

С. Д. Илиев

(София Болгария)

О коммуникативной логике

Цель коммуникативной логики - дать семантику предложений, содержащих термины коммуникации, таких как: «А сказал Б, что С », «А понял, что Б обманул о С». Общий вид таких высказываний А сказал Б, о С, на канале Д, с эффектом С» предложил Г. Лассвелл.

1. Возможно использовать подход интенциональных логик, прежде всего, логики восприятия на базе работ Хинтикки о возможных мирах. Последняя рассматривает предложения типа «А видит (слышит, ...) Б», А кажется, что Б есть F», «А видится Б, но это - иллюзия», «А слышит что «Б сказал С»», близкими к коммуникативным, или являющимися их модулями. Источником коммуникации может служить результат процесса восприятия факта. Сообщение, направленное адресату, воспринимается им с использованием сенсоров, следовательно, может быть рассмотрено в терминах восприятия.

...Рассмотрение фактологического пространства как коммуникативного, что имеет место в логике восприятия, ограничивает описание особенностей коммуникации (и восприятия). В этой логике предпочитают использовать термины для объектов, акцентирующие их отличия от самого факта - коды, данные, значения, символы, сообщения, информации, образ, икона и т.д. Важны для коммуникации и аспекты, не сводящиеся прямо к фактам, такие как цель, усиление, адресованность, интертекстуальность, связанные с субъектами коммуникации.

2. Связь фактологического и личностного аспектов восприятия рассмотрена в буддистской логике восприятия. Согласно Дхармакирти, объект восприятия есть единичный объект, имеющий единичную сущность, акт его восприятия - единичный момент, а результат его восприятия есть понятие об объекте, полученное в результате синтетической деятельности (схематизм) цепи моментов в сознании. Т.е. при анализе восприятия к фактологическому пространству присоединяется схематизм. Такой подход позволяет сравнить восприятие, источником которого является единичный объект, и при наличии понятия об объекте, что представляет интерес для коммуникативной логики. Независимо от

того, что в обоих случаях результатом является «понятие о объекте», в первом случае органы восприятия направлены к объекту, обладающему единичной сущностью (что является критерием истинности), во втором – не имеющей таковой. Но, в обоих случаях процесс восприятия протекает по одинаковой цепочке и с использованием существующего для него схематизма.

...3. Проблема включения схематизма в моделирование процесса человеческого восприятия и коммуникации родственно известной проблеме схематизма познания и мышления. Исходя из существующей естественнонаучной традиции описания объектов в фазовом пространстве и опыта исследования операций по моделированию действий субъектов, мы предложили¹ в качестве базовых элементов при конструировании логических предложений физические переменные и функции, определяющие поведение субъектов во времени. Указанные функции являются операторами, отграничивающими для активного элемента объекты в фазовом пространстве, поэтому они сродни схематизму, который как связанный с объединением моментов, не является множеством элементов событийного континуума. По отношению к объектам эти функции проявляются через их качества, свойства, а к активным элементам - через их цели (как термин в исследовании операций, они определяют целевой аспект восприятия, описывают его активность). Объекты, таким образом, являются связанными как с точками пространственно-временного континуума, так и с функцией, определяющей поведение активных элементов.

Чтобы быть объектом восприятия, недостаточно быть множеством в пространственно-временном континууме, необходимо еще являться переменной хотя бы в одной из характеризующих систему функций. Если данный объект (в частности факт), влияет на функцию, характерную для некоего субъекта, то знание об этом объекте является информацией для указанного субъекта, это важно для понимания того понятия, которое способно быть коммуникативным сообщением. Коммуникативный объект является многокомпонентным образованием, в котором фактологические факторы представлены так, чтобы активизировать определенные целевые факторы, и сгруппированы таким образом, чтобы обособить объект, что проявляется и в поэтическом образе, символе, в мифологеме и т.д. При коммуникации передается не только фактологический, но

¹ Илиев, С. Логические структуры в сложных системах, *Вестник международного института А. Богданова*, 6, 2001; www.bogdinst.ru/HTML/Resources/Bulletin/6/Илиев.htm; Илиев С.Д. О сложносистемной логике // Современная логика: Проблемы теории, истории и применения в науке. Материалы VII Общероссийской научной конференции. СПб., 2002, 449-451.

и целевой аспект. Получатель воспринимает только ту часть, которая связана с его собственной целевой системой. Указание этого важно для понимания объекта коммуникации, поскольку для достижения своих целей источник сообщения стремится передать информацию как факт, и ему нужно, чтобы воспринимающий воспринял факт как информацию. Коммуникация зависит от функций (целей), свойственных тому, кто передает информацию и тому, кто ее воспринимает (получает). Очевидно, что сообщение воздействует на целевую систему получателя. Отсюда ясно следует, насколько опасной является тенденция СМК при активном воздействии на целевую систему коммуникаторов, формировать цели, менять коллективные и индивидуальные целевых функции, и тем самым, - их познавательные характеристике, не оставляя возможным их проверку на истинность самими коммуникаторами. Истинность предложения определяется через анализ действия объекта на функции, характеризующие систему (в частности это способность максимизировать определенную функцию, критерий используемый в игровых логиках).