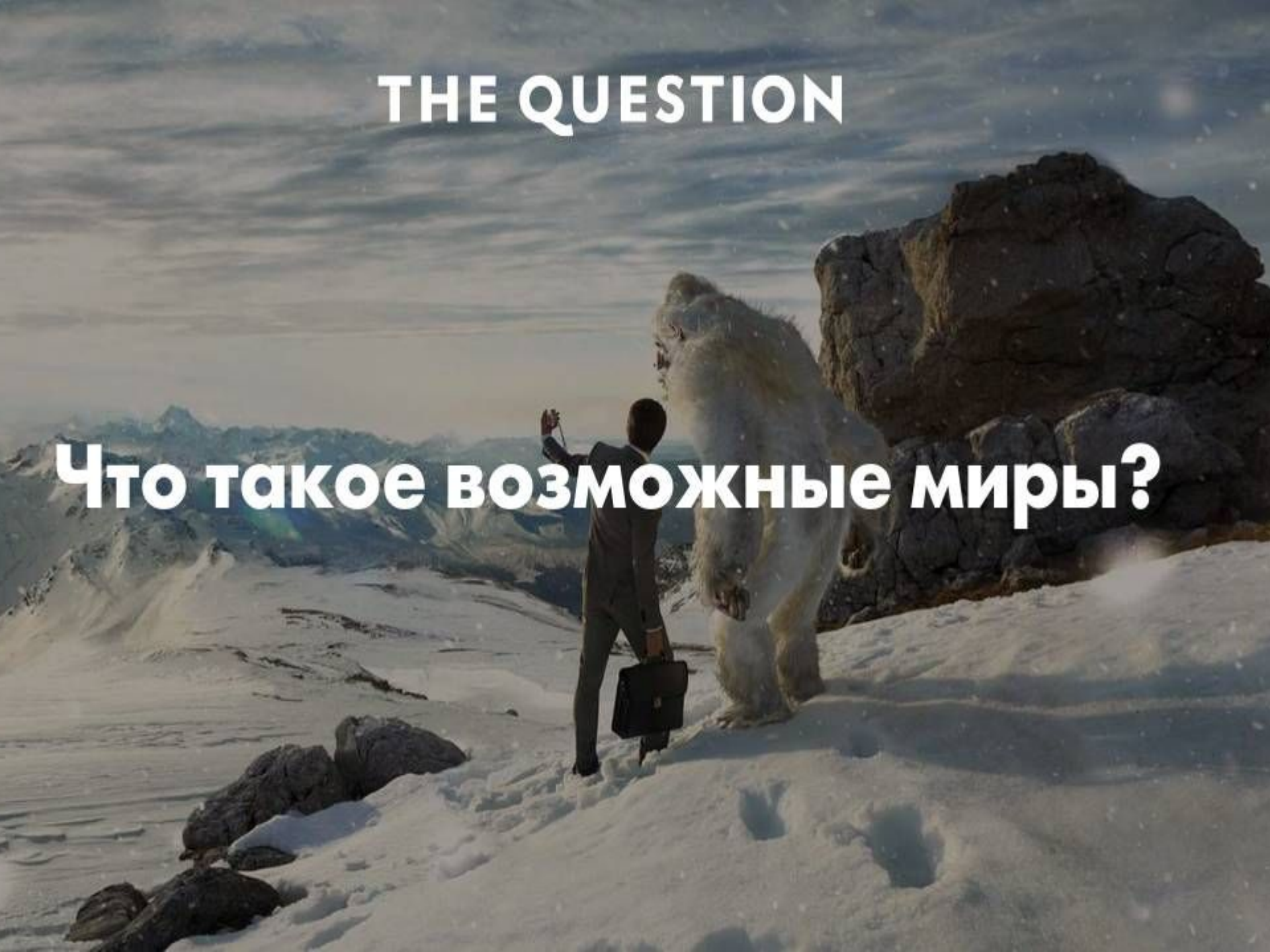
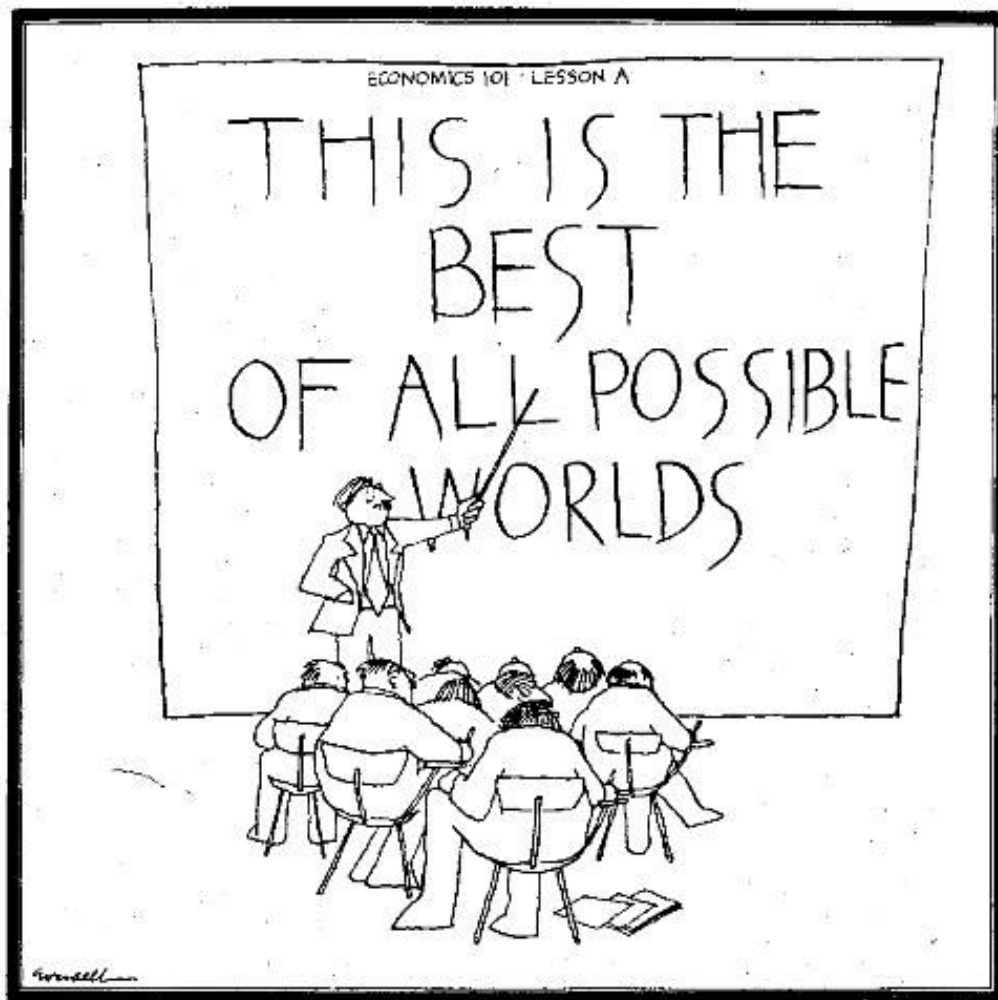


# THE QUESTION

**Что такое возможные миры?**



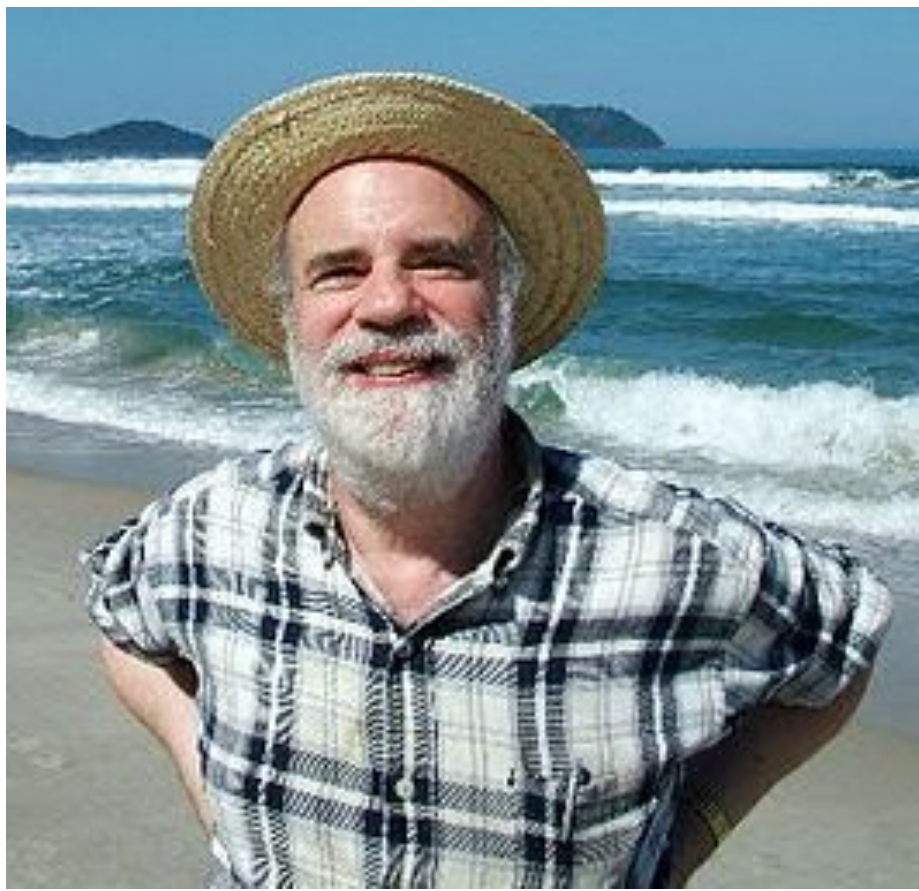


По Г.В.  
Лейбницу,  
*возможные миры*  
– это набор  
альтернатив, из  
которых  
Создатель  
делает свой  
выбор.

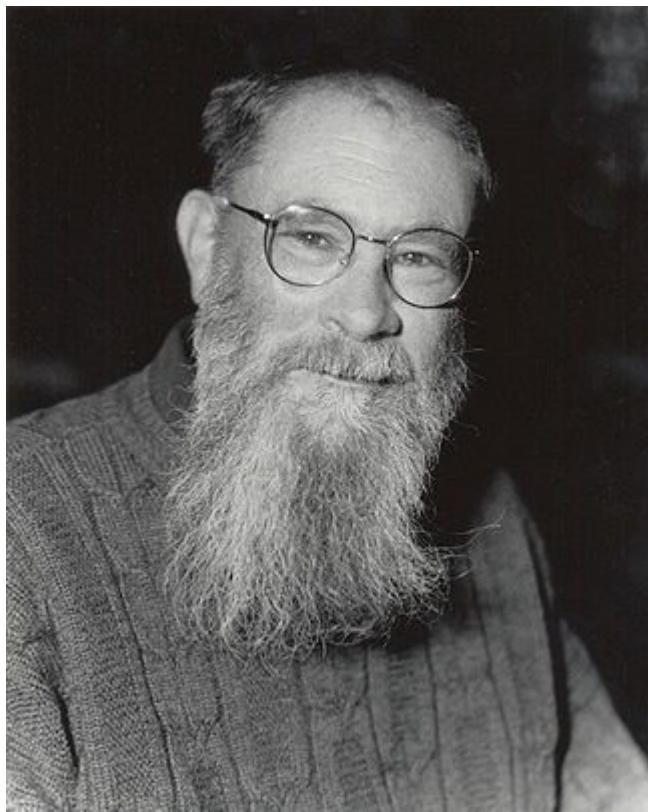
**EXPLAINS EVERYTHING IN TERMS OF POSSIBLE  
WORLDS**

**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).





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

