

16. Хайдеггер М. Бытие и время / М. Хайдеггер; пер. с нем. В. В. Бибихина. [3-е изд.]. –СПб. : Наука, 2006. – 452 с. – (Серия «Слово о сущем»).

РЕЗЮМЕ

А. Залужная. Смыслотворческий потенциал феноменологической методологии в исследовании моральных и эстетических феноменов человеческого бытия.

В статье проанализировано влияние классической феноменологии на онтологическую и экзистенциально-антропологическую переориентацию философии XX в. В контексте “смыслоконституирования сознания” Э.Гуссерля, “фундаментальной онтологии” М.Хайдеггера, “феноменологии восприятия” Мерло-Понти и “феноменологии воображения” Ж.-П. Сартра отслежено эвристический потенциал феноменологически-экзистенциальной методологии для исследования морально-эстетических феноменов духовного бытия человека.

Ключевые слова: феноменология, сознание, бытие.

SUMMARY

A. Zaluzhna. Notionally-creative Potential of Phenomenological Methodology for the Research of Moral and Aesthetic Phenomena of Humans' Being.

The article deals with the analysis of influence of classical phenomenology on ontological and existentially-anthropological reorientation of philosophy of the XX-th century. Heuristic potential of phenomenologically-existential methodology for the research of moral and aesthetic phenomena of spiritual humans' being in the context of E. Husserl's “constitutionalization of consciousness”, M. Heidegger's “fundamental ontology”, Merleau-Ponty's “phenomenology of perception” and J.-P. Sartre's “phenomenology of imagination” is observed.

Key words: phenomenology, consciousness, existence.

УДК 340.12

Ю. М. Коротченко

Таврийский национальный университет
им. В. И. Вернадского

ОЦЕНОЧНАЯ КОМПОНЕНТА ЛОЖНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ

В статье показывается, что ложность неоднородна, рассматривается специфика обмана как сообщения, которое намеренно скрывает истину и имеет явно оценочный характер. Эксплицируется многоуровневая структура коммуникации на основе ложных оценочных сообщений.

Ключевые слова: ложь, обман, оценка, коммуникация.

Цель: выявить оценочную составляющую ложных высказываний.

Новизна: рассмотрение обмана как разновидности ложного сообщения в структуре оценочного высказывания.

Объект: ложные высказывания.

Предмет: оценочная компонента ложных высказываний.

Актуальность. Изучение неправдивых, ложных сообщений является сегодня актуальным вследствие широкого их распространения в сфере социальной коммуникации. Создание текстов, в которых сочетаются очевидные истины, вероятностные прогнозы, непосредственно не проверяемые интерпретации прошлого, является неотъемлемой составляющей рекламных, политических и иных коммуникационных технологий в современном обществе. Особую актуальность проблема разграничения истины, лжи и их разновидностей в такого рода комплексном сообщении приобретает в трансформационном, заведомо конфликтном социуме, в котором столкновение противоречивых оценок может вызвать критические последствия. Теоретический же аспект актуальности данной проблематики состоит в необходимости дифференцировать содержательно разные термины лжи и обмана, выявлении коммуникативных механизмов достижения эффекта обмана и экспликации оценочной составляющей обмана.

Постановка и степень разработанности проблемы.

Интуитивно кажется ясным, что такое ложь. Но все ли ложные сообщения одинаковы? Например, есть ли разница между высказываниями «Волга впадает в Тихий океан» и «Если бы не гений Сталина, СССР не выиграл бы войну с фашистской Германией», «дважды два – восемь» и «Вступайте в нашу торговую сеть, платите взнос и станете миллионером»? Одинаковы ли здесь механизмы выявления ложности, степень выраженности субъективной составляющей смысла, наконец, сферы реализации последствий того, что в эту ложь поверят?

Для нас представляет интерес рассмотреть такую разновидность ложных сообщений, которая влияет на формирование оценки их адресатами содержания этих сообщений и, таким образом, навязывает некоторые перспективы поведения адресатов, делая его в известной степени предсказуемым для адресанта.

В естественных языках присутствуют несколько имен для явлений, противопоставляемых истине. Самое распространенное из употребляемых рядом со словом «ложь» – слово «обман» (например, в английском «ложь» – «lie», «обман» - «fraud»). Предполагаются, в случае различия имен, различия смысловых оттенков. Однако часто эти слова рассматриваются как синонимы, а иногда и как тождественные. В «Новом французско-русском и русско-французском словаре «tromperie» и «mensonge» даны как эквиваленты и лжи, и обмана [7, 184, 261, 437, 475]. Расходятся они только в случае перевода с русского на французский слова «обман» (только «mensonge») [7, 475]. Очевидно, что в обыденной речи различие носит стихийный, случайный характер. Так, в словаре В. Даля находим: «ЛОЖЬ, см. лгать... ЛГАТЬ...врать, говорить или писать ложь, неправду, противное истине... обман; – слух, неосновательная, неправая молва... мошенничество, подлог...

[1, 241]. «**ОБМАНЫВАТЬ**, *обмануть* кого, *обманить* сев. лгать, словом или делом, вводит кого в заблуждение, уверяет в небыти, облыжничать, притворяться, принимать или подавать ложный вид; провести кого, надуть, обмишулить, объехать на кривых; плутовать, мошенничать... *Обман*, всякое ложное, облыжное действие или дело; ложь, выдаваемая за истину; хитрость, лукавство, двуличность; отвод, подлог, личина...» [7, 599–600]. В этом источнике ложь и обман рассматриваются как синонимы в статье «Ложь» (через запятую), однако, в статье «Обманывать» (отдельно об обмане не говорится) появляется слово «обман» как намеренное действие. В целом статья «Обманывать» пестрит, безусловно, отрицательными оценочными маркерами (хитрость, лукавство, двуличность; отвод, подлог, личина и пр.). Тем не менее, присутствует совпадение лжи и обмана (обман – всякое ложное действие, ложный – скрывающий обман).

В другом классическом словаре (С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой) обнаруживаем: «**ЛОЖЬ**, лжи, ж. Намеренное искажение истины, неправда, обман» [5, 331]. «**ОБМАН**, -а, м. **1.** см. обмануть. **2.** То же, что ложь. *На обмане далеко не уедешь* (посл.). *Пойти на о.* (решиться солгать). **3.** Ложное представление о чем-н., заблуждение...». [там же, 431]. «**ОБМАНУТЬ**, -ану, -анешь; -анутый; сов. **1.** кого-что. Ввести в заблуждение, сказать неправду; поступить недобросовестно по отношению к кому-н. **2.** кого-что. Нарушить обещание... **3.** кого-что. Не оправдать чьих-н. ожиданий, предположений... **4.** кого-что. Недодать при расчете или обвесить (разг.)...» [там же, 431]. В приведенном фрагменте также отслеживается прямое отождествление интересующих нас терминов, несмотря на присутствие в статье по обману негативных оценочных маркеров (недобросовестно поступить, не оправдать ожиданий и т. п.). Кроме того, ложь непосредственно определяется только как намеренное искажение истины. Тогда не ясно, например, как квалифицировать безоценочное знание, не соответствующее реальности по причине простой (а не намеренной) недостаточности информации у субъекта (хрестоматийный пример: утверждение о неделимости атома до момента открытия его делимости), когда истина искажена, но не намеренно. Итак, анализ естественных рассуждений свидетельствует о синкретичности в употреблении слов «ложь» и «обман», что, в свою очередь, не позволяет выделить в отдельный класс ошибочные высказывания – ненамеренно ложные. Это же обстоятельство не дает возможности специфицировать термин «обман» как намеренную ложь. Естественный язык, таким образом, может служить лишь полем обнаружения, но не инструментом анализа соответствующих имен.

Контексты, в которых возможны ложные сообщения, разнообразны. Приведем примеры. Иллюзия восприятия (искаженный образ); в науке ошибки («атом неделим»); в обыденной жизни: заблуждения, клевета, ложные слухи; в искусстве: мистификации (выдуманные авторы, тексты, написанные якобы в древности), подделки подлинников; в фотографии –

фотошоп улучшить или ухудшить любой оригинал; Интернет-обманы (предложение купить программу, генерирующую код веб-мани карты за 10 дол., пополняющую карту сразу на 100) ложные сообщения в правовой сфере: ложные показания, сфабрикованные обвинения; в медицине: симуляция симптомов заболевания, ложный диагноз; в экономике: предложения участвовать в финансовых пирамидах, расплата фальшивыми деньгами, ложная информация на этикетках товаров (состав продукта, материал изготовления непродовольственных товаров); в сфере социально-политической коммуникации ложные сообщения присутствуют как структурные составляющие политических мифов, как предвыборные ложные обещания (потенциальная ложь) политиков. К дисциплинам, изучающим собственно ложь, относятся лингвистика, семиотика и теория коммуникации, психология, логика, социально-политические науки и др. При этом относительно автономными являются лишь логические исследования, большая же часть носит интегративный характер.

Логику лжи интересует как элемент метаязыка, как значение семантической функции приписывания, противоположной истине, в двузначных системах – противоречащее ей (неистина). Например, определение А. Ивина: «Высказывание считается *истинным*, если даваемое им описание соответствует реальной ситуации, и *ложным*, если не соответствует ей» [2]. Ложь, таким образом, в логике сама является оценкой. Но свойство ложного сообщения для кого-то по каким-то причинам на какое-то время (иногда навсегда) становится истинным и формировать оценку содержания сообщения не как истинного или ложного, а как чего-то хорошего или плохого, связанного со счастьем (или дарящего на него надежду) или несчастьем (или лишаящим такой надежды), логической семантикой не эксплицируется. Трудно себе вообразить эпистемическую логику с оператором «субъект верит», определяемым как «субъект верит, если и только если его обманывают или не обманывают». Истинность и ложность в контексте проблемы оценочности определяются только как значения описательных, противопоставляемых оценочным, высказываний: «*Оценочное высказывание не является ни истинным, ни ложным*. Истина характеризует отношение между описательным высказыванием и действительностью; оценки не являются описаниями. Они могут характеризоваться как **целесообразные, эффективные, разумные, обоснованные** и т. п., но не как истинные или ложные. Споры по поводу приложимости к оценочному высказыванию терминов «истинно» и «ложно» во многом связаны с распространенностью двойственных, описательно-оценочных выражений, которые в одних ситуациях функционируют как описания, а в других – как оценки» [2]. Однако такая оппозиция оценочности/дескриптивности, на наш взгляд, связана с пониманием структуры оценочного высказывания только как содержащего

оценочный компонент. Это, в свою очередь, не позволяет применить результаты логического анализа ложности к эвалюативным контекстам.

Спецификой психологического подхода к феномену лжи является акцентирование внимания на жестах, мимике, интонации, сопровождающих ложь. Это, в свою очередь, означает, что психология, как и лингвистика, изучает речевые формы лжи, причем артикулируемые актуально, здесь и сейчас; результаты таких исследований широко применяются в криминалистике, менеджменте, педагогике [9]. При этом такие формы лжи, как политический миф или историческая фальсификация остаются вне поля изучения.

Была задана комплексная структура оценочного высказывания как содержащая информационную, интерпретируемую на некую денотативную область, и субъективную, выражающую, явно или имплицитно, позитивное или негативное отношение субъекта к миру, компоненты: «можно предложить стандарт оценочных высказываний в виде структуры: $|v; f|$, где v – субъективно-эвалюативная, а f – фактическая подструктуры оценочного высказывания» [4, 176]. Очевидно, что все попытки манипуляций с субъективными оценками адресата связаны с усилением или ослаблением той или иной стороны оценочных суждений.

Представляется, что ложным является такое сообщение, содержание которого не соответствует реальности (искажает, противоречит проверенным и закрепленным в документах, например, данным). Если сделать такое сообщение средством выражения и навязывания оценки, то, очевидно, фактическая сторона окажется предельно минимизированной и полностью подчиниться эвалюативной. В этом классе, в свою очередь, можно выделить, по крайней мере, следующие подклассы. Один из них включает оценочные высказывания, в которых вырожденность фактической стороны оправдана, более того, имеет непреходящую важность для человечества. Имеются в виду суждения гуманитарного дискурса и сообщения, порожденные культурой. Реальность культуры – это реальность воображения, представления, ее тексты принципиально не сводятся к области денотатов и являются самоценными. С категорией оценки, как известно, связывает эту специфику сообщений культуры Г. Риккерт: «Явления культуры должны быть рассматриваемы... по отношению к оценивающему их психическому существу» и далее: «в явлениях культуры, представляющих собою блага, всегда должна участвовать оценка, а потому вместе с ней и духовная жизнь» [8]. То, что принято называть гуманитарными науками Г. Риккерт как раз и называет науками о культуре. Трудно себе представить предложение «Хорошо, что сила тока измеряется амперметром» и при этом совершенно «естественным» выглядит высказывание: «"Братья Карамазовы" – хороший роман».

Еще одна разновидность оценочного высказывания с эвалюативной доминантой – ошибка (ненамеренная ложь). Однако среди оценочных высказываний с вырожденной фактической компонентой есть такие, в которых это вырождение носит умышленный характер, т. е., реально-фактическая сторона есть, кому-то известна и намеренно скрывается. Именно так можно охарактеризовать обман, столь красочно описанный, в отличие от лжи, в приведенных выше статьях из толковых словарей. Здесь также наличествует некоторая дифференциация, носящая, впрочем, относительный характер. Есть случаи, когда вместо содержательной составляющей в высказывание подставляется или полностью, или частично не соответствующая фактам информация, которой явно или неявно придается оценочный характер (например, приписки в отчетах). С другой стороны, есть оценочные высказывания, в которых информативная сторона не то чтобы нивелируется в той или иной степени, но «откладывается на будущее». То есть денотаты используемых имен якобы должны возникнуть (предсказания конца света, наступления коммунизма, эры процветания в случае избрания того или иного претендента на какой-либо пост и пр.). В первом случае речь идет об обмане актуальном, во втором – о заведомо ложных обещаниях, которые можно охарактеризовать как потенциальный обман. И в том, и в другом прецеденте должна создаваться видимость правды – полного представления фактической стороны в структуре оценочного суждения, иллюзия адекватности навязываемой оценки. Очевидно, что обман предполагает наличие адресанта (сообщающего ложь), адресата («жертву обмана»), средства обмана (знаковый ряд – в нашем случае – оценочное суждение). Перечисленные компоненты свидетельствуют о принадлежности обмана, как особой разновидности ложного сообщения, сфере коммуникации и позволяют трактовать его как средство целенаправленного воздействия на сознание и поведение адресата. Достаточно полно механизмы такой манипуляции освещаются в политологической литературе, посвященной анализу политического мифа. Так, в обширном исследовании С. Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием» приводится пример своеобразного оценочного смещения, используемого в СМИ США во время вьетнамской войны: «Из языка были исключены все слова, вызывающие **отрицательные** (выделено нами – Ю. К.) ассоциации: *война, наступление, оружие по уничтожению живой силы*. Вместо них были введены слова нейтральные: *конфликт, операция, устройство...* Мертвые зоны, в которых диоксинами была уничтожена растительность, назывались «санитарными кордонами», напалм – «мягким зарядом», самые обычные концлагеря – «стратегическими селениями» и т. д. [3]. За счет нейтрализации негативной оценки формировалось и соответствующее отношение общества (значительной

его части) к объекту оценивания. Таким образом, становится ясным, что природа такой оценки – исключительно коммуникативная, знаковая. Для адресанта, по крайней мере, важно, чтобы она была именно такой, а не основывалась на реальном положении дел.

Покажем, в чем особенности коммуникационного механизма выработки оценки на основе ложного сообщения, принимая во внимание двойственную структуру оценочного суждения. Известны несколько моделей коммуникации – одной из первых была модель Р. Якобсона, затем появилась существенно развившая идеи Р. Якобсона модель Ю. М. Лотмана, ряд других. Так, известный исследователь коммуникативных процессов Г. Г. Почепцов, обобщая известные модели, представляет обобщенную схему коммуникации в публичных выступлениях, рекламе и пропаганде [6, 39] :



Однако на этой схеме не заданы поля интерпретации сообщения целевой аудиторией и, что самое важное, структура ложного сообщения, исходящего от адресанта. Ведь обман является таковым только для адресата, адресант же знает истину и намеренно ее искажает. Таким образом, для адресанта есть как бы два сообщения: явное, искажающее реальность, и скрытое, которое не должен знать адресат и которое составляет истину. То есть так называемая целевая аудитория должна обладать минимальной, а лучше нулевой, информацией о том, что сообщается. Это создает невозможность полной верификации информации. Тогда можно выйти из рациональной сферы в иррациональную, в сферу чувств, а именно – доверия и надежды. Теперь обратимся к собственно эвалюативной составляющей сообщения. Со стороны адресанта навязываются определенные желаемые оценки. При этом адресат уже обладает спектром оценок, составляющих его отношение к содержанию высказывания. Эти оценки могут полностью совпадать с желаемыми, полностью не совпадать с ними, совпадать частично. Задача адресанта: в двух последних случаях – откорректировать наличествующие у адресата оценки в сторону желаемых совпадений, а в первом – не изменить и закрепить. Идеально для адресанта достижение полного соответствия оценок адресата преследуемым, в конечном счете, отправителем сообщения интересам. Итак, в «обманной коммуникации» всегда присутствуют скрытые интересы адресанта, явное сообщение, искажающее реальное положение дел (актуально или в перспективе), и оценка, навязываемая адресату (негативная – не поверит, будет плохо, поверит – очень хорошо). Отметим, что, в

отличие от истинных сообщений, «обманные», в особенности адресуемые к массовому сознанию, нуждаются в особом семиотическом антураже. Имеются в виду аудио-визуально-имиджевые и т. п. суггестивной направленности эффекты. Проще говоря, чтобы впечатлило и запомнилось, какое-то время (чем дольше, тем лучше) воспроизводилось в представлениях и т. д. (например, яркая упаковка товара).

На основании проведенного анализа особенностей ложного сообщения приходим к следующим **выводам**. Ложность – неоднородна. Среди всего разнообразия выделяемы сообщения, намеренно скрывающие истину. Именно они представляют собой средство манипулирования сознанием и поведением адресата. Такие сообщения носят выражено оценочный характер в силу своей побудительной интенции, влияют на формирование субъективного, иррационального по своей природе, эмоционально окрашенного отношения к содержанию сообщения, в отличие от, например, научных заблуждений или ошибок, и могут быть охарактеризованы как обман. В структуре такого сообщения оценочная сторона превалирует над информационной, последняя же или в принципе не проверяема (когда сообщение содержит пустые имена), или проверяема частично, или только в будущем, в то время как оценка формируется уже в процессе непосредственного восприятия сообщения.

Дальнейшее изучение ложных сообщений с функцией оценки может пойти по пути детализации механизмов их выработки в различных сферах коммуникации и изучения их конкретных форм.

ЛИТЕРАТУРА

1. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: Т. 1–4. / В. И. Даль. – М. : Рус.яз., 1989. – Т. 2: И – О. – 779 с.: ил.
2. Ивин А. А. Логика: учебник для гуманитарных факультетов. [Электронный ресурс] / А. А. Ивин. – Режим доступа : <http://psylib.org.ua> – психологическая библиотека Киевского Фонда содействия развитию психологической культуры.
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием [Электронный ресурс] / С. Г. Кара-Мурза. – Режим доступа : http://www.kara-murza.ru/books/manipul/manipul_content.html
4. Коротченко Ю. М. Логический стандарт оценочных рассуждений / Ю. М. Коротченко // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского. Серия: «Философия. Социология». – Симферополь, 2008. – № 60. – С. 173–177.
5. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю Шведова. [4-е изд., доп.] – М. : ООО «ИТИ Технологии», 2003. – 944 с.
6. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2006. – 656 с.
7. Раевская О. В. Новый французско-русский и русско-французский словарь / О. В. Раевская. – М. : Астрель : АСТ, 2007. – 639 с.
8. Риккерт Г. Науки о природе и науки о культуре [Электронный ресурс] / Г. Риккерт. – Режим доступа : http://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/rikk/nauk_pr.php.

9. Шаховский В. И. Человек, лгущий в реальной и художественной коммуникации / В. И. Шаховский // Человек в коммуникации: аспекты исследования. – Волгоград, 2005. – С. 173–204; Ленец А. В. Современная трактовка передачи ложной информации в фундаментальных науках как фактор становления научного направления – лингвистика лжи / А. В. Ленец // Научная мысль Кавказа: научный и общественно-теоретический журнал. – Ростов-на-Дону : Изд-во СКНЦ ВШ, 2006. – Приложение № 15 (99). – С. 32–42.

РЕЗЮМЕ

Ю. М. Коротченко. Оцінювальна компонента хибних висловлювань.

У статті показано, що хибність є неоднорідною, розглядається специфіка омани як повідомлення, яке навмисно приховує істину і має явно оцінювальний характер. Експлікована багаторівнева структура комунікації на основі хибних оцінювальних повідомлень.

Ключові слова: хибна, омана, оцінка, комунікація.

SUMMARY

Y. M. Korotchenko. An evaluative component of false propositions

It is researched in the article the specifics of fraud as evaluative species of false messages. Multilevel structure of communication based on false evaluative messages is explicated.

Key words: false, fraud, evaluation, communication.