

The “virtual” word of the artist and its functional aspect

As the result of the general cultural transformations that happened at the end of XX – beginning of XXI century, the general direction of artistic processes is changing, as well as the personal word of the artist, which is most fully represented in the diary entries. Systematizing the texts of contemporary artists by the method of objectification allows distinguishing three types of diary narration: classical, virtual and mixed. The emphasis is on the functional differences, which are based on the shift of the composition and style and ontological structure of the genre.

Key words: *virtual, classical, diary, artist, dematerialization, self-presentation.*

(Статья поступила в редакцию 05.03.2018)

Е. В. ХАРЧЕНКО
(Челябинск)
НИН ХУАЙ ИН
(Тяньцзинь, Китай)

ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ БИЗНЕС- КОММУНИКАЦИИ (на примере переговоров по «Скайпу»)

Рассматриваются различные подходы к изучению коммуникации, сопоставляются понятия «межкультурная коммуникация» и «бизнес-коммуникация», на основе теории психолингвистики анализируется бизнес-коммуникация между представителями русской и китайской лингвокультур посредством «Скайпа». Делаются выводы о том, что помогает и что мешает эффективной межкультурной бизнес-коммуникации.

Ключевые слова: *теория языка, психолингвистика, межкультурная коммуникация, бизнес-коммуникация, модели коммуникации.*

Актуальность данного исследования не вызывает сомнения, поскольку развивающиеся торговые связи между китайскими и русскими предпринимателями во многом зависят от

качества коммуникации. Очень часто неправильно понятое коммуникативное поведение партнера ведет к конфликту и даже разрыву отношений. Именно поэтому необходимы исследования, позволяющие выявить сложившиеся стереотипы, барьеры и проблемные точки, возникающие при взаимодействии представителей бизнеса – носителей разных культур.

Объектом нашего исследования является бизнес-коммуникация посредством «Скайпа», что очень распространено в настоящее время, особенно если бизнес-партнеры находятся в разных городах и (или) странах. Мы считаем, что переписка по «Скайпу» – это гибридная форма коммуникации (устно-письменной), поскольку в ней присутствуют маркеры обоих видов коммуникации (письменная форма передачи информации, с одной стороны, и ситуативность, эмоциональность (смайлики и другие знаки), диалогичность и т. д. – с другой).

Когда мы говорим о межкультурной бизнес-коммуникации, то должны развести два понятия: «межкультурная коммуникация» и «бизнес-коммуникация». В том и другом случае основной будет именно коммуникация. Сегодня можно говорить о формировании полипарадигмального подхода к анализу коммуникации, в котором сосуществуют разные концепции и научные направления, часто в одной работе автор использует теорию речевых актов (ТРА), что предполагает выделение и анализ речевых актов, а также классификацию этих речевых актов в соответствии с интенцией, и рассматривает стилистические особенности использованных языковых маркеров, и включает элементы дискурс-анализа. Мы считаем, что на современном этапе развития лингвистической науки можно использовать разные подходы, подбор которых осуществляется в зависимости от целей и материала исследования. Задача ученого заключается в обосновании выбора методов и подходов к изучению и при необходимости поэтапной реализации изучения объекта.

Кратко перечислим этапы изучения коммуникации на основе моделей, которые предлагали ученые для объяснения данного феномена.

Клод Е. Шеннон и Уоррен Уивер предложили одну из первых моделей коммуникации (модель Шеннона – Уивера), разработанную в математической теории коммуникации для прикладных исследований [11]. В этой моде-

ли информация в виде сигнала через передатчик как кодирующее устройство поступает по определенному каналу связи в приемник, который декодирует принятую информацию. В этом случае основной проблемой коммуникации являются шум и другие помехи, влияющие на канал связи. По аналогии с этой линейной моделью другими учеными были предложены подобные модели человеческой коммуникации [5–7; 9; 10].

Следующим этапом стало появление многомерных моделей коммуникации, в которые кроме источника информации и реципиента постепенно добавлялись все новые составляющие. Начинает также оспариваться линейность процесса коммуникации. Так, в работах У. Шрамма и Ч. Осгуда предлагалась циркулярная (циклическая) модель, авторы считали, что коммуникация – бесконечный процесс, при котором участники коммуникации (источник и получатель) периодически меняются ролями. Именно в этой модели фокус внимания с шума при передаче переносится на возможность понимания и интерпретации сообщения собеседником, что можно проверить только с помощью обратной связи, т. е. в диалоге. Очередная модель принадлежит американскому ученому Г. Лассуэллу, который предлагал изучать процесс коммуникации с помощью ответов на следующие вопросы: *Кто? С каким намерением? В какой ситуации? С какими ресурсами? Используя какую стратегию? Оказывает ли влияние на какую аудиторию? С каким результатом?* [8]. Представленные далее модели по-разному структурируют элементы, на которые следует обратить внимание при исследовании процесса коммуникации. Все эти элементы, как правило, относятся к вербальным и невербальным компонентам, появляется понимание обусловленности вербального и невербального поведения культурной принадлежностью. Чаще всего ученые выделяют факторы ситуации, контекста (предыстории), статусов или ролей коммуникантов, интенции и т. д. Многие предлагают учитывать физический, психологический, социальный и другие компоненты реального взаимодействия людей. Степень детализации, включение все большего количества элементов показывает сложность выстраиваемой модели. В качестве примера возьмем три возможные модели описания коммуникативного поведения (ситуативную, аспектную и параметрическую), которые предлагает И.А. Стернин при обосновании теории коммуникативного пове-

дения [2]. По мнению автора, именно эти три модели могут обеспечить комплексное описание коммуникативного поведения, поскольку параметрическая модель предполагает его системное теоретическое описание на основе некоей заданной совокупности параметров, ситуативная модель предполагает описание коммуникативного поведения народа в рамках коммуникативных сфер и стандартных коммуникативных ситуациях (приветствие, извинение, вступление в контакт и т. д.), а аспектная модель является промежуточным этапом и предполагает описание коммуникативного поведения по нескольким аспектам, выделенным исследователем (как правило, по тем, в которых обнаруживается национальная или групповая специфика). В данном случае мы видим, что ученый может выбирать из данных моделей или совмещать их в зависимости от целей и задач исследования.

Учитывая весь опыт по изучению коммуникации и коммуникативного поведения, мы остановились на психолингвистическом подходе, в основе которого лежит теория речевой деятельности. Важным посылом данной теории для нашего исследования является поэтапность речевой деятельности:

- 1) ориентировка и планирование;
- 2) речевое действие;
- 3) контроль.

Первый этап ориентировки и планирования тесно связан с социальным опытом, стереотипами и знаниями, которые есть у собеседников. Так, Е.Ф. Тарасов пишет, что, «если строго говорить, речь (выбор альтернативных речевых вариантов, вариативность речи) зависит не собственно от обстановки, а от модели этой обстановки, которая формируется у коммуниканта, причем очевидно, что модели одного и того же акта общения у разных коммуникантов могут отличаться по полноте... В психологии и психолингвистике между ситуацией общения и речью “помещается” сознание человека, отображающего, моделирующего эту обстановку. Эта проблема различия в моделировании ситуации общения коммуникантами обсуждается лишь при изучении, например, неадекватности понимания речевых высказываний» [4, с. 17].

Именно в сознании человека накапливается информация о предыдущих контактах, которая используется для планирования и ориентировки. В то же время результат контроля произведенных действий также отражается в сознании человека, что позволяет делать выво-

ды и корректировать впоследствии свои действия.

Итак, можно говорить о том, что в настоящее время существует множество моделей коммуникации, из которых каждый исследователь выбирает ту, которая наиболее соответствует его цели и задачам. В нашем случае важен именно психолингвистический подход, поскольку он не только фиксирует внешние характеристики вербального и невербального поведения в процессе коммуникации, но и позволяет во многом объяснить именно такое поведение коммуниканта как носителя определенной культуры или субкультуры.

Теперь обратимся к сопоставлению понятий «межкультурная коммуникация» и «бизнес-коммуникация». В основе находится процесс коммуникации, целями которого являются передача информации и организация совместной деятельности. Мы полностью поддерживаем позицию Е.Ф. Тарасова, который считает, что межкультурная коммуникация часто носит «патологический» характер по причине того, что за телами знаков у коммуникантов находятся разные образы сознания [3]. Другими словами, взаимодействуют коммуниканты, у которых совершенно разный культурный и социальный опыт, разное понимание желательного, табуированного и ожидаемого поведения собеседника. Именно это может приводить к неправильной интерпретации как вербального, так и невербального поведения во время общения носителей разных культур.

На наш взгляд, бизнес-коммуникация во многом похожа на межкультурную коммуникацию, поскольку даже при использовании одного языка носители разных корпоративных культур могут испытывать трудности именно из-за отсутствия общих образов в сознании. Опыт показывает, что два инженера, работающие в одной области и говорящие на разных языках, скорее смогут понять друг друга при использовании схем и графиков, чем инженер и переводчик, владеющий двумя языками, но не имеющий знаний в конкретной области. Это можно объяснить именно наличием или отсутствием общих образов в сознании коммуникантов.

Главным отличием, на наш взгляд, межкультурной коммуникации от бизнес-коммуникации является степень проявления личностных характеристик собеседников. Хотя во многих культурах принято разными способами переводить переговоры из официальной сферы в более личностную (подарки, рекомендации, переговоры в неофициальной обстановке, различные мероприятия до переговоров и т. д.). Поэтому граница между межкультурной коммуникацией и бизнес-коммуникацией весьма условна, особенно если мы говорим о межкультурной бизнес-коммуникации.

Бизнес-переговоры – это сложный объект для изучения, поскольку они закрыты от посторонних глаз в силу непубличности деятельности предпринимателей (в отличие, например, от продавцов, учителей, политиков и т. д.), наличия коммерческой тайны и непонимания представителями бизнеса целей исследования. Это все накладывает определенные ограничения на выбор подхода и методов исследования. Мы остановились на психолингвистическом подходе, включающем теорию речевой деятельности и теорию языкового сознания, поскольку, на наш взгляд, именно это научное направление позволяет наиболее точно определить особенности межкультурной бизнес-коммуникации и выявить проблемные зоны.

Для анализа мы выбрали переписку по «Скайпу» китайского бизнесмена (обозначенного как *taifadrying*, или *Николай Николаевич*) с двумя представителями российского бизнеса. Первый коммуникант (обозначенный как *Юрий*) имеет много общих характеристик с китайским партнером: пол, возраст, род деятельности (оба инженеры, имеют опыт преподавания в высшей школе), сфера предпринимательства (изготовление и поставка оборудования для сушки леса). Все это позволяет коммуникантам быстро понимать друг друга и поддерживать дружеские отношения.

Вторым коммуникантом (обозначенным как *Елена*) выступает менеджер компании, связанной с документацией и отправкой грузов и людей через границу. В данном случае нет совпадений ни в гендере, ни в возрасте, ни в роде деятельности, ни в социальном опыте. Мы считаем, что в большинстве случаев непонимание связано именно с отсутствием у коммуникантов общей модели коммуникации и несоблюдением правил поведения.

Рассмотрим два отрывка переговоров по «Скайпу» между Николаем Николаевичем и Юрием (диалог 1), а также между Николаем Николаевичем и Еленой (диалог 2).

Диалог 1*

[2017/3/8 18:12:17] Юрий: Завтра жду предложение 6x150. и фундамент 6x200. До свидания.

[2017/3/21 15:55:26] *taifadrying*: так понял, трубы входят в сервисное помещение сверху, потом

* Орфография и пунктуация коммуникантов сохранены.

ходят вниз, потом ходят горизондно, потом наверх и на вертикальных трубах установлены клапан и насос, потом трубы входят в камеру. так ли ?

[2017/3/21 15:56:42] Юрий: Магистральные трубы от котельной входят в помещение внизу. А трубы от камер вверху

[2017/3/21 16:00:07] taifadrying: а две трубы между камерами полностью отводные ?

[2017/3/21 16:00:51] Юрий: *Не понял.*

[2017/3/21 16:02:12] taifadrying: две трубы на стойках между камерами, трубы обратной воды.

[2017/3/21 16:05:30 | 已编辑 16:06:09] Юрий: Николай. Вы посчитайте только трубы внутри камеры что бы только выходили их концы через стену камеры. А я сам куплю трубы от камер к помещению, фланцы и все остальное к ним. Вы только посчитайте работу чтобы сварить трубы и фланцы смонтировать насосы и клапана. Я на месте покажу как сделать

[2017/3/21 16:07:45] taifadrying: *понятно.* вы подготовьте и ручные краны, термометр, манометр ?

[2017/3/21 16:08:12] Юрий: Хорошо.

[2017/3/21 16:08:19] Юрий: Подготовлю

[2017/3/21 16:09:06] taifadrying: то есть полная установка клапана, насоса, и т.д.

[2017/3/21 16:09:31] taifadrying: так нам легче подготовить.

[2017/3/21 16:10:26] Юрий: Я все подготовлю. А ваши люди все смонтируют.

[2017/3/21 16:10:46] taifadrying: *Ок.*

Первый диалог интересен тем, что на его протяжении прослеживается процесс формирования общего образа. Мы выделили курсивом слова, показывающие, что собеседники понимают, а что – нет. Как мы говорили раньше, главная цель бизнес-коммуникации – максимальное понимание собеседника. Можно отметить, что в диалоге не соблюдаются правила речевого этикета (практически отсутствуют этикетные выражения), правописания (*горизондно*), целостности высказывания (*то есть полная установка клапана, насоса, и т. д.; так нам легче подготовить*), полноты информации (*Завтра жду предложение бх150. и фундамент бх200*), что во многом объясняется использованием «Скайпа» как гибридной формы коммуникации, однако собеседники очень быстро ориентируются и понимают друг друга, при необходимости уточняя отдельные детали.

Диалог 2*

[2015/5/7 18:03:19] taifadrying: Елена, кроме контракта и приложений еще какие документы на каких языках Вы просите ?

* Орфография и пунктуация коммуникантов сохранены.

[2015/5/7 18:03:44] taifadrying: мне надо подготовить эти документы

[2015/5/7 18:05:27] Елена: Я скажу вам утром завтра

[2015/5/7 18:05:32] Елена: Уточню

[2015/5/7 18:06:08] taifadrying: Спасибо.

[2015/5/12 12:02:41] Елена: Добрый день

[2015/5/12 12:03:17] Елена: Документы которые мне нужны:

1. Упаковочный лист, подробный

2. Описание и характеристики товара

[2015/5/12 12:38:23] taifadrying: а сертификат происхождения не нужен ?

[2015/5/12 12:45:19] Елена: ДА

[2015/5/12 12:53:27] taifadrying: тогда не будем представлять сертификат происхождения

[2015/5/12 12:55:18] taifadrying: по поводу описания и тех. характеристик мы будем представлять паспорт и руководство использования сушильных камер. в паспорте все есть.

[2015/5/12 12:58:20] Елена: Я имела ввиду, да нужен

Несмотря на то, что в этом диалоге гораздо больше информации, которая передается достаточно подробно (*Документы которые мне нужны: 1. Упаковочный лист, подробный 2. Описание и характеристики товара*), используется речевой этикет (уважительное обращение *Вы, спасибо, добрый день*), присутствуют уточнения (*по поводу описания и тех. характеристик мы будем представлять паспорт и руководство использования сушильных камер. в паспорте все есть*) и обоснование просьбы или ответа (*мне надо подготовить эти документы; Уточню*), вместо слов, которые бы прямо подтверждали, понял или нет собеседник, используются скорее уточнения (*тогда не будем представлять сертификат происхождения*), чувствуется гораздо большее напряжение: написание прописными ответа *ДА*, что в письменной коммуникации соответствует повышению голоса, официальный тон, сдержанность. Это подтверждается и при анализе продолжения переписки. Следует отметить, что представитель китайской стороны максимально демонстрирует сдержанность и официальность. Представитель российской стороны часто нарушает правила поведения (особенно если учитывать межкультурный характер переговоров, при подготовке к которым необходимо узнать основные правила и ценностные установки, определяющие поведение носителя иной культуры). Можно отметить несовпадение в двух исследуемых культурах, касающееся скорости ответа и принятия

решения. Если в России «быстро» относится к ключевым концептам (Ю.Н. Караулов), то в Китае особо почитаются смирение, уважение к старшим и мудрым, терпение и предоставление собеседнику достаточного времени для обдумывания ответа. Именно эти базовые ценности не знает или игнорирует представитель российской стороны.

Продолжение диалога 2*

[2015/5/14 11:13:39] Елена: Добрый день

[2015/5/14 11:17:45] Елена: Я собираюсь दे-
лать приглашение для ваших двух инженеров

Мне нужны следующие данные:

1. Копия всех страниц документа, удостоверяющего личность приглашаемого иностранного гражданина (паспорт или что там у вас?)

[2015/5/14 11:18:02] Елена: После того как вы
его сделаю вы сможете оформить визу

[2015/5/14 18:32:40] taifadrying: ПОНЯТНО

[2015/5/14 18:36:36] Елена: Сделаете?

[2015/5/14 18:36:52] Елена: Они оба работаю
у вас на заводе?

[2015/5/14 18:41:40] Елена: Мне нужно зав-
тра, крайний срок понедельник

[2015/5/15 10:05:00] taifadrying: понятоно.
уточню и сообщу.

[2015/5/15 10:10:23 | 已删除10:10:27] Елена: 此
消息已被删除

[2015/5/15 10:10:25] Елена: Жду

[2015/5/15 10:12:10] taifadrying: сейчас уто-
няю, или от вас приглашение или получить коммер-
ческую визу без приглашения. сообщу вам сегодня.

[2015/5/15 12:02:41] Елена: Уточнили?

[2015/5/15 12:45:54] taifadrying: еще не по-
лучил информацию. после обеда узнаю.

[2015/5/15 13:49:31] Елена: В понедельник
мне нужно ехать оформлять приглашение, мне нуж-
ны от вас паспорта двух инженеров

[2015/5/15 13:50:44] taifadrying: понятоно.
ждите не много

В этом отрывке чувствуется явное раздра-
жение со стороны китайского партнера, ко-
торое, на наш взгляд, вызвано не совсем кор-
ректным выражением запроса с явным пре-
небрежением (*Мне нужны следующие дан-
ные: 1. Копия всех страниц документа, удо-
стоверяющего личность приглашаемого ино-
странный гражданин (паспорт или что
там у вас?)*), а также давлением, желанием за-
ставить партнера выполнить определенные
действия в краткие сроки (*Мне нужно завт-*

*ра, крайний срок понедельник; Жду; Уточни-
ли?; В понедельник мне нужно ехать оформ-
лять приглашение, мне нужны от вас паспор-
та двух инженеров*). Такое бесцеремонное по-
ведение явно не нравится второму коммуни-
канту. Раздражение демонстрируется напи-
санием прописными буквами (*ПОНЯТНО*) и
повторами (*понятоно. уточню и сообщу; сей-
час утоняю, или от вас приглашение или по-
лучить коммерческую визу без приглашения.
сообщу вам сегодня; еще не получил информа-
цию. после обеда узнаю; понятоно. ждите не
много*).

Таким образом, можно сделать вывод о
том, что психолингвистический подход при
анализе межкультурной коммуникации позво-
ляет выявить наличие или отсутствие общих
образов в сознании (национальном и / или
профессиональном), необходимых для пони-
мания собеседника, а также культурные осо-
бенности и социальный опыт, которые влияют
на этапе ориентировки и планирования рече-
вых действий. Барьеры в коммуникации связа-
ны в первую очередь с непониманием или не-
полным пониманием образов предметов, ситу-
ации, роли и статуса партнера, а также незна-
нием или игнорированием ценностных уста-
новок культуры, носителем которой является
собеседник.

Список литературы

1. Караулов Ю.Н. Показатели национально-
го менталитета в ассоциативно-вербальной сети // Языковое сознание и образ мира: сб. ст. / отв. ред. Н.В. Уфимцева. М.: Ин-т языкознания РАН, 2000. С. 191–206.
2. Стернин И.А. Модели описания коммуни-
кативного поведения. 2-е изд., испр. Воронеж: Га-
рант, 2000.
3. Тарасов Е.Ф. К построению теории меж-
культурного общения // Языковое сознание: фор-
мирование и функционирование: сб. ст. / отв. ред. Н.В. Уфимцева. М.: Ин-т языкознания РАН, 1998. С. 30–34.
4. Тарасов Е.Ф. К построению теории рече-
вой коммуникации // Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф.,
Шахнарович А.М. Теоретические и прикладные
проблемы речевого общения / отв. ред. А. А. Леон-
тьев. М.: Наука, 1979.
5. Funk-Kolleg Sprache. Eine Einführung in die
moderne Linguistik. München: Fink, 1988.
6. Hymes D. Foundations in Sociolinguistics: An
Ethnographic Approach. London: Tavistock, 1977.
7. Kimsuvan A. Verstehensprozesse bei inter-
kultureller Kommunikation. Am Beispiel: Deutsche
in Thailand. Europäische Hochschulschriften. Rei-

* Орфография и пунктуация коммуникантов со-
хранены.

he XXI. Linguistik. Bd. 36.FfM etc.: Peter Lang, 1984.

8. Lasswell H.D. The Uses of Content Analysis in Studying Social Change // Social Science Information. 1968. № 1.

9. Meier G.F. Wirksamkeit der Sprache // Zeitschrift für Phonetik, Sprachwissenschaft und Kommunikationsforschung. Bd. 22. 1969.

10. Saville-Troike M. The Ethnography of Communication. Oxford: Basil Blackwell, 1982. P. 60–71.

11. Shannon C.E., Weaver W. Mathematische Grundlagen der Informationstheorie. München / Wien: R. Oldenbourg, 1987.

* * *

1. Karaulov Ju.N. Pokazateli nacional'nogo mentaliteta v asociativno-verbal'noj seti // Jazykovoje soznanie i obraz mira: sb. st. / otv. red. N.V. Ufimceva. M.: In-t jazykoznanija RAN, 2000. S. 191–206.

2. Sternin I.A. Modeli opisanija kommunikativnogo povedenija. 2-e izd., ispr. Voronezh: Garant, 2000.

3. Tarasov E.F. K postroeniju teorii mezhkul'turnogo obshhenija // Jazykovoje soznanie: formirovanie i funkcionirovanie: sb. st. / otv. red. N.V. Ufimceva. M.: In-t jazykoznanija RAN, 1998. S. 30–34.

4. Tarasov E.F. K postroeniju teorii rechevoj kommunikacii // Sorokin Ju.A., Tarasov E.F., Shahnarovich A.M. Teoreticheskie i prikladnye problemy rechevogo obshhenija / otv. red. A.A. Leont'ev. M.: Nauka, 1979.

Approaches to the analysis of intercultural business communication (based on Skype communication)

The article deals with various approaches to communication research; the concepts of "intercultural communication" and "business communication" are compared. Based on the theory of psycholinguistics, business communication between representatives of Russian and Chinese linguocultures via Skype is under consideration. The author comes to some conclusions about what helps or hinders effective intercultural business communication.

Key words: *theory of language, psycholinguistics, intercultural communication, business communication, communication models.*

(Статья поступила в редакцию 26.03.2018)

Н.М. ЗАЛЕСОВА

(Благовещенск)

КОНЦЕПТ «ОБМАН» КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО СУЩЕСТВОВАНИЯ (на материале произведения С. Фрая "The Liar")

Анализируется концепт «ОБМАН» как неизменная составляющая существования человека. При исследовании языкового воплощения концепта в художественном произведении обман рассматривается как нравственная категория. В ходе анализа детально разбираются аморальность и безнравственность обмана, его оправданность и неоправданность, обман как исключительное свойство человека и обман как искусство.

Ключевые слова: *концепт, обман, нравственность, антиценность, картина мира.*

Обман и ложь неизменно присутствуют в жизни любого человека и, являясь универсальными понятиями, вплетены в общую универсальную картину мира. Исследование концепта «ОБМАН» на разном лингвистическом материале [2; 3; 5] позволяет понять его природу и сущность, определить способы его языкового и образного воплощения. Исследование, описанное в статье, является достаточно актуальным, т. к. на современном художественном материале мы предпринимаем попытку показать не только аморальную сторону обмана, но и его исключительно человеческую природу.

Необходимо отметить, что концепты не перестают интересовать ученых [6; 7], в том числе и в их художественном воплощении [1; 3], что обусловлено, по-видимому, самой сутью концептов, а именно их способностью формировать базовые понятия культуры. По мнению исследователей, именно «ценностная сторона концепта является определяющей для того, чтобы концепт можно было выделить» [4]. Рассматриваемый концепт «ОБМАН» базируется на понятии лжи как «антиценности», которая противостоит ценности «честность». Несмотря на свой преимущественно отрицательный характер, обман зачастую определяет образ жизни человека и его поведение, а честность, в свою очередь, становится непопулярной и невыгодной. Таковую подмену понятий, в