

## СИМВОЛ И СИМВОЛИЗАЦИЯ: СТАТИЧНОСТЬ ЯВЛЕНИЯ, ДИНАМИЧНОСТЬ ПРОЦЕССА

**Аннотация.** В статье понятие символ рассматривается как философская категория, включенная в семиотическое пространство культуры. Анализируется история трансформации понятия в этом пространстве. Выявляются отличительные черты и сходство между символом и знаком. На основе анализа размежевания данных понятий ведущими учеными-философами, отмечается, что символ, по своей сути, многозначен. В этом его достоинство. В свою очередь, знак — однозначен. Там где требуется полнота отображения объекта, там преимущество символа, а там, где точность, наоборот, употребляется знаковая форма отображения действительности. На примерах из разных областей человеческой деятельности, среди которых — язык, реклама, изобразительное искусство, а также из истории России, отмечается, что в кризисные периоды развития культуры происходит «возвышение» знаков до уровня символов, наполнение ранее существующих символов новым содержанием, низвержение отживших символов. Показаны разные формы реинтерпретации прежде существующих символов в новых условиях.

**Ключевые слова:** символ, знак, образ, изображение, символизация, возвышение смысла, реинтерпретация символа, символ в семиотике, культурные дефиниции, новая культура.

Слово «*symbolon*» у древних греков означало условный вещественный опознавательный знак для членов определенной общественной группы, тайного общества и т.п.<sup>1</sup> Дословный перевод — «соединение», «слияние», «связывание»<sup>2</sup>. По мнению С.В. Азаренко, первоначально символ для греков означал преднамеренно обломленную половинку черепка, которую при расставании оставляли при себе, а другую — отдавали товарищу. Таким образом, смысл символа, заключается в том, чтобы быть разделением единого и единением двойственности, выражать возможность узнать при предъявлении нечто другое по целому<sup>3</sup>. Для древних греков, за простым по содержанию ритуалом узнавания, скрывался глубокий смысл.

На протяжении веков понятие «символ» имело в философии множество трактовок, порой прямо противоречащих друг другу. Все они сводятся к двум традициям: восходящим к представлениям Аристотеля и Платона. В первой традиции символ трактуется как знак, значением которого является некий знак другого рода. Другая (платоновская) традиция считает символ неким выражением высшей и совершенно не знаковой традиции. Однако, определения понятия «символ» в работах этих двух непревзойденных гигантов античной философии мы не найдем, так же как не найдем определение многих других. Они вытекают из контекста всего философского наследия Аристотеля и Платона, а также из работ их учеников и последователей<sup>4</sup>. Так, философское осмысление понятие «символ» у неоплатонистов идет от осмысления и противопоставления буквенных знаков древнегреческого письма, от неразложимой образности древнеегипетских иероглифов в силу их символичности (Плотин). В средневековой схоластике символизм начинает существовать наряду с дидактическим

<sup>1</sup> Словарь иностранных слов. 14-е изд., испр. М.: Русский язык, 1987. С. 454; Современный словарь иностранных слов. Ок. 20 000 слов. 3-е изд., стер. М.: Рус. яз., 2000. С. 556.

<sup>2</sup> Рубцов Н.Н. Символ в искусстве и жизни: философские размышления. М.: Наука, 1991. С. 6.

<sup>3</sup> Азаренко А.А. Символ // Современный философский словарь / под общей ред. д.ф.н., профессора В.Е. Кемеров. 3-е изд., испр. и доп. М.: Академический проект, 2004. С. 613-616.

<sup>4</sup> Рубцов Н.Н. Символ в искусстве и жизни: философские размышления. М.: Наука, 1991. С. 6-7.

аллегоризмом, выражая невидимую и сокровенную сущность Бога.

Только в Новое время, благодаря И. Канту, происходит размежевание понятий символического, мифического и аллегорического. Он считал, что «... все созерцания, которые подводятся под априорные понятия, — либо схемы, либо символы; первые из них содержат прямые, вторые — посредством аналогии (в ней пользуются эмпирическими созерцаниями) в ходе которой способность суждения выполняет два дела: во-первых, применяет понятие к предмету чувственного созерцания; во-вторых, применяет правило рефлексии об этом созерцании к совершенно другому предмету, для которого первый только символ»<sup>5</sup>. О том, что высказанные им суждения требуют более глубокой проработки, И. Кант признается почти в том же абзаце цитируемой нами работы «Критика способности суждения». Характерно, что уже Г.В.Ф. Гегель рассматривает символ как некий условный знак, и в силу своей неопределенности («нечто намекающее на понятия и напоминающий его») требующий преодоления в понятии<sup>6</sup>. Ч. Пирс при классификации знаков выделил символические знаки, и, таким образом, фактически, отождествил понятия «знак» и «символ»<sup>7</sup>. Это, с одной стороны, свидетельствует о сложности самого понятия символ, а, с другой, — и запутывает осмысление символа как самостоятельного явления.

Попытку развести понятия знак и символ предпринимал и современные российские ученые-философы<sup>8</sup>. Так, Е.А. Царева, посвятила этой проблеме специальный раздел в своей монографии, опираясь, в свою очередь, на работы выдающихся соотечественников — А.Ф. Лосева, Ю.А. Лотмана, М.К. Мамардашвили, А.М. Пятигорского, Н.Н. Рубцова. Её выводы укладываются в несколько тезисов.

Во-первых, символ обладает единым замкнутым в себе значением, отчетливо выраженной границей, выделяемой из семиотического контекста.

<sup>5</sup> Кант И. Критика способности суждения // Кант И. Соч.: в 8 т. Т. 5. М.: Чоро, 1994. С. 194.

<sup>6</sup> Гегель Г.В.Ф. Лекции по эстетике. Ч. 2. Развитие идеала в особенные формы прекрасного в искусстве // Гегель Г.В.Ф. Эстетика. Т. 2. М.: Наука, 1969. С. 14.

<sup>7</sup> Пирс Ч.С. Избранные философские произведения / Пер. с англ. М.: Логос, 2000. С. 201-212.

<sup>8</sup> Царева Е.А. Символ в условиях изменения социокультурного бытия. Курск, 2006; Коваленко Е.М. Концепции символа в философии культуры XX в. Ростов-н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ АПСН, 2006.

Во-вторых, содержательность символа находится в прямой зависимости от его неоднозначности и таким образом, он в принципе полисемантический. Символ задан, а не дан нам, а, следовательно, его постижение требует усилий по «вживанию» в его смысл. Явного символа не существует, приобретя полную ясность, он перестает быть таковым.

В-третьих, символ соединяет идеальное и предметное через идею, а та, в свою очередь, представлена в форме образа<sup>9</sup>. Последний выполняет в символе функцию означающего и, таким образом, реализует главную семиотическую функцию — быть обозначением некоего смысла.

В-четвертых, двуединая природа символа (идеальность и предметно-образность) обусловлена наличием в нем антиномичных компонентов: предмет и смысл; образ и идея; выражение и значение.

В-пятых, символ предрасположен к общению и диалогу, так как имеет многослойную структуру и в его понимание требует от интерпретатора работу, соответственно, с кодами различного уровня, что располагает, в свою очередь к диалогу с воспринимающим.

В-шестых, восприятие символа ориентировано на активную внутреннюю работу воспринимающего, отсюда его сплывающая природа. Через символ соединяются явления, смыслы и люди, понимающие его смысл.

В-седьмых, символ особое универсальное образование, культурно закодированное, способное концентрированно аккумулировать и выражать социокультурный смысл<sup>10</sup>.

В целом соглашаясь с выводами Е.А. Царевой, выскажем ряд соображений. Знак становится символом, когда его употребление вызывает общезначимую реакцию, но не на сам символизируемый объект, а на отвлеченное значение (или значения), конвенционально, связанное с этим объектом. Как правило, по внешней форме знака невозможно получить информацию о предмете обозначения. В тоже время, одно из свойств символа — его стремление к сходству (внешнему подобию) с символизируемым объектом, или

<sup>9</sup> По мнению Н. Рубцова, «...образная форма материального воплощения идеи придает символу ему глубокий ассоциативный характер, затрагивающий в своем функционировании все стороны духовной жизни воспринимающего его человека».

<sup>10</sup> Царева Е.А. Символ в условиях изменения социокультурного бытия. Курск, 2006. С. 20-21.

к стилизации под него. Это происходит потому, что, с одной стороны, символ стремится удерживать указанный объект, хотя бы формально, а с другой, сознательно разделить формальное сходство и содержательную отвлеченность. И еще, связь между означаемым и означающим знаком обусловлено только конвенционально, поэтому формально знак — произволен, то символ это — определенно образ, олицетворение (в большей или меньшей степени подобия) означаемого.

С другой стороны, нам трудно согласиться с тем тезисом Е.А. Царевой, что различие между знаком и символом позволяет вывести две науки — семиотику и символистику. И уж тем более с точкой зрения Э. Кассирера, который полагал, что семиотика раздел символистики. Противопоставляя символ знаку, М.К. Мардамашвили и А.М. Пятигорский обращают внимание на их аксиологически-экзистенциалистские характеристики, утверждая, что если знак можно познать рационально, то символ находится за пределами рационального мышления, он эмоционально и личностно окрашены. Знаки же безличны, освобождены от субъективных наслоений<sup>11</sup>. Понятно, что в советское время обращение к иррациональному — смелый шаг для отечественного философов, тем не менее «прорывать» непроходимый ров между символом и знаком также не совсем корректно.

И знак, и символ имеют одну общую черту — они замещают отличное от них. И тот, и другой отсылают адресат от одного уровня семиотической системы, к значению другого уровня семиотической системы. Знак — относится к материальному носителю замещаемого предмета произвольным образом, а символ, наглядно образно и тем самым не всегда может позволить себе «вольности». Достоинство первого — в его определенности, второго — в множественности идей и ассоциаций, возникающих при воспроизводстве его смыслового содержания.

В этой связи близка идея «семиосферы» (Ю.М. Лотман) как олицетворение культуры. Ю.М. Лотман определяет культуру как «...исторически сложившийся пучок семиотических систем (языков), который может складываться в единую иерархию (сверхязык), но может представлять

симбиоз самостоятельных систем»<sup>12</sup>. Е.М. Коваленко относит Ю.М. Лотмана к наиболее ярким представителям структурализма в семиотике. Для Ю.М. Лотмана исходной посылкой является тезис о том, что человеком управляют неосознанные структуры, зашифрованные в языке. Культура структурирована как язык, суть культурных процессов — обмен сообщениями. Все проявления материальной и духовной культуры можно рассматривать как текст, в котором есть место и знаку и символу, содержащий бесконечное количество сообщений. Структурный анализ выявляет в любом тексте другие тексты, в любом сообщении — другие сообщения. Отсюда еще одно определение культуры, данное Ю.М. Лотманом как совокупности всей ненаследственной информации, способов ее организации и хранения<sup>13</sup>.

По мнению Н.Н. Рубцова, в символе аналогия между идеей и образом реализуется двумя способами.

- 1) С опорой на естественную морфологическую связь между означающим и означаемым. К примеру, применения красного цвета в оформлении первого листа (в шрифте, заголовках, графических рисунках) эмигрантских газет, безусловно, символизировало праздничный характер, выпускаемого номера. Как правило, он был посвящен первопрестольным православным праздникам. В этом случае, структурная связь как аналогия между идеей и образом осуществляется на непосредственном опыте русских людей, для которых праздничный цвет всегда был олицетворением красоты, улавливается без особого труда. С другой стороны, такой номер газеты привлекает необычностью, так же как и сам праздник, вырывающий человека из рутины обыденности.
- 2) С привнесением сопутствующих допущений, благодаря которым между идеей и образом в символе можно обнаружить естественно-природную естественно-природную, морфологическую связь-сходство. Во втором случае символ постигается посредством усвоения специфических социально-культурных значений, бытующих в том или ином регионе или эпохе. В этом плане, идейная наполненность многих образов-

<sup>12</sup> Цит по: Ковальчук А.М. Символы русской (этнокультурной) идентичности в печатной рекламе соотечественников в Китае // Социально-гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2013. № 1. С. 140-146.

<sup>13</sup> Там же.

<sup>11</sup> Мамардашвили М.К. Символ и сознание / М.К. Мамардашвили, А.М. Пятигорский. СПб: Азбука, Азбука-Аттикус, 2011. С. 320.

символов, помещенных в печатной рекламе русскими эмигрантами в Маньчжурии, становятся понятными, если допустить, что выходцы из России вжились в новую для них обстановку. С другой стороны, мы понимаем эти символы, если «погрузимся» в культурно-историческую среду того времени. Так, символ тигра, как и его образ (изображение), практически, мало, что говорил жителю Центральной России или даже Сибири. Для коренного дальневосточника это — *близкий их сердцу*, символ природной мощи, силы, ловкости и дремучих сил дальневосточной тайги, неведомых, но грозных сил природы и т.д.

Сущностные черты символизации предполагают, с одной стороны, многозначность и сложный характер восприятия символа, а с другой — динамичность существования самого символа, зависящего целиком от коммуникативной актуальности того или иного смысла. Символ функционирует как в рамках той или иной этнической, языковой или профессиональной и т.д. субкультуры и может быть специфичным для того или иного уровня или формы культуры. «В символе, — писал А.Ф. Лосев, — общность достигается такой силы, что не просто допускается рядом с собой что-нибудь единичное, отождествляясь с ним (как в художественном образе или метафоре), но является еще и законом, порождающим модные конструирования всех подпадающих под эту общность единичностей, причем таких единичностей может быть целая бесконечность...»<sup>14</sup>.

Ограниченность знаковых форм вступает в противоречие с многообразием генерируемых культурой смыслов связанных с ним. Накапливающийся у знака объем дополнительных отвлеченных смыслов (коннотаций), в силу их большей актуальности для конкретных коммуникаций, вытесняет его исходное значение. Таким образом, знак становится символом. Как априори отечественный философ А.Ф. Лосев считал, что «...всякий знак может иметь бесконечное количество значений, т. е. быть символом»<sup>15</sup>.

В этом плане интересно рассмотреть вопрос об отношении эмигрантов к реформе русского орфографии, которую провели большевики, придя к власти<sup>16</sup>. Так как реформа затрагивала всех,

говорящих и пишущих по-русски, она расколола их на две части — противников (антисоветские силы) и сторонников новой орфографии (просоветские силы). Естественно эмигрантской печати употреблялась дореволюционная орфография, в том числе и в рекламе. Таким образом, в эмиграции продолжали использовать букву «і», которая была выведена в результате реформы из русского алфавита. Казалось бы, и бессмысленное употребление «Ъ» на конце слов, оканчивающихся согласными, в эмигрантской среде приобрело принципиальное значение.

Русские художники рекламы в Китае обращались чаще всего к изображению обыденным предметом быта, хорошо знакомым русским людям. По своему прямому назначению, бытовая вещь относится к сфере удовлетворения повседневных потребностей, но как выразился Г.С. Кнабе «...своим непокрываемым этой функцией остатком принадлежит общественной сфере и выражает принятые в нем нормы. Такой остаток принято называть знаком, а его общественное содержание — знаковым, смысл которую при этом приобретает вещь, — семиотическим»<sup>17</sup>. Знаковая сторона бытовой вещи, то есть её общественно-историческая, культурная и психическая переживаемая характеристика, ни в коей мере не связаны с её материальными и техническими свойствами. Следует отметить, еще одно важное свойство семиотики: ретранслируемый бытовыми вещами знак может быть воспринят лишь ограниченной социокультурной группой, имеющей совместно пережитый общественный опыт. Изображение бытовых вещей в рекламе (самовар, валенки, сапоги, тулуп и т.д.), напоминали русским эмигрантам об их далекой Родине, порождая у них соответствующие ассоциации. Пространственное перемещение большой массы русских людей в иную культурную среду, не могло не сказаться на восприятии до этого обычных для них предметов. Мы имеем дело с процессом «наращивания смыслового значения», вкладываемого в их восприятие, актуализацией ранее «дремавших» ассоциаций.

В предложенной нами схеме (см.: рис. 1) трансформация знака в символ можно рассматривать как процесс расширения и возвышения смысловых значений рекламного изображения от единицы до тех пределов, которые возможны в данном культурном контексте.

<sup>14</sup> Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. 2-е изд., испр. М.: Искусство, 1995. С. 153.

<sup>15</sup> Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. М.: Изд-во МГУ, 1982. С. 64.

<sup>16</sup> Русский язык. Энциклопедия / гл. ред. Ф.П. Филин. М.: Советская энциклопедия, 1979. С. 432.

<sup>17</sup> Кнабе Г.С. Материалы к лекции по общей теории культуры и культуре античного Рима. М.: Индрик, 1994. С. 89.

Трансформация знака в символ

В  
 О +  
 З  
 В Символ  
 Ы Знак  
 Ш  
 Е  
 Н  
 И  
 Е

РАСШИРЕНИЕ СМЫСЛА +

Увеличение смыслового разнообразия изображенных в рекламе бытовых вещей ассоциациями нейтрального характера мы называем расширением смысла. В целом же, на наш взгляд, все многообразие ассоциаций, возникающих при восприятии изображений, ранее казалось бы бытовых вещей, сводится к одному — к образу — покинутой Родины, которая несмотря на свою суровость была мила русскому сердцу. Здесь мы имеем, то что мы назвали возвышением смысла. По большому счету сама Родина воспринималась эмигрантами, ни как не иначе, как Святая Русь, опоганенная с приходом к власти большевиков<sup>18</sup>. Здесь уместно, на наш взгляд, положение Н. Бердяева о том, что сакрализация, т.е. возвышения смыслового значения до прикосновенности к божественному, и есть символизация<sup>19</sup>.

Противопоставление «своих» вещей, напоминающих далекую Родину, «чужим» вещам, имевшим хождение среди китайцев, хотя того же свойства и назначения, имеет и другую подоплеку. Неосознанно следуя мифологеме о неизбежном, и главное, скором падении Советской России, соответственно порождало, завышенные требования сохранению всего «нашего», противопоставление их чужому. К этому следует добавить и действие самого механизма образования мифов: идеологизация действительности; сакрализация идей; героизация событий и личностей; опора на жесткую дихотомию (свой/чужой); борьба против

Рис.1.

общего врага<sup>20</sup>. С другой стороны, это характеризует и мышление русских людей, вовлеченных в вооруженный гражданский конфликт, не оставивший возможности достижения компромисса. Это наиболее четко проявляется на примере отношения в эмиграции к новой советской орфографии, и менее заметно — в отношении бытовых вещей. Однако дихотомность мышления очевидна и в том, и в другом случае, хотя природа их различна. В первом случае — превалирует идеологические установки, во втором — культурно-психологические, но те и другие нацеливают на будущее, связанное с обозримым во времени возвращением в милой сердцу Россию (своеобразная интерпретация метаифологемы «возвращение утеряннного рая»)<sup>21</sup>.

Анализируя понятие символа, Ю.М. Лотман, отметил одну важную, на наш взгляд, его черту — в нем всегда есть что-то архаичное. Символ, по его мнению, «...никогда не принадлежит какому-либо одному синхронному срезу культуры — он всегда пронизывает этот срез по вертикали, приходя из прошлого и уходя в будущее. Память символа всегда древнее, чем память его несимволического текстового окружения»<sup>22</sup>.

Пространственно-временные изменения, произошедшие с русскими людьми в эмиграции, наполнили новым содержанием прежние символы, бытовавшие в контексте русской культуры еще в царской России. Это явление Н.Н. Рубцов назвал реинтерпретацией<sup>23</sup>.

Первый способ реинтерпретации — ассимиляция, т.е. вплетение прежних символических форм в новую образную систему, наделением этих форм не свойственных им по происхождению содержанием. Такой прием, хотя и редко, но встречается в эмигрантской рекламе. Так, с утверждением японцев в Маньчжурии, возникли новые «рекламные поводы» и для русских предпринимателей. В частности, таким поводом, для размещения в газетах поздравлений потребителям от русских

<sup>18</sup> Ковальчук А.М. Символы русской (этнокультурной) идентичности в печатной рекламе соотечественников в Китае // Социально-гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2013. № 1. С. 140-146.

<sup>19</sup> Бердяев Н.А. Философия свободы. Смысл творчества. М.: Правда, 1989.

<sup>20</sup> Яковлева Е.Л. Миф и его технологии в советском пространстве // Советское общество и советский человек: мифы и реальность. Сб. докладов Международной научно-практической конференции. Казань: КГАСУ, 2012. С. 272.

<sup>21</sup> Пелипенко А.А. Культура как система / А.А. Пелипенко, И.Г. Яковлев. М.: Языки русской культуры, 1998. С. 138.

<sup>22</sup> Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семносфера — история. М.: Языки русской культуры, 1996. С. 148.

<sup>23</sup> Рубцов Н.Н. Символ в искусстве и жизни: философские размышления. М.: Наука, 1991. С. 124-125.

товаропроизводителей торговцев, рекламных по своей сути, был приезд в 1936 г. в Харбин Пу И — императора марионеточного государства Маньчжоу-Го. Русская газета «Заря» этому событию поместила эти поздравления в обрамление, образуемое угловыми фигурами средневекового рыцаря с копьем (по вертикальному боковому краю газетного листа) и его лошади (по нижнему горизонтальному краю газетного листа). Рыцарь, безусловно, символизирует верного слугу короля (здесь императора). Хотя на дворе был уже XX в., налицо стремление ассимилировать европейскую, да еще, вдобавок, и средневековую символику к современной рекламе.

Реинтерпретация по контрасту — второй путь наполнения прежнего символа новым содержанием. В этом случае происходит намеренное противопоставление новых символов старым. Наиболее характерным в этом плане являются перемены в характере самой русской рекламы ко второй половине 1930-х годов, когда космополитическое (вненациональное) в эмигрантской рекламе вытесняет национальное. Так, образ мужчины, но уже элегантного, одетого в европейский костюм, безусловно, противопоставляется солидному и основательному мужчине (русскому мужику или матерому купцу), одетому в национальный (или близкий

по покрою) костюм, как противостоят символы уходящего прошлого и настоящего. Характерно, что еще в рекламе середины 1920-х, когда надежд на реставрацию старого было больше, солидность железнодорожника, олицетворявшего могущество КВЖД периода ее расцвета, противопоставлялась тщедушной фигуре эмигранта. Это еще раз подчеркивает подвижность смыслового содержания того или иного символа, его динамичность в условиях быстрой смены ситуации.

Динамичные изменения, происходящие в культурной сфере, ведут также к крушению ранее существующих символов. Особенно это было характерно для Советской России 1920-х — первой половине 1930-х годов, в которой то, что олицетворяло, например, святость (православные храмы, иконы, хоругви и т.д.) становилось предметом осмеяния. Русское зарубежье в Китае было, пожалуй, последним «осколком» досоветской Руси. Бережное отношение к символам уходящего мира — отличительное свойство русской диаспоры в Китае. Отсюда, мы не увидим в эмигрантской печатной рекламе то, что Ю.М. Лотман называл десимволизацией<sup>24</sup>. Наоборот, прежние символы акцентируются, наполняются новыми значениями, что приводило русских людей к осмыслению высших духовных ценностей, связанных с покинутой Родиной.

### Список литературы:

1. Азаренко А.А. Символ // Современный философский словарь / под общ. ред. д.ф.н., профессора В.Е. Кемерова. 3-е изд., испр. и доп. М.: Академический проект, 2004. С. 613-616.
2. Бердяев Н.А. Философия свободы. Смысл творчества. М.: Правда, 1989.
3. Гегель Г.В.Ф. Лекции по эстетике. Ч. 2. Развитие идеала в особенные формы прекрасного в искусстве // Гегель Г.В.Ф. Эстетика. Эстетика. Т. 2. М.: Наука, 1969.
4. Кант И. Критика способности суждения // Соч.: в 8 т. Т. 5. М.: Чоро, 1994.
5. Кнабе Г.С. Материалы к лекции по общей теории культуры и культуре античного Рима. М.: Индрик, 1994.
6. Коваленко Е.М. Концепции символа в философии культуры XX в. Ростов-н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ АПСН, 2006.
7. Ковальчук А.М. Символы русской (этнокультурной) идентичности в печатной рекламе соотечественников в Китае // Социально-гуманитарные науки на Дальнем Востоке. 2013. № 1. С. 140-146.
8. Лосев А.Ф. Проблема символа и реалистическое искусство. 2-е изд., испр. М.: Искусство, 1995.
9. Лосев А.Ф. Знак. Символ. Миф. М.: Изд-во МГУ, 1982.
10. Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. М.: Языки русской культуры, 1996.
11. Мамардашвили М.К. Символ и сознание / М.К. Мамардашвили, А.М. Пятигорский. СПб: Азбука, Азбука-Аттикус, 2011.
12. Пелипенко А.А. Культура как система / А.А. Пелипенко, И.Г. Яковлев. М.: Языки русской культуры, 1998.

<sup>24</sup> Лотман Ю.М. Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история. М.: Языки русской культуры, 1996. С. 396.

13. Пирс Ч.С. Избранные философские произведения. М.: Логос, 2000.
14. Рубцов Н.Н. Символ в искусстве и жизни: философские размышления. М.: Наука, 1991.
15. Царева Е.А. Символ в условиях изменения социокультурного бытия. Курск, 2006.
16. Яковлева Е.Л. Миф и его технологии в советском пространстве // Советское общество и советский человек: мифы и реальность. Сб. докладов Международной научно-практической конференции. Казань: КГАСУ, 2012.

### **References (transliteration):**

1. Azarenko A.A. Simvol // Sovremennyy filosofskiy slovar' / Pod obschey red. d. f. n., professora V.E. Kemerova. 3-e izd., ispr. i dop. M.: Akademicheskij proekt, 2004.
2. Berdyaev N.A. Filosofiya svobody. Smysl tvorchestva. M.: Pravda, 1989.
3. Gegel' G.V.F. Lekcii po estetike. Ch. 2. Razvitie ideala v osobennye formy prekrasnogo v iskusstve // Gegel' G.V.F. Estetika. T. 2. M.: Nauka, 1969.
4. Kant I. Kritika sposobnosti suzhdeniya // Sochineniya. V 8-mi tomah. T. 5. M.: Choro, 1994.
5. Knabe G.S. Materialy k lekcii po obschey teorii kul'tury i kul'ture antichnogo Rima. M.: Indrik, 1994.
6. Kovalenko E.M. Konceptii simvola v filosofii kul'tury XX veka. Rostov-na-Donu: Izd-vo SKNC VSh APSN, 2006.
7. Koval'chuk A.M. Simvoly russkoy (etnokul'turnoy) identichnosti v pechatnoy reklame sootchestvennikov v Kitae // Social'no-gumanitarnye nauki na Dal'nem Vostoke. 2013. № 1. S. 140-146.
8. Losev A.F. Problema simvola i realisticheskoe iskusstvo. 2-e izd., ispr. M.: Iskusstvo, 1995.
9. Losev A.F. Znak. Simvol. Mif. M.: Izd-vo MGU, 1982.
10. Lotman Yu.M. Vnutri myslyaschih mirov. Chelovek — tekst — semiosfera — istoriya. M.: Yazyki russkoy kul'tury, 1996.
11. Mamardashvili M.K. Simvol i soznanie / M.K. Mamardashvili, A.M. Pyatigorskiy. SPb: Azbuka, Azbuka-Attikus, 2011.
12. Pelipenko A.A. Kul'tura kak sistema / A.A. Pelipenko, I.G. Yakovlev. M.: Yazyki russkoy kul'tury, 1998.
13. Pirs Ch.S. Izbrannye filosofskie proizvedeniya. M.: Logos, 2000.
14. Rubcov N.N. Simvol v iskusstve i zhizni: filosofskie razmyshleniya. M.: Nauka, 1991.
15. Yakovleva E.L. Mif i ego tehnologii v sovetskom prostranstve // Sovetskoe obschestvo i sovetskiy chelovek: mify i real'nost'. Sb. dokladov Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferencii. Kazan': KGASU, 2012.
16. Careva E.A. Simvol v usloviyah izmeneniya sociokul'turnogo bytiya. Kursk, 2006.