

БРЕНДТІК БЕЛГІ – СИМВОЛДЫҚ ТАБИҒАТЫ

- 1. Семиотиканың белгі жүйесі ғылымы ретінде түсінігі*
- 2. Семиотиканың синтаксис, семантика, прагматика бөлімдері*

Семиотиканың белгі жүйесі ғылымы ретінде түсінігі

Семиотика ғылым ретінде XX ғасырдың басында пайда болды. Семиотика немесе семиология – грек тілінен аударғанда «*таңба, белгі*» деген мағынаны білдіреді.

Семиотика – таңба мен белгілерді және таңбалық жүйелердің қасиеттерін зерттейтін ғылым болып табылады. Мысалы, фердинанд де Соссюр семиотикаға келесідей анықтама берген: «семиотика – таңба мен белгілердің өмірін қоғам өмірі шегінде зерттейтін ғылым». Сонымен қатар, семиотика – ақпараттарды беруші, сақтаушы таңбалық жүйелердің қызмет етуін, қалыптасуын зерттейтін ғылым.



Икона



Индус



Сүнбәт

Ғылым жолында таңба мәселесін ең алғаш болып зерттеген американдық ғалым, философ және логик **Чарлз Сандерс Пирс** таңбаларды негізгі үш топқа бөліп қарастырады және оны «Пирс триадасы» деп атайды:

**Белгі
(индекстік)
таңба**

**Суретті
(иконикалық)
таңба**

**Символдық
таңба**



Белгі (индекстік) таңба



Белгі (индекстік) таңба (*index*) – дейктикалық (сілтемелік) таңбалар, яғни таңба мен таңбалаушы арасындағы табиғи байланыс болады. Бұл белгінің іс-әрекеті заттың өзі мен мағынасы арасындағы ұқсастыққа негізделген

Суретті (иконикалық) таңба

Суретті (иконикалық) таңба (icon) – бұл форма мен денотаттың немесе таңбалаушы мен таңбаланушының ұқсастығына негізделген, мысалы жануар және оның суреті. Бұған пиктографиялық жазуды да жатқызуға болады. Суретті таңбалар қазіргі кезде хабарландырулар мен жарнамаларда кеңінен қолданылады.



Символдық таңба

Белгіленген затпен физикалық және ұқсастылық тұрғысынан еш байланысы жоқ символдар. Объектінің символмен байланысы шартты және конвенцияның нәтижесі болып табылады. Егер символ интерпретация үрдісінен алынып тасталса, онда ол өзінің таңбалық қасиетін жоғалтады.



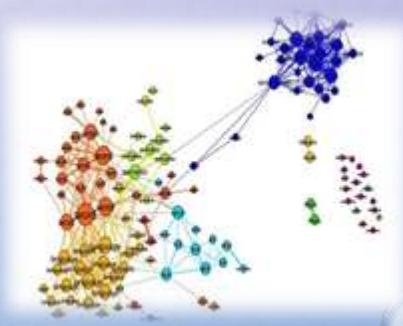
Брендинг – семиологиялық ғылымның бір әдісі деуге де болады. Брендинг әрбір белгі сияқты көзге көрінетін нысан және сол арқылы өзінің мазмұнын білдіреді. Кейбір зерттеушілердің пікірінше, брендингте белгілерді 4 деңгейде көрсететін механизм ретінде қарастырады:

Негізгі деңгейдегі бренд – пайдалы белгі ретінде көрінеді. Мысалы, кір жуғыш машинаның нақты бренді өзін сенімді, әрі жұмыс істеу уақытының экономикалық тиімділіктерін көрсете алады.

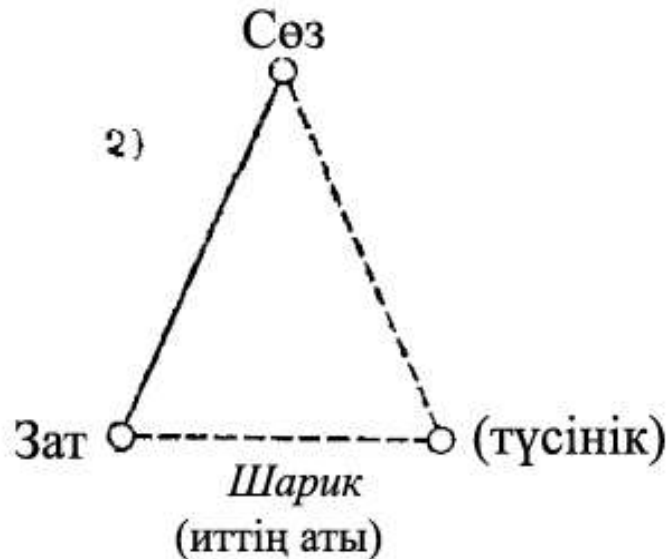
Екінші деңгейде, бренд тауардың маңыздылығын көрсететін коммерциялық белгі ретінде болады. Мысалы, Porsche және Skoda автокөліктері қолдану құндылықтары жағынан әр түрлі тауарларды ұсынады.

Үшінші деңгейде, бренд әлеуметтік мәдени белгі ретінде ұсынылады және нақты қоғамдағы топпен байланыстырылады. Мысал ретінде эксклюзивті тауарлар келтіруге болады.

Төртінші деңгейде, брендті мифологиялық белгі ретінде декодтауға болады. Мысалы, Napoleon Brandy, Cutty Sark Whisky – ассоциацияның осы типімен жұмыс жасайды.



Г.Фреге үшбұрышы. Семиотика ғылымын дамытуда атақты неміс математигінің алатын орны ерекше. Семиотиканың мазмұнын терең түсіндіруде үшбұрышты қолданған.

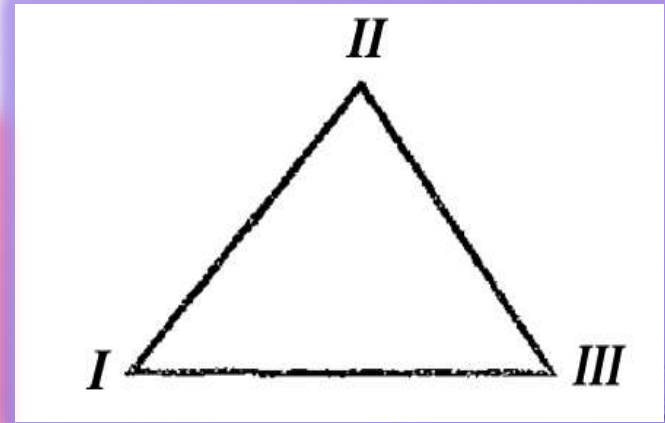


Г. Фреге үшбұрышы келесідей жүйеленеді:

I - Денотат, яғни зат, құбылыс, математикадағы сан және т.б., кейде үшбұрыштың бұл жағында зат емес, оның әсерін немесе ол туралы адам ойындағы бейне-пікірін білдірген жағдайда оны **сигнификат** деп атайды. Бірақ одан үшбұрыш мәні өзгермейді.

II - Белгі, сөз. Мысалы, лингвистикада фонетикалық сөз немесе жазылған сөз, математикада – математикалық символ, ал философияда атау болуы мүмкін.

III - Зат туралы түсінік. Басқа атаулары: лингвистикада – десигнат, математикада – есімнің мәні немесе денотат концепті деп аталады.



**Жарнамаланған тауар туралы ақпарат жарнамалық ой
(жарнамалық хабарлама) арқылы тұтынушыға белгі ретінде
(символ) беріледі.**

- **Perceptio sensuale** – сезім деңгейінде қабылдау, тауармен тікелей қатынас кезінде пайда болған сезімдер.
- **Imago occulorum** – абстракцияның 1-ші деңгейі, заттың бейнесі.
- **Imago memoria** - абстракцияның 2-ші деңгейі есте қалған заттың бейнесі.
- **Corpus** – есте сақталған заттың формасы (геометриялық формасы)
- **Idea** – нақты түсінігі, идеясы.

Белгілі бір уақытта (2 және 3 этап арасында) кодтау үрдісі тоқталып, адресатқа жарнамалық хабарлама ретінде беріледі

Адресат кері үрдісті жүргізеді (декодтау) – ол «қажетті» ақпаратты қосып, тауар туралы өзіндік ойды қалыптастырады.

Семиотиканың синтаксис, семантика, прагматика бөлімдері

Синтактика

- таңбаның құрылу дұрыстығы жайындағы таңбалық жүйе, яғни белгілер арасындағы байланыстың жиынтығы, яғни белгілер арасындағы қатынасты зерттейді. Синтактика сөз бен мағынасы арасында қалыптасатын түсінік.

Семантика

- тіл және тіл бірліктері (арқылы бі сөз, грамматикалық тұлға, сөз тіркесі, сөйлемдірілетін хабарды, заттар мен құбылыстардың мән-мазмұның зерттейтін тіл білімінің саласы, семиотиканың негізгі бөлімдерінің бірі.

Прагматика

- белгі мен оларды пайдаланушылар арасындағы байланысты қарастырады. Семантика белгінің түсіндірмесіне, қарым-қатынасына, яғни денотатпен, атауымен, мазмұнымен байланысты.

Пирстің ізін қуушы Адам Шафф кеңірек классификация ұсынды. Ол таңбаларды былай бөлді:

Табиғи дегеніміз – қоршаған әлемнің құбылыстары, адам осы құбылыстардың арасында себеп-салдарлық байланыс орнатады.

Жасанды – арнайы жасалатындар.

