.

Христианско-демократическая партия образовалась в 1942 г. как идеологический преемник Итальянской Народной партии (1919-1926 гг.) и просуществовала до 1994 г., абсолютное большинство итальянских премьер-министров – представители этой партии. Свой логотип (Рис. 1) – щит крестоносцев с надписью «Libertas» («Свобода») – ХДП унаследовала также от Народной партии, приверженцы которой выступали на политической арене в защиту интересов итальянских католиков и представляли их ценности и идеи. Значение изображения щита берет начало еще Средние века и обозначает защиту христианских ценностей, в этом значении щит такой формы и с красным Латинским крестом использовался крестоносцами в походах. Цветовая палитра тоже имеет свое особое значение. Так, исследователь-антрополог Каролине Пагани пишет, что издревле красный цвет символизировал жизнь, значение света имеет и белый цвет [8]. В итальянской традиции красный цвет символизирует свет и верность, белый – чистота и порядочность, а голубой цвет – символ божественного начала [7]. Примечательно, что именно белым цветом изображается лозунг «Libertas» и название партии, таким образом лишний раз подчеркивается порядочность партии и ее представителей. Лозунг на логотипе «Свобода» написан на латыни, что тоже можно связать с Католической Церковью и защитой интересов католиков.

Итак, логотип христианских демократов говорит о том, что партия защищает интересы католиков (большинство итальянцев), находится в тесной связи с Католической Церковью, небесно-голубой цвет намекает, что деятельность партии происходит с одобрения Церкви, методы действий ХДП традиционны (отсылка к крестоносцам и повтор логотипа Народной партии), честны и порядочны.

Итальянская социалистическая партия образовалась в 1892 г. и просуществовала до 1994 г. Красная гвоздика в красно-белом круге с надписью-названием партии – логотип ИСП (Рис. 2). Гвоздика – особый цветок в европейской культуре и в итальянской, в частности. Название «гвоздика», или «Dianthus», происходит от греческого «цветок богов» [6]. Изображение этого цветка присутствует на древнеримских мозаиках в сценах свадебных церемоний и похорон. В Средние века гвоздика – цветок Мадонны (картины Леонардо да Винчи «Мадонна с гвоздикой», Рафаэля «Мадонна с гвоздиками», Альберхт Дюрер «Мария с гвоздикой»), символ искренней любви и чистоты, связь земного с божественным [7]. Со временем красная гвоздика изменила свое первоначальное значение. Сначала осужденные на смерть аристократы во времена Французской революции прикрепляли к одежде красную гвоздику в день казни. С XIX века красная гвоздика все чаще присутствует на демонстрациях как символ открытого протеста, выступлений против капитализма, требований рабочего класса. Сегодня в Италии красная гвоздика символизирует «рациональный» протест рабочих, движение, далекое от коммунизма, но выступающее против капитализма. Кроме того, этот цветок сохранил один из своих самых древних символов – его, как и в Древнем Риме, используют для почитания памяти умерших, возлагая на могилах.

Круглая форма логотипа ИСП – соляренный символ, означающий целостность и непрерывность, вечность. Таким образом, логотип Итальянской социалистической партии символизирует непрерывную мирную борьбу рабочих за свои права против капиталистических законов, цветовая гамма логотипа и надписи символизирует чистоту и законность средств ведения этой борьбы.

Итальянская коммунистическая партия образовалась в 1921 г. в результате внутренних разногласий ИСП и просуществовала до самороспуска после распада СССР в 1991 г. Логотип ИКП (Рис. 3) наиболее интернационален из исследуемых здесь логотипов: стандартное изображение скрещенных желтых серпа и молота

на красном флаге – союз рабочих и крестьян, но также на логотипе присутствует итальянский флаг. То, что итальянский флаг на логотипе как бы выглядывает из-под международного красного знамени говорит о приоритете международных интересов коммунизма над национальными, белое древко флагов опять же можно интерпретировать как законные способы достижения своих целей.

Итак, логотип итальянских партий – креолизованная единица, сочетание знаков различных систем: графической и текстовой. Логотип – рекламный элемент, который широко используется в политическом дискурсе. Отличительные черты итальянского политического логотипа:

- 1) идеологическая установка предопределена историческими и культурологическими факторами;
- 2) идеологическая установка определяет выбор визуального компонента;
- 3) нейтральное шрифтовое исполнение, нагруженное идеологическими и культурологическими смыслами и коннотациями.

Основные компоненты итальянских логотипов: древние культурные символы (щит крестоносцев, Латинский крест, красная гвоздика), а также международные символы (серп и молот на красном знамени). В целом стили логотипов можно охарактеризовать как классические позитивные, для которых характерны узнаваемые образы, традиционные цветовые решения. Отметим также, что графические изображения всех трех партий четко выражают идеологические установки. Невербальные компоненты логотипов играют ведущую роль, в них сосредоточена вся смысловая нагрузка эмблем, в то время как вербальный компонент играет лишь второстепенную роль, выражая лишь названия партий. Исключением является только логотип ХДП, где помимо названия партии вербально выражен лозунг.

Анализ итальянских политических логотипов доказал, что каждая единица политического дискурса должна нести в себе историко-культурные коннотации, которые должны вызывать ассоциации с делегируемой политической партией идеями наибольшему количеству лиц – носителей определенной культуры, в настоящем случае – итальянской. В условиях, когда электорат не хочет и не обладает достаточными навыками, чтобы вникнуть в политическую программу, логотип становится важным инструментом в борьбе за голоса. Опыт итальянской Христианско-демократической партии в разработке политического логотипа, который одновременно и передает основные ценности верующих, и в то же время не раздражает далекую от религии часть электората, может оказаться полезным и в современной России, где идет поиск национальной идеи и наметился рост интереса к религии и духовным ценностям. Российские политики пока еще не задействовали эти настроения в своих программах, хотя опыт итальянской ХДП может оказаться перспективной линией развития российской политической мысли.

#### *Список литературы*

1. **Адзинова А. А.** Заглавия в креолизованном тексте (на материале «глянцевого» журналов мод) // Вестник Адыгейского государственного университета. Майкоп, 2007. № 2. С. 60-63.
2. **Анисимова Е. Е.** Паралингвистика и текст: к проблеме креолизованных и гибридных текстов // Вопросы языкознания. М.: Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН, 1992. № 1. С. 71-78.
3. **Ворошилова М. Б.** Политический креолизованный текст: ключи к прочтению / Уральский гос. пед. ун-т (УрГПУ). Екатеринбург, 2013. 194 с.
4. **Почепцов Г. Г.** Пропаганда и контрпропаганда. М.: Центр, 2004. 256 с.
5. **Тофлер Э.** Третья волна. М.: АСТ, 2010. 784 с.
6. **Beelke M.** Garofano rosso [Электронный ресурс]. URL: <http://www.manfred-beelke.com/g1.pdf> (дата обращения: 22.01.2014).
7. **De Bortoli M., Maroto J.** Colours Across Cultures: Translating Colours in Interactive Marketing Communications [Электронный ресурс]. URL: <http://globalpropaganda.com/articles/TranslatingColours.pdf> (дата обращения: 22.01.2014).
8. **Pagani C.** Le variazioni antropologico – culturali dei significati simbolici dei colori [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ledonline.it/leitmotiv/Allegati/leitmotiv010114.pdf> (дата обращения: 22.01.2014).

#### *Визуальные материалы*



**Рис. 1.** Логотип Христианско-демократической партии



Рис. 2. Логотип Итальянской социалистической партии



Рис. 3. Логотип Итальянской коммунистической партии

#### INTERPRETATION FEATURES OF THE ITALIAN POLITICAL LOGOTYPE AS CREOLIZED TEXT IN POLITICAL COMMUNICATION OF ITALY IN THE SECOND HALF OF THE XX CENTURY

Proskurina Elena Yur'evna

Lomonosov Moscow State University

euproskurina@gmail.com

The author studies the correlation between the text and graphic presentation of the logotypes of the most influential Italian political parties of the second half of the XX century. The author, by the example of the analysis of the political parties' logotypes (the Christian Democracy, the Italian Socialist Party and the Italian Communist Party), comes to the conclusion about the necessity and relevance of ideological attitude expression in political creolized texts, which include a logotype. The article presents the author's definition of a political logotype. Attention is given to the interpretation of the cultural and historical meanings and connotations of the Italian party logotype.

*Key words and phrases:* creolized text; political logotype; Italy; the Christian Democracy (Italy); the Italian Socialist Party, the Italian Communist Party.

УДК 332.142:338.124.4

**Философские науки**

*В статье исследуется кризис мировоззрения общества в историческом и актуальном контекстах. Предпринята попытка выявить общие закономерности кризиса мировоззрения общества в различные эпохи на примере анализа трудов зарубежных и отечественных философов. Автор полагает, что в условиях глобализации необходимо строить будущее на основе регулирования двух компонентов мировоззрения общества: 1) гуманистических нравственных ценностей, а также 2) экологически приемлемых современных технологий.*

*Ключевые слова и фразы:* глобализация; духовность; кризис; кризисное мировоззрение; мировоззрение; общество переходного периода; философия; ценность.

**Рассказов Леонид Дементьевич**, к. филос. н.

Красноярский государственный медицинский университет

atropos@bk.ru

#### КРИЗИСНОЕ МИРОВОЗЗРЕНИЕ ОБЩЕСТВА И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА<sup>©</sup>

Актуальность темы исследования состоит в том, что мировоззрение общества XXI в. испытывает кризис: возврата в прошлое нет, а будущее – не известно. Термин мировоззрение имеет немецкое происхождение и