

© *Купцова І. І.*

економічні, юридичні, політичні та інші сторони управління. Предмет його вивчення - теорія і методологія взаємодії цих наук, засновані на системному зв'язку всіх суспільних явищ у процесі їх взаємин і взаємовпливу. У загальній теорії соціального управління досліджуються основні поняття, закони, принципи і методи взаємодії різних соціальних систем, збереження їх цілісності, створення нових соціальних утворень на основі доцільності, ціннісно-нормативних уявлень сукупного інтелекту, притаманного суспільству на даному історичному етапі розвитку.

Мабуть, настав час зрозуміти, що управлінський ресурс є інтегратором всіх ресурсів суспільства, насамперед інтелектуально-інформаційних, соціальних, і багато в чому визначає прогрес суспільства. Він «розпоряджається» ресурсами суспільства, своїми засобами та на основі внутрішніх законів і принципів у рамках самостійного наукового знання.

Історичний досвід свідчить про те, що світові потрібна нова, а не вчорашня управлінська парадигма, яка базується на досягненнях всіх наук (економічних, соціологічних, психологічних та ін) в їх інтегральній якості-сучасної теорії та методології соціального управління. У XXI столітті належить зрозуміти, що у світлі глобальних вимог часу повинен з'явитися принципово інший тип управління, в центрі якого перебувала б єдина, цілісна глобальна система. Саме це визначає сьогодні головний зміст суспільного розвитку, його концепцію і стратегію.

В якості **висновку** зазначимо. Сталий розвиток є історичний факт, мета і основний сенс історії, який виражений в можливості задоволення потреб не тільки сучасних, а й майбутніх поколінь. Зміст соціального управління визначається, в основному, якістю цілепокладання, яке, у свою чергу, обумовлено тим, наскільки в поставлених цілях точно і повно виражені корінні потреби та інтереси всього суспільства, його окремих соціальних груп. Соціальне управління спирається на головні ресурси: творчий потенціал особистості, сильну соціальну організацію, інтелектуальну власність та інформацію. Протягом багатьох століть управління з несвідомої діяльності перетворювалося на звичай, традицію, суспільний інститут за допомогою стійкої соціальної структури, яка з покоління в покоління передавала навички управління. Тому в процесі аналізу соціального управління ми будемо звертатись до освітнього середовища, як сфери поєднання соціальних традицій та суспільних інновацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьев В.Г. Научное управление обществом (опыт системного исследования) / Виктор Григорович Афанасьев. - М.: Наука, 1973; - 240с.
2. Иванов А.В., Доронин А.О. Управленческая парадигма XXI столетия./ А.В. Иванов А.В., А.О. Доронин. М.: Знание, 2002. – 380с.
3. Крымец Л. В. Социальное взаимодействие в контексте постиндустриального общества на современном этапе развития: монографія / Людмила Владимировна Крымец. – Saarbrücken, Germany: Lap Lambert Academic Publishing, – 2012. – 163с.
4. Социологическая энциклопедия: В 2т. Т.2 / Национальный общественно-научный фонд / руководитель научного проекта Г.Ю. Семигин; Главный редактор В.Н. Иванов. – М.: Мысль, 2003. – 863с.
5. Тейлор Ф. Принципы научного менеджмента / Фредерик Уинслоу Тейлор. – М.: Классика, 2011. – 345с.
6. Хагуро А.А., Тхакушинов А.К. Реформа и социокультурная среда / А.А. Хагуро, А.К. Тхакушинов. – Майкоп: Прогноз, 1995. – 264с.

Купцова Ірина Ігорівна – аспірант кафедри соціальних теорій Національного університету «Одеська юридична академія» (м. Одеса).

УДК 324: 328 (477) „2012”

ПАРЛАМЕНТСЬКІ ВИБОРИ 2012: ПАРТІЙНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА ПОЛІТИЧНІ ТЕХНОЛОГІЇ

В статті досліджується питання іміджевого позиціонування політичних партій. Розглянуто новели виборчого законодавства, що визначили характер партійного позиціонування в рамках кампанії 2012 року. На основі програмних матеріалів та партійної артикуляції проаналізовано зміст іміджевого позиціонування окремих політичних партій.

Ключові слова: політичний імідж, політичні партії, партійне позиціонування, імідж-технології, парламентські вибори.

ПАРЛАМЕНТСКИЕ ВЫБОРЫ 2012: ПАРТИЙНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ

В статье исследуется вопрос имиджевого позиционирования политических партий. Рассмотрены новеллы законодательства о выборах и влияние их на характер партийного позиционирования в рамках избирательной кампании 2012 года. На основе программных материалов и партийной артикуляции проанализировано содержание имиджевого позиционирования отдельных политических партий.

Ключевые слова: политический имидж, политические партии, партийное позиционирование, имидж-технологии, парламентские выборы.

THE PARLIAMENTARY ELECTIONS 2012: PARTY AND TECHNOLOGY OF POLITICAL POSITIONING

The problem of image positioning of political parties is revealed in this paper. The legal innovation of electoral legislation and their impact on the nature of the positioning in the election campaign 2012 are analyzed. The content of image positioning of certain political parties is analyzed on the basis of program materials and party's articulation.

Keywords: political image, political parties, party positioning, image technology, the parliamentary elections.

Вибори як безсумнівний атрибут демократії виконують функцію ідентифікації життєздатності політичної системи, узгодженості і збалансованості її окремих елементів. Дослідження новітнього виборчого процесу дозволяє виділити основні тенденції розвитку вітчизняної політичної системи, зокрема визначити інформаційні модуси конфліктності у суспільстві через іміджеву репрезентацію політичних акторів. Консолідація інтересів гетерогенної спільноти через конфронтацію політичних поглядів, інституалізованих у програмах політичних партій характеризує сутність парламетських виборів у демократичному суспільстві.

В рамках дослідження іміджевих аспектів виборчих технологій вважаємо за необхідне визначити зміст політичного позиціонування, виражений через ідентифікацію партій у політико-ідеологічному, культурно-регіональному, ідейно-політичному контекстах.

Вибори народних депутатів до Верховної Ради сьомого скликання пройшли за новими правилами, встановленими Законом України „Про вибори народних депутатів України” від 17 листопада 2011 року. За новим виборчим законодавством в Україні встановлено виборчу систему змішаного типу із прохідним бар’єром у 5 %, що суттєво вплинуло на співвідношення політичних сил у Верховній Раді. Новели виборчого законодавства відносимо до факторів формування специфічних умов, в яких відбувався процес позиціонування партій та окремих кандидатів.

Повернення до змішаної системи, за якою половина депутатського складу парламенту обираються за партійними списками, а інша половина – за мажоритарною системою відносної більшості, сприяло популяризації використання технологій багатовекторного позиціонування, зокрема технологій створення партійного іміджу з регіональною специфікою. Наприклад, для завойовання прихильності жителів центральної та західної України політтехнологи „Партії Регіонів” обрали загальнонаціональну стратегію позиціонування „від стабільності - до благополуччя”, тоді як у східних та південних областях проводилась інформаційна кампанія „виконаних обіцянок” в контексті прийняття мовного закону.

Підвищення виборчого бар’єра з 3 до 5 відсотків та позбавлення партій на законодавчому рівні права утворювати виборчі блоки, значно обмежило можливості невеликих партій отримати представницькі мандати у новоствореному парламенті. В результаті до складу Верховної Ради увійшли представники п’яти крупних партійних брендів: „Партія Регіонів” (187), „Батьківщина” (101), „Удар” (40), ВО „Свобода” (37) та КПУ (32).

Новели виборчого законодавства, в тому числі щодо підвищення прохідного бар’єру отримали підтримку як провладних, так і опозиційних сил. Прийняття ЗУ „Про вибори народних депутатів України” підтримали 336 депутатів, серед яких представники від фракції „Партій регіонів”, опозиційні „БЮТ”, „НУ-НС” та „КПУ”.

Вибори 2012 пройшли в умовах протистояння декількох впливових політичних сил, тому

конфігурація „влада-опозиція” стали основою іміджового позиціонування партій-монополістів. Артикуляція партії влади заснована на апеляції до професіоналізму розгалуженої мережі партійних членів, які успішно реалізують програму партії на місцях. Дана стратегія легла в основу технології диференціації партії в ході інформаційного протистояння напередодні парламентських виборів. Технології з диференціації іміджу „Партії регіонів” засновано на створенні стійких асоціативних зв'язків між образом опозиційних сил та їх популістською політикою, незацікавленістю у вирішенні регіональних проблем: „...опозиція знаходиться на грані програшу, сьогодні потрібно бути не в залі, а в округах.[1]”

Партійна артикуляція Об'єднаної опозиції „Батьківщина” направлена на „припинення політичних репресій та звільнення лідерів опозиційних партій через викриття маніпуляцій провладних політиків”. В основі програмного позиціонування - забезпечення європейських стандартів свобод та прав громадян, повернення країни на демократичний шлях розвитку[2].

Активно використовуються технології „героїзації-демонізації”. В ході протесної кампанії імідж опозиційної лідерки Юлії Тимошенко сакралізується у героїчному образі мучениці. Опозиційна акція „Україна проти Януковича” представляє собою приклад використання технологій протестного позиціонування : масовий збір підписів у підтримку процедури імпічменту функціонально направлено на активізацію підтримки населенням опозиційних партій. Використання технологій демонізації образу лідера „Партії Регіонів” створило умови для поляризації інформаційного простору у передвиборчий період.

Передвиборча артикуляція партії Віталія Кличка „УДАР” (Український Демократичний Альянс за Реформи) заснована на диференціації за ознакою опозиційності. На підтвердження солідарності із опозиційними силами було застосовано технологію передачі голосів, яка полягає у відмові частини мажоритарних кандидатів від участі у виборах на користь регіональних представників інших опозиційних партій [3]. Використання даної технології в контексті іміджування партії В. Кличка є прикладом вдалого позиціонування в умовах слабкої горизонтальної структурізації партії.

Програмні пріоритети партії „УДАР” полягають у побудові відносин держави та громадянського суспільства на паритетних засадах. Зокрема серед основних тем кампанії - боротьба з корупцією, побудова країни рівних можливостей, децентралізація влади через розширення прав місцевих громад, досягнення європейських стандартів життя [4].

Партія-неофіт Наталії Королевської „Україна - вперед!” представила себе як команда нового покоління політиків, які не пов'язані із корумпованими владними структурами, а тому здатні якісно оновити вітчизняну політичну систему. В основі тактики реалізації стратегії „нових” політичних лідерів – іміджева технологія „перенесення”, коли партію представляють популярні культурні діячі, спортсмени та бізнесмени. Партійна артикуляція розкриває тему „економічного дива”, заснованого на партійній програмі економічного розвитку „Нова економіка - нова країна”.

Передвиборчу програму партії „Свобода” можна охарактеризувати як таку, що має яскраво виражений ідеологічний характер. Позиціонування партії в електоральному просторі відбувається за ідеологією націоналістичної, соціально-орієнтованої держави. При цьому партія займає крайполярну позицію в координатах влада-опозиція. Диференціація партіорічно налаштованої „Свободи” реалізується через асоціацію представників партії влади із „комсомольськими вождами” та „олігархами” [5].

Характерна для пострадянських комуністичних партій риторика КПУ інтегрує в собі ідеї соціальної справедливості та сильної держави. Виходячі із зміту передвиборчої програми, КПУ відноситься до категорії партій з вираженою ідеологічною ідентифікацією. Представлення партії через звернення до „уроків історичного шляху” та позиціонування в контексті соціально-економічних перетворень не тільки гарантує стабільність електоральної поведінки виборців, які із року в рік підтримують цю політичну силу, а й та привертає нових послідовників. В системі позиціонування влада-опозиція КПУ виступає в ролі „третьої сили”, диференціація якої відбувається за декількома векторами: через викриття „антинародного характеру правлячого в Україні режиму” та попередження „небезпеки буржуазного націоналізму та антикомунізму”[6].

Імідж партійного лідера представляє собою одну із основних складових потенціалу політичної партії. Сучасний інститут партійного лідерства засновано на принципах представництва та персональної відповідальності лідера перед партійним електоратом. Тому до чинників електорального вибору нарівні з програмними установками, історією попередньої діяльності партії відносимо особистісні якості лідера партії.

Проведене Центром Разумкова напередодні парламентських виборів 2012 соціологічне

дослідження, направлене на визначення електоральної прихильності показало, що першорядної значимості особі лідера надають виборці „Батьківщини” та „УДАРу” (перші позиції, 50% і 57%, відповідно), ідеології і виборчій програмі - виборці “Свободи”, КПУ, “Україна – Вперед!” і „Партії Регіонів” (відповідно, 68%, 57% і по 48%). Особистісні якості кандидата, висунутого партією, є найбільш значимими для виборців „Партії Регіонів” (33%), найменш – “Свободи” (20%). В цілому особистість лідера, висунутого певною політичною партією, при прийнятті рішення має значення лише для 29% виборців, причому – практично незалежно від регіону [7, 62].

Не зважаючи на загальну тенденцію деідеологізації та підвищення ролі лідерських партій у політичному процесі, ідеологія залишається важливим фактором ідентифікації партій. Ідеологічна складова є принципіально важливим критерієм узгодження політичних стратегій. Партії із слабкою ідеологічною ідентичністю ризикують втратити підтримку населення, однак мають більший спектр можливостей по узгодженню політичних інтересів із партіями з явно вираженою ідеологічною ідентичністю.

Автори посібника „Ідеологічне позиціонування політичних партій в Україні” відносять до сильно ідеологічно позиціонованих партій, тобто таких, у програмах яких чітко відстежуються ідеологічні преференції, партії „Удар” (праволіберальна), КПУ (лівоконсервативна), ВО „Свобода” (консервативна/націоналістична) [8, 50]. Той факт, що ідеологічно позиціоновані партії здобули більше третини голосів електорату під час останніх парламентських виборів є підтвердженням ефективності ідеологічного позиціонування у умовах вітчизняної політики.

Загальна тенденція щодо деідеологізації партійного позиціонування за системою традиційної ідеологічної ідентифікації: „ліві”, „праві”, „ліберали”, „консерватори” характеризує особливості позиціонування політичних партій нового покоління. Вплив ліберально-демократичної парадигми на процес партійного будівництва визначає сучасні тенденції позиціонування партій, що однак не виключає використання класичної ідеологічної домінанти.

Створення особливої позиції партії відносно інших політичних сил в суспільній свідомості пов'язано із процесом паралельного імідування на основі формального - ідеологічного та неформального - лідерського компонентів.

Соціологічні дослідження електоральних симпатій виборців дозволяють представити модель ідеального кандидата у народні депутати. Згідно з даними опитування, проведеного Центром Разумкова напередодні виборів, майбутній депутат повинен мати досвід у політиці, юриспруденції або сфері господарювання, бажано бути вихідцем із певного регіону, а не представником столичної еліти, також бути прихильником послідовних перетворень, політичної та економічної стабільності [7, 67]. Тобто у „портреті” переважають риси, які вказують на важливість факторів регіональної ідентичності та пріоритетності стабілізаційного курсу.

Поляризація вітчизняних політичних партій за культурно-символічним критерієм набула апогею під час кампанії 2004 року. Фактор цивілізаційної орієнтації в координатах „Захід” - „Схід” і досі визначає принципи партійного позиціонування. Використання технологій поляризації за етнічною ідентифікацією обумовлює конфронтацію у суспільстві на ґрунті різного розуміння національних цінностей. Компонент культурно-регіональної специфікації має значення також в аспекті диференціації партій за ознакою зовнішньоорієнтаційної політики.

Важливо визначити зміст поняття опозиційності як фактору позиціонування у вітчизняному виборчому процесі. Функціонування реальної політичної опозиції в демократичному суспільстві пов'язано з політикою реалізації альтернативного контролю за ефективністю роботи владних інституцій.

Протесні суспільні настрої, засновані на гарантованому Конституцією України праві на свободу думки і слова, вільного вираження своїх поглядів і переконань, представляють собою форму неінституалізованої опозиції. Опозиція як політичний інститут детермінується політико-правовим статусом та суспільними функціями. За визначенням С. Хантінгтона інституалізація представляє собою процес, „за допомогою якого організації та процедури набувають цінності”, при цьому рівень інституалізації будь-якої системи „визначається через адаптивність, складність, автономність, узгодженість її організацій та процедур [9, 32]”.

Виступаючи повноцінним інститутом політичної системи, опозиція сприяє консолідації розрізаних інтересів, обмежує концентрацію влади, здійснює контроль за дотриманням законів та в цілому легітимізує процес виборів. Визначення політичної опозиції як „інституту політичної системи, що охоплює організовані політичні сили, які не схвалюють програму й діяльність влади, пропонують альтернативні рішення і для їх реалізації прагнуть замінити владну команду” [10, 25] представляє

собою проекцію політичного позиціонування опозиційних партій в сучасному політичному процесі.

Позиціонування політичних партій за ознакою опозиційності включає артикуляцію обґрунтованої критичної позиції щодо політики влади та представлення плану конструктивних перетворень у випадку перемоги опозиції на виборах.

Позиціонування з акцентом на опозиційність за критерієм успішності реалізації владного політичного курсу направлено на диференціацію опозиційної партії в контексті негативної конотації владних рішень. З огляду на циклічність політичного процесу опозиційність також може стати основою для позиціонування партії влади. Так, основним лейтмотивом передвиборчої артикуляції владної партії під час парламентських виборів 2012 була апеляція до невдач „помаранчевого” уряду.

Іміджева стратегія партії не може обмежуватись лише артикуляцією опозиційної позиції. На думку Р. Інглхарта потенціал участі населення у протестних рухах полягає у реакції на поточні проблеми: «питання війни і миру, економічного процвітання і краху, ідеологічні установки конкретних політичних партій і особистісні якості конкретних політичних лідерів» [11, 178]. Партії, що обирають виключно векторне позиціонування у шкалі „влада – опозиція”, поширюючи протесну доміную на фактори ідеологічної ідентифікації, ризикують втратити конструктивно налаштовану частину електорату. Вибір технологій позиціонування опозиційних партій перебуває в електоральній площині, що обумовлює відповідальність за свої дії перед виборцями.

Позиціонування в мажоритарних округах ґрунтується на використанні спеціальних іміджевих стратегій, найбільш ефективних в умовах локального середовища. Преференції виборців за загальнонаціональним партійним списком не гарантують відповідного результату у мажоритарних округах. Тому в ході розробки плану стратегічного позиціонування в регіонах важливо враховувати, що імідж кандидата, що представляє партію у мажоритарному окрузі, є більш важливим фактором вибору ніж партійний бренд чи імідж лідера одноіменної партії.

Особливого значення в межах виборчого округу набувають технології, засновані на принципах безпосередньої комунікації з виборцями: організовані зустрічі з виборцями, проведення масових заходів місцевого масштабу, технологія „добрих справ” і т. д.

Визначення основних тем кампанії ґрунтується на особливостях фактору регіональних преференцій. При схожих економічних інтересах областей їх політичні інтереси помітно відрізняються за історико-культурними та соціально-ціннісними орієнтаціями, які в процесі виборів набувають політичного значення. Закономірно, що найбільш вигідну позицію у мажоритарних округах займають кандидати, які на момент початку кампанії вже мають зв'язок з даним регіоном: походження, реальний досвід роботи на благо місцевої громади, досвід представництва інтересів регіону у вищих органах влади і т. д.

Зазначимо, що норму виборчого закону, за якою одна і та ж особа може бути включена до списку кандидатів у депутати від партії і висунута в одному з одномандатних виборчих округів було виключено за рішенням Конституційного Суду України. П. 5 ст. 52 ЗУ „Про вибори народних депутатів”, її було визнано такою, що не забезпечує рівного впливу голосів на результати виборів та не відповідає принципу рівного виборчого права [12]. Нерівномірність розподілення сфер впливу окремих політичних сил в плані регіонального представництва та реформація виборчого законодавства обумовили використання технологій узгодженого представництва в мажоритарних округах, тобто формування єдиного для окремих партій списку кандидатів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рыбак В. В оппозиции осознают, что находятся на грани проигрыша / В. Рыбак [Електронний ресурс] // Официальный сайт Партии регионов. – Режим доступа: <http://www.partyofregions.org.ua/news/50571912c4ca4249190002ee> – 2012. – 17.09.
2. Угода про спільні дії Об'єднаної опозиції України. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт партії Батьківщина. – Режим доступа: <http://byut.com.ua/news/9646.html> - 2012. - 22.01.
3. Партія "УДАР" зняла частину мажоритарників на користь колег по опозиції. – [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Віталія Кличка „Удар”. – Режим доступа: <http://klichko.org/ua/news/news/partiya-udar-znyala-chastinu-mazhoritarnikov-na-korist-koleg-po-opozitsiyi> – 2012. – 14.10.
4. Преамбула. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Віталія Кличка „Удар”. – Режим доступа: <http://klichko.org/ua/about/programma/preambula>.

© *Ляшенко Д. М.*

5. Незалежність – це влада, власність та гідність нації на своїй, Богом даній, землі» - [Електронний ресурс] // Сайт ВО «СВОБОДА». – Режим доступу: <http://www.svoboda.org.ua/diyalnist/novyny/032107/>. – 2012. – 25.08
6. Програма КПУ [Електронний документ] // Офіційний сайт Комуністичної партії України. – Режим доступу: <http://www.kpu.ua/programma KPU/?lang=uk>
7. Парламент і парламентські вибори в Україні 2012 року: політична ситуація, суспільні настрої та очікування (Аналітична доповідь Центру Разумкова) // Національна безпека та оборона. – 2012. – № 7-8. – С. 2-80.
8. Ідеологічне позиціонування політичних партій в Україні / Укр. незалеж. центр політ. дослідж. : С. Г. Конончук, О. А. Ярош. – К. : Агентство «Україна», 2013. – 52 с.
9. Хантингтон С. Политический порядок в меняющихся обществах / С. Хантингтон. – М. : Прогресс - Традиция, 2004. – 480 с.
10. Кукуруз О. В. Політична опозиція в Україні та Польщі: порівняльний аналіз : [монографія] / Кукуруз О. В. – К. : Наукова думка, 2010. – 200 с.
11. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития / Рональд Инглхарт, Кристиан Вельцель. – М.: Новое издательство, 2011. – 464 с.
12. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням 51 народного депутата України щодо відповідності Конституції України (конституційності) частини п'ятої статті 52, абзацу другого частини десятої статті 98, частини третьої статті 99 Закону України „Про вибори народних депутатів України“ (справа про висунання кандидатів у народні депутати України за змішаної виборчої системи)// Вісник Конституційного суду України. – 2012. – № 3. – С. 35.

Ляшенко Д.Н. – аспірант кафедри філософії та методології науки Одеського національного політехнічного університета

УДК: 168.5

ТЕОРИЯ СИСТЕМ, СЕМИОТИКА ТА МЕТОДОЛОГІЧНА СПЕЦИФІКА ГУМАНІТАРНИХ НАУК

На прикладі зіставлення деяких аспектів теорії систем та семіотики показано, що гуманітарні науки відрізняються від природничих наук не стільки по предмету дослідження скільки по методологічним передумовам. Для семіотики, у цілому, на відміну від теорії систем, важливо не тільки те що і як досліджується, але й те хто і як проводить дослідження. Тобто, у синтаксичному та семантичному аспектах семіотика та теорія систем відповідні одне одному, але вони не відповідні у прагматичному аспекті. Можна припустити, що у подібних відношеннях знаходяться природничі та гуманітарні науки.

Ключові слова: семіотика, теорія систем, семантика, синтаксис, прагматика, гуманітарні науки, природничі науки.

ТЕОРИЯ СИСТЕМ, СЕМИОТИКА И МЕТОДОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

На примере сравнения некоторых аспектов теории систем и семиотики показано, что гуманитарные науки отличаются от естественных наук не столько по предмету исследования, сколько по методологическим предпосылкам. Для семиотики, в ее полноте, в отличие от теории систем, важно не только то что и как изучается, но и то кто и как проводит исследование. То есть по синтаксическим и семантическим аспектам семиотика и теория систем относительно сопоставимы друг с другом, но они несопоставимы по прагматическим аспектам. Можно предположить, что такие отношения наличествуют между естественными и гуманитарными науками.

Ключевые слова: семиотика, теория систем, семантика, синтактика, прагматика, гуманитарные науки, естественные науки.