

Материалы конференции
«Проблема международной интеграции национальных
образовательных стандартов»,
Франция (Париж), 14-21 марта 2014 г.

Филологические науки

СЕМИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К
ИЗУЧЕНИЮ ЯЗЫКА

Штатская Т.В.

Кубанский государственный технологический университет, Краснодар, Россия

Неслучайность возникновения семиологического подхода к изучению языка в методологических изысканиях лингвистов в поисках формирования целостного «образа языка» (по определению Ю.С.Степанова) подтверждается тем, что в недрах различных, подчас не пересекающихся лингвистических традиций (русской, западно-европейской, американской) складывались предпосылки для интерпретации языка, его единиц и категорий как знаковых сущностей. Так, в отличие от того направления исследований по семиотике, которое, начиная с Пирса и Соссюра, ориентировалось на отдельный знак, в исследованиях русских учёных 30-40-х годов 20-го века, например М.М.Бахтина, в центре внимания оказывается знаковая последовательность - связанный текст. По наблюдениям ученого В.В.Иванова, за рубежом его изучение было признано основной задачей «семиотики второго поколения» только в последние годы - прежде всего благодаря статьям Э.Бенвениста и трудам, посвящённым лингвистике текста. Другой выдающийся советский психолог Л.С.Выготский знаки рассматривал как средства управления поведением человека. Идеи Выготского, понимание языка как

целенаправленной знаковой деятельности разрабатывались его последователями А.Н.Леонтьевым, А.Р.Лурией и другими. Наиболее заметное раздвоение семиотики как бы на две дисциплины отмечено в 50-60-х годах, когда одни исследователи, например, Р.Барт, Ю.С.Степанов стали определять семиотику как науку о любых объектах, несущих какой-либо смысл, значение, информацию «вне зависимости от того, прощупывается ли в таких системах или нет (и чаще ответ был «нет») какая-либо внутренняя организация, подобная организации высказывания в языке. А другие, например Эрик Бюйсенс, Луи Прието стали определять семиотику как науку о таких объектах, которые служат динамическим целям коммуникации, передачи информации и которые, следовательно, в конечном счёте, должны содержать в своей организации нечто, подобное организации высказываний в языке. Согласно последовательной семиотической теории Л.Ельмслева, широко принимаемой в современной лингвистике, семиотика рассматривается как некая иерархия, (т.е. как иерархически организованная сеть отношений), наделённая двойным способом существования - парадигматическим и синтагматическим (и, следовательно, доступная пониманию как семиотическая система или как семиотический процесс) и имеющая по меньшей мере 2 плана членения - выражение и содержание, - соединение которых образует семиозис.

Материалы конференции
«Проблемы единого социокультурного информационного пространства»,
Чехия, 15-22 апреля 2014 г.

Экономические науки

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИЙ НА
ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО
ПОВЕДЕНИЯ

Яковлева Л.Р., Однорал Н.А.

Автономная некоммерческая организация Высшего профессионального образования «Белгородский университет кооперации, экономики и права» Белгород, Россия

Современный этап развития общества характеризуется повсеместным распространением инноваций (товаров, услуг, идей, технологий и т.д.). Инновации выполняют как экономическую, так и социальную функцию в обществе, охватывают все стороны его жизни [1]. Они обеспечивают экономический рост страны в стратегической перспективе путем стимулирования

конкуренции и повышения конкурентоспособности организаций, в том числе за счет повышения качества производимой продукции и услуг, снижения издержек производства в результате использования более экономичных материалов и технологий, завоевания организациями новых сегментов рынка, создания новых отраслей экономики. Особое значение инновации имеют для формирования потребительского рынка, так как они способствуют развитию потребления, потому что направлены на улучшение качества жизни, способствуют созданию комфортной обстановки для человека (в первую очередь, создание и развитие техники для дома, для досуга и т.п.).

Создание единого рыночного пространства в условиях глобализации мировой экономики приводит к формированию «всемирного клас-