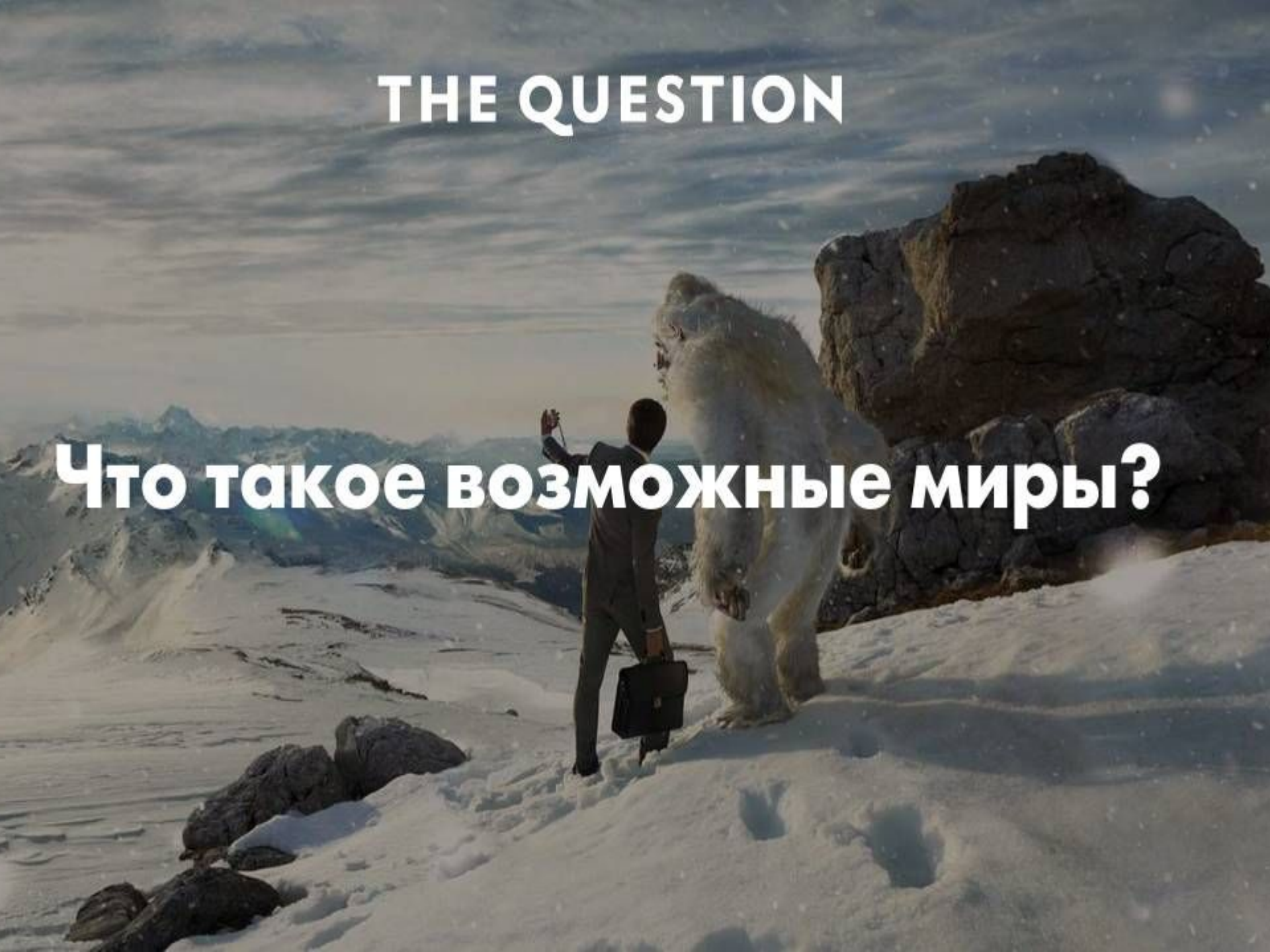
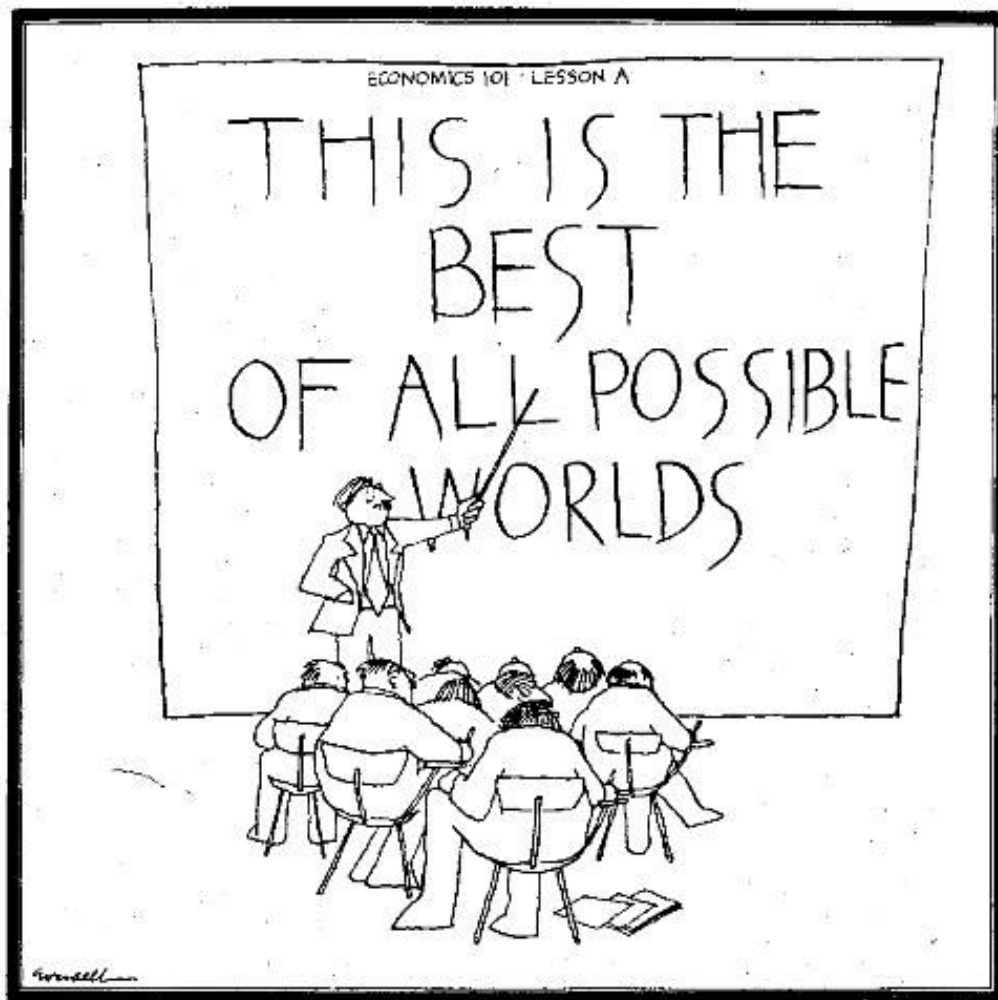


THE QUESTION

Что такое возможные миры?



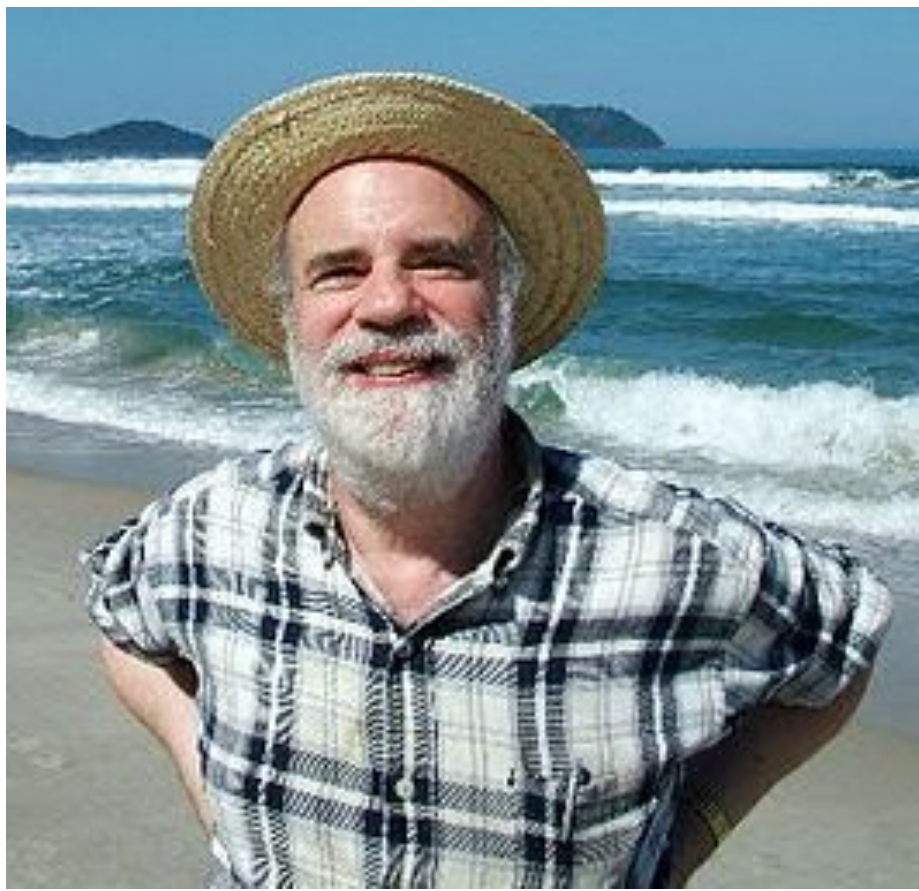


По Г.В.
Лейбницу,
возможные миры
– это набор
альтернатив, из
которых
Создатель
делает свой
выбор.

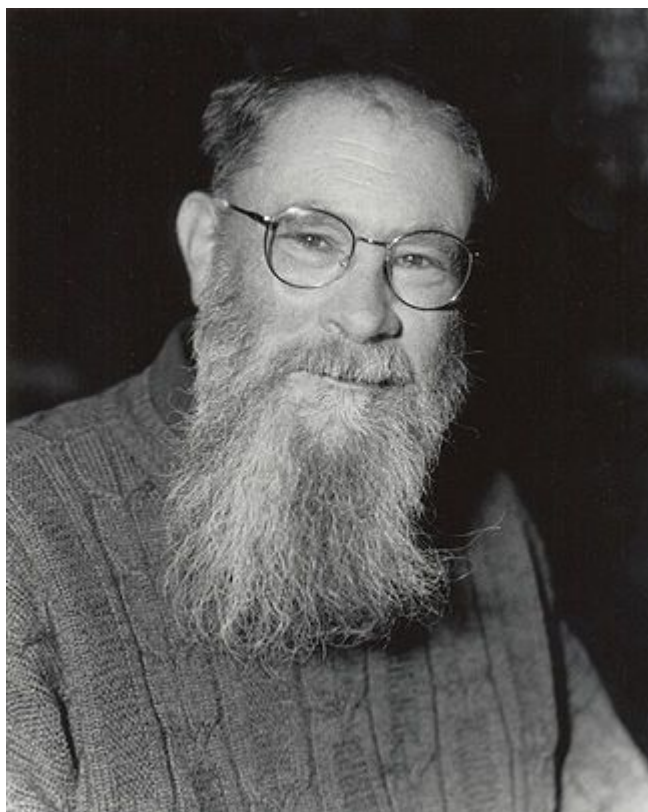
**EXPLAINS EVERYTHING IN TERMS OF POSSIBLE
WORLDS**

**COULDN'T TELL YOU WHO
LEIBNIZ IS**

В понимании С. Крипке *возможные миры* – некие абстрактные (существующие лишь ментально) понятия, необходимые для интерпретации закономерностей реального мира.



Д. Льюис в русле предложенной им гипотезы модального реализма признавал равное право на реальность за каждым из ВОЗМОЖНЫХ миров.



Я. Хинтиikka рассматривает *возможные миры* как вероятное положение дел в отношении субъекта реального мира, проецирующего свое «Я» в иные мыслительные

П



THE OPTIMIST
THINKS THIS IS
THE BEST OF ALL
POSSIBLE WORLDS.
THE PESSIMIST
FEARS IT IS TRUE.

J. ROBERT OPPENHEIMER

- *Логическая семантика* – раздел логической науки, в котором изучают отношения выражений языка к обозначаемым объектам и выражаемому содержанию.
- *Интенционал* – термин семантики, обозначающий содержание понятия, то есть совокупность мыслимых признаков обозначаемого понятием предмета или явления.
- *Экстенционал* – термин семантики, обозначающий объём понятия, то есть множество объектов, способных именоваться данной языковой единицей (категорией).

Союзы
(альтерна
тива)

Сослагате
льное
наклонен
ие

Основные
способы
выражения
возможных
миров

Модаль
ные
слова

Повелите
льное
наклонен
ие



Текст, существуя в «реальном», действительном положении дел, может создавать иное – ирреальное, тем самым являясь гранью между двумя мирами.



- I made a
new friend today.

- Real or imaginary?

- **Imaginary.**

Понятие
«воображаемое»
вопреки
убеждениям стоит
не в оппозиции,
но в одном ряду с
понятием
«реальное».



Donnie Darko
dir. Richard Kelly
2001

Идеальный мир нашей эпохи – обладание богатством (чрезмерное), властью, имиджем. То, каким тебя видит общество, намного важнее, чем твоя истинная натура, истинное

ел.



Рекламный текст – особое пространство между «ложью» и «истиной». Очевидно, что изображаемая действительность не существует в объективной действительности реципиента. Однако, как правило, она является возможно достижимой (это увеличивает эффективность рекламы и степень её воздействия на покупателя).



Спасибо за внимание

Possible
Worlds

