

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**



**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ “ЛЭТИ”
им. В. И. УЛЬЯНОВА (ЛЕНИНА)**

**ИНФОРМАЦИЯ
КОММУНИКАЦИЯ
ОБЩЕСТВО**

ТЕМА ИКО-2014

Коммуникативное пространство мегаполиса

**МАТЕРИАЛЫ
XI ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ**

23 – 24 января 2014 г.

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2014**

УДК 1+3+80

Информация – Коммуникация – Общество (ИКО–2014): Материалы XI Всероссийской научной конференции / Санкт-Петербург, 23–24 января 2014 г. – СПб., 2014. – 168 с.

ТЕМА ИКО-2014

Коммуникативное пространство мегаполиса

Организатор конференции:

ГУМАНИТАРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ
Санкт-Петербургского государственного
электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

ОРГКОМИТЕТ:

Председатель оргкомитета:

Кутузов Владимир Михайлович (ректор СПбГЭТУ «ЛЭТИ»)

Члены оргкомитета:

Маркова Ольга Юрьевна (зам. председателя, зав. кафедрой философии);
Гигаури Нина Константиновна (зам. председателя, декан ГФ); **Иванов Андрей Федорович**; **Кисельников Владимир Максимович**; **Котенко Виталий Павлович**; **Строгеецкая Елена Витальевна**; **Тузov Виктор Васильевич**; **Меньшиков Дмитрий Никитович**; **Камалетдинов Рушан Икрамович**; **Шумков Андрей Арнольдович**.

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Миссия конференции «Информация – Коммуникация – Общество» организовывать в едином междисциплинарном пространстве времени встречу исследователей различных областей гуманитарного знания. Сегодня многие ученые, идеологи, политики ищут способы разрешения социальных противоречий мегаполиса. Эта тема актуальна, как никогда. Мы надеемся, что наша творческая дискуссия внесет свой вклад в осмысление тенденций развития современного города и поиск факторов, способствующих разрешению социальных конфликтов. В 2013 году исполнилось 20 лет специальности «Связи с общественностью» в России, Санкт-Петербурге и в СПбГЭТУ «ЛЭТИ». В программе ИКО – 2014 запланировано специальное мероприятие, посвященное этому событию – круглый стол на тему «PR-образование: 20 лет спустя».

Мы рады нашей очередной встрече и готовы к диалогу, как по заявленной теме мегаполиса, так и по теме и программе ИКО – 2015.

С Новым годом, с новым счастьем и всего самого доброго!

ОРГКОМИТЕТ ИКО–2014

пространства мегаполиса	52
<i>Иванова Р. А.</i> Кросс-культурные ценности в условиях современного мегаполиса	54
<i>Ильина О. Я.</i> Современная риторика как теория убеждающей коммуникации	57
<i>Калинина В. В.</i> Мегаполис как социальное зло	60
<i>Клюшин Ф. А.</i> Государство Христиания как реализация проекта глобальной деревни	63
<i>Колянов А. Ю.</i> Тактический урбанизм как технология трансформации социально-политического пространства города	66
<i>Комиссаров Б. Н.</i> Столица Бразилии – Бразилиа: архитектурный шедевр на все времена или символ коммунистической утопии?	68
<i>Котенко В. П.</i> К вопросу о коммуникативном аспекте парадигм науки	70
<i>Кудринская Н. И.</i> Правовая культура в современной России на опыте Санкт-Петербурга	73
<i>Курцев Т. И.</i> Изменение этнического стереотипа в условиях мегаполисов	76
<i>Леонов В. Е., Смирнова А. П.</i> Опыт философской рефлексии хакеров в контексте основных проблем философии техники	78
<i>Ломако О. М.</i> Коммуникативное пространство мегаполиса: социально-онтологический аспект	82
<i>Макаров Д. В., Шутова О. В.</i> Инновационные технологии в работе краеведческого музея с детьми с ограниченными возможностями	85
<i>Маркова О. Ю.</i> Мегаполис как фактор возникновения базовых этических противоречий	88
<i>Маркова Т. Б.</i> Современная библиотека в пространстве мегаполиса	90
<i>Московчук Л. С.</i> Профессиональная этика как средство коммуникации в концепции П. Я. Осадчего	92
<i>Номоконов В. Н.</i> Коммуникативное пространство мегаполиса в условиях современных идеологических диверсий	95
<i>Носкина Л. В.</i> Языковая ситуация в Лондоне	98
<i>Огнева К. П.</i> Особенности речевого воздействия в поздравлениях губернаторов (на примере поздравительных текстов с 20-летием Конституции Российской Федерации)	100
<i>Пашковский Е. А.</i> Конформность личности в современном мегаполисе: помощь или помеха на пути к самореализации?	104

<i>Петренко О. Л.</i> Особенности образования в современном мегаполисе	107
<i>Пивоваров А. М.</i> Арт-сообщества Санкт-Петербурга: управление рисками в пространстве мегаполиса	110
<i>Пименов Н. П.</i> Интернет-опосредованные коммуникации как главная составляющая коммуникативного пространства мегаполиса	112
<i>Пирайнен Е. В.</i> Модели корпоративной культуры Китая	115
<i>Плебанек О. В.</i> Архитектоника коммуникативных пространств глобального мира	117
<i>Полюгова Е. В.</i> К вопросу создания имиджа города (на примере города Нижний Тагил)	120
<i>Почебут С. Н.</i> К вопросу об инновациях в коммуникативном пространстве философии и социологии науки	124
<i>Почебут М. В.</i> Формирование коммуникативной полноценности учащихся на уроках изобразительного искусства	127
<i>Преображенская О. А.</i> Европейские языки и петербургская речь	129
<i>Прокудин Д. Е.</i> Тенденции научной коммуникации в информационном обществе	132
<i>Стогов Д. И.</i> Петербургские адреса, связанные с деятельностью дореволюционных правых организаций	135
<i>Тихонова Е. С.</i> Немцы в городе: влияние литературного языка Германии на швейцарские диалекты	138
<i>Троянская Н. А.</i> Город и формирование личности: возможности и барьеры социального пространства мегаполиса в обществе знаний	141
<i>Трусова А. Ю., Куклина А. С.</i> Специфика оценочных структур в современной терминологии автомобилестроения	143
<i>Тузov В. В.</i> Структура информационного пространства мегаполиса	146
<i>Фалько В. И.</i> Парадоксы информационно-коммуникативного пространства мегаполиса	149
<i>Флакман М. А.</i> Насколько изобразительно звукоизобразительное слово?	152
<i>Чистякова И. И.</i> Имидж нижнего тагила в печатных средствах массовой информации города	155
<i>Шиндина Н. И.</i> Герменевтический круг образования в пространстве мегаполиса: коммуникативные противоречия	159
<i>Щербина А. В.</i> Межконфессиональный диалог: влияние глобализации	161

Флакман М.А. (С.-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ», e-mail: mariaflax@gmail.com)

НАСКОЛЬКО ИЗОБРАЗИТЕЛЬНО ЗВУКОИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ СЛОВО?

Язык является сложной развивающейся системой, состоящей (согласно классификации Ч. С. Пирса [5]), по преимуществу из знаков-символов. То есть, в синхронном плане, характер связи означаемого и означающего у большинства слов является произвольным, конвенциональным. Тем не менее, во всех языках мира наряду с ними также имеются (и продолжают появляться) слова, в основе номинации которых лежит принцип подобия. Такие слова называют звукоизобразительными (ЗИ), и они являются знаками-иконами в языке. Иконическая лексика делится на две большие категории: 1) слова – акустические «копии» называемого денотата-звука (звукоподражания (ЗП) или ониматопы) и 2) слова – артикуляторные, мимические копии предметов внеязыковой действительности (звукосимволические (ЗС) слова) [7]. Как показали исследования [2, 6], количество ЗИ слов в разных языках мира достаточно велико, однако ЗИ слова не всегда воспринимаются таковыми носителями языка. Так, очевидную иконичность слова *cook-a-doodle* «кукареку» можно противопоставить скрытой иконичности слова *gargoyle* «гаргулья». Чем отличается первое слово от второго? Каких иконических слов в языке больше? Какие измерить степень иконичности?

Все современные языки мира являются сложившимися символическими, абстрактными системами со своими конвенциональными правилами и ограничениями на всех уровнях. Поскольку иконическое слово, чтобы стать элементом любого современного языка, должно встраиваться в систему существующих норм, оно должно проходить стандартизацию фонетического облика, становиться одной из частей речи, получать парадигму спряжения или склонения. Таким образом, история развития любого ЗИ слова представляет собой историю его де-иконизации, т.е. постепенной утраты черт знака-икона. С.В. Воронин называет этот процесс *денатурализацией языкового знака*, Х. Какехи [3] – *лексикализацией*, Э. Андерсон [1] – *грамматикализацией*.

Однако превращение звуко-копии или артикуляторного жеста в «классическое» конвенциональное слово проходит не сразу, а постепенно. Мы проанализировали около 3000 английских лексем, иконических по происхождению по трём параметрам: 1) по конвенциональности структуры ЗИ слова, 2) по относительной сохранности фонетического облика слова, 3) по относительной сохранности семантики слова. На основании проведённого анализа можно заключить, что в языке одновременно существуют ЗИ слова следующих шести категорий «де-иконизованности»:

1. Новые ЗИ слова, не полностью интегрированные в систему языка

Слова данной категории (междометные звукоподражания, такие как обозначения криков животных (англ. *cook-a-doodle*), звуков природы (англ. *brrng!*) и т.п.) имеют ряд вне-системных черт, сближающих их с денотатом. Такими чертами являются: нарушение законов фонотактики (напр. *vroom*), нетипичное для АЯ ударение не на первом слоге (*cuckoo*), отсутствие редукции безударного гласного (напр. *bla-bla-bla*). Именно эти структурные или фонетические аномалии делают иконическую связь между словом и его денотатом ощутимой для носителей языка. Как отмечает Андерсон [1, с. 109], «воспринимаемая носителями языка степень иконичности, это не что иное, как степень маргинальности, или перефирийности слова». То есть, чем больше у слова маргинальных черт, тем более приближенным к номинируемому звучанию оно является, и тем более экспрессивным оно кажется носителю языка. С.В. Воронин также указывает в качестве критериев выделения ЗИ такие нетипичные для английского слова явления, как морфологическая гипераномальность и фонетическая гипервариативность [7].

2. ЗИ слова интегрированные в систему языка, сохранившие своё исходное значение и кардинально не изменившие свою форму

Это слова, по крайней мере, одно из значений которых связано (для ЗП) со звуком (англ. *tumble* «бормотать»), или (для ЗС) с номинируемой формой (англ. *pumpkin* «тыква», наличие лабиальных кластеров в данном случае коррелирует с округлостью предмета (см. [8]), и чей фонетический облик не был кардинально искажён фонетическими изменениями.

Следует учитывать, что не все фонетические изменения способны привести к отрыву значения ЗИ слова от его формы, а также, что одно и то же фонетическое изменение по-разному «действует» на разные типы ЗИ слов. Так, переход *v > l* в 17 в. по-разному повлиял на слова *scrub* «тереть, скрести» и *bubble* «пузырь». В первом случае, звук */v/* не является фоносемантически значимым для передачи резкого, диссонансного звучания, получаемого при соприкосновении предметов друг с другом (это значение передаёт консонантный кластер *scr-*), поэтому переход *v > l*, хоть и изменил фонетический облик слова, не нарушил исходной смысло-звуковой корреляции. Во втором случае, исчезновение лабиализованного */v/* привело к ослаблению исходной связи с округлостью называемого предмета (пузыря), поскольку артикуляционный жест сделался ослабленным при уходе огубленного */v/*.

3. ЗИ слова, утратившие как исходную форму, так и исходное значение

Слова данной группы или не сохранили в своём значении сем, связанных со звуком/формой номинируемого предмета и/или их исходная форма была подвержена трансформации под действием регулярных фонетических законов. Например, англ. *flag* «флаг» – изначально ЗС слово, передающее хлопающее движение материи на ветру [4].

4. Заимствованные ЗИ слова с нетипичной структурой, не полностью интегрированные в систему АЯ

Примером такого слова в АЯ является заимствованное из хинди *tomtom* «тамтам» [4]. Слово сохраняет исходную редупликацию.

5. Заимствованные ЗИ слова, сохранившие исходное значение и форму, близкую к исходной

Заимствованное ЗИ слово является при переходе из одного языка в другой может не утратить свою иконичность, т.к. звукоизобразительность является универсальным свойством человеческого языка. Примером такого слова является скандинавское заимствованное *scream* «кричать».

6. Заимствование ЗИ слова, утратившие исходное значение и/или изменившие свою форму в процессе заимствования

Заимствованные ЗИ слова могут терять свою иконичность ещё до момента заимствования, или заимствоваться только в одном значении, уже не связанном со звуком. Примером такого слова может послужить *gargoyle* «гаргулья», заимствованное в 13 в. из старофранцузского. В АЯ оно пришло в значении «элемент архитектурного убранства», тогда как изначально оно являлось ЗС словом со значением «горло» [4].

На 100 ЗИ слов, взятых методом случайной выборки, на первую группу приходится 6 слов, (*aha, cook-a-doodle* и др.), на вторую – 32 (*bark, blart, bob, bub* и др.), на третью – 45 (*bean, blad, daggle, dip* и др.), на четвертую – одно слово (*tomtom*), на пятую – 4 (*bizz, clang, prate, scream*), на шестую – 12 (*button, frap* и др.).

Сопоставительное рассмотрение групп ЗИ слов по степени иконичности на синхронном срезе позволяет делать следующие выводы об их количественном соотношении:

- Наиболее экспрессивных и «явных» ЗИ слов первой группы крайне мало, прямые обозначения звуков с нетипичной структурой редки (6 слов).
- Исконных слов, частично сохранивших свою иконичность, меньше, чем слов, её полностью утративших (32 против 45).
- Заимствованных слов, частично сохранивших свою иконичность, значительно меньше, чем слов, её полностью утративших (4 против 12). Заимствованные не-деиконизированные слова крайне редки (1 слово из 100).

Таким образом, в языке ЗИ по происхождению слова, конвенциализируясь, быстро теряют иконические черты. В синхронном срезе менее 5% слов можно назвать явно иконическими, узнаваемая звукоизобразительность сохраняется только приблизительно у 35%, остальные 60% или получили новые, абстрактные значения, или их форма далеко ушла от исходной либо в результате заимствования, либо под действием регулярных фонетических законов.

Литература

1. Anderson, Earl R.A. *Grammar of Iconism*. Madison Teanek Fairleigh Dickinson University Press, London: Associated University press, 1988

2. Ideophones. *Typological studies in Language* 44. Ed. by F.K. Erhard Voeltz, Christa Kilian-Hatz, Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2001

3. Kakehi, Hisao. *Onomatopoeic Expressions in Japanese and English* // Hattory and Kazuko, eds., 1983. P. 913-918

4. *The Oxford English Dictionary*. Oxford: Oxford University Press, 1989

5. Pierce, Charles S. *Collected Papers*. Cambridge: Harvard Univ. Press, 1965

6. *Sound Symbolism.*, ed. by Hinton L., Nickols J., Ohala J. Cambridge University Press, 1994

7. Воронин С.В. *Основы фоносемантики*. М.: ЛЕНАНД, 2006.

8. Слоницкая Е.И. *Звуко-символизм обозначений округлого*: дис. канд. филол. наук. Л., 1987

Чистякова И. Н. (*Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия, e-mail: irinazaprudina91@mail.ru*)

ИМИДЖ НИЖНЕГО ТАГИЛА В ПЕЧАТНЫХ СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ГОРОДА

(Выполнено на средства гранта Президента РФ МК-2720. 2013.6)

В современном мире стремительно растет стоимость нематериальных активов – имиджей, брендов, информации, знаний. Важным фактором, определяющим место региона в мире, становится его присутствие в виртуальном символическом пространстве.

Одним из важнейших показателей развития региона, города является его имидже.

Согласно Г. Г. Почепцову, имидж – это комплекс субъективных представлений в массовом сознании относительно определенной территории. Это географическое положение, его культурное своеобразие. То есть, активную роль в формировании имиджа города играют географические, климатические, национальные и другие различия.

Среди элементов имиджа следует выделять объективную и субъективную составляющие. Важнейшей *объективной составляющей* имиджа территории является совокупность конкурентных преимуществ и недостатков. Они обуславливаются особенностями отраслевой специализации региона, наличием экспортного потенциала, территориальной удаленностью и транспортной освоенностью, уровнем развития социальной сферы, состоянием производственного потенциала и т.д. [Майкова: эл. ресурс].

Вторая составляющая имиджа территории имеет *субъективный* характер, который определяется действием, по крайней мере, трех факторов.

1. Оценка территории отечественными и иностранными политиками, предпринимателями, туристами на основе собственных наблюдений и опыта.