

Gerasimova I. A. Medical Dispute: Actual Problems of Argumentation

In the context of global communications, the confrontation between scientific and technological medicine and alternative medical traditions is growing, including the developed areas of Oriental medicine and folk medicine. The analysis of public polemics raises new questions for the specialists in the theory of argumentation. The author highlights the ideological, cognitive, socio-political, ethical aspects of argumentation. The key problems of the disputes affect the basics of worldview, anthropological views on the causes of diseases. The problem of truth in "evidence-based medicine" is discussed.

Keywords: scientific and technological medicine, Oriental medicine, medical dispute, worldview, language, instrumental intelligence, personal knowledge, ethics.

УДК 16

ТЕКСТ ПО ЛОГИКЕ ДЕЛОВОГО ЯЗЫКА

Жалдак Н. Н.

*Белгородский национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация
E-mail: zhnn3@rambler.ru*

Прагматичность текста по логике делового языка, т. е. естественного языка, выражается в следующем. Сам он пишется на этом языке, разъясняет для осознанного понимания значения логических средств этого языка, которыми передается информация о множествах учитываемых ценностей и др. Также этот текст обучает познавательной логике вопросов и ответов, необходимых для принятия обоснованных решений.

Ключевые слова: прагматика текста, деловой язык, логические средства, вопросы.

Текст по логике делового языка должен быть рассчитан на деловых людей, на применение в практике делового общения, а следовательно – предельно прагматичен. Язык делового общения – это естественный язык, т. е. язык общения масс людей, потенциальных потребителей и других партнеров по отношениям. Для делового человека поэтому важен именно этот язык, а не язык незначительной группы логиков, склонных к построениям искусственных языков. Сам текст по логике делового языка должен быть написан в основном на естественном языке, простом и общепонятном.

Основным в тексте по логике делового языка должны быть логические средства естественного языка, объяснение того, что эти средства означают для интуитивного понимания массы партнеров, и объяснение того, как этими средствами строить рассуждения, как, пользуясь ими, делать правильные выводы без потерь и искажения информации. Речь идет, главным образом, о логических союзах, которыми выделяются множества элементов, и квантификаторах, которые указывают на число, наличие или/и отсутствие элементов в множествах. Это, в первую очередь, – множества ценностей, которые учитывают, которыми обмениваются. Разумеется, неоднозначность понимания таких логических средств партнерами означает не просто потерю и искажение информации, но и потерю ценностей, подлежащих учету, нарушение производственных отношений.

Логика делового языка – это логика естественного языка. То, что придаваемые нами логическим словам значения соответствуют естественному языку, подтверждается социолингвистическим исследованием. Различных же искусственных логических систем (логик) построено множество, некоторые логики говорят даже о бесконечности логик. Построено множество силлогистик, в которых, например, действует логический квадрат, но различные значения придаются предложениям с квантификаторами «все», «некоторые», «ни один». Но из любого числа логик только одна есть логика естественного языка. Она используется интуитивно массой людей и должна быть осознана и сознательно использоваться для более эффективной деятельности. В процессе этого осознания у каждого исследователя имеются свои неполнота и искаженность, но это – многообразие осознания разными людьми одного объекта. В логике естественного языка неприемлемо произвольное приращение искусственных значений логическим словам. Но необходима, однако, стимуляция

массы опрашиваемых людей к устранению противоречий, но только такая, которая приемлема для подавляющего большинства.

Предположение о нормальности разного понимания логических средств языка в разных группах общества несостоятельно, поскольку речь идет о наиболее часто употребляемых в деловом общении между управляемыми и управляющими средствами передачи информации, и о множествах ценностей, обмен которыми осуществляется посредством общего для всех групп денежного эквивалента. Такое предположение означало бы, что, например, между торговцами и покупателями могло бы быть нормальным различие в понимании покупательной способности денежной единицы, что опровергается практическим опытом рыночного общения торговцев с разными социальными группами покупателей.

В деловом языке важны не слова сами по себе, важно то, что они означают, какие именно множества ценностей. Деловой человек должен не просто проговаривать слова, а образно представлять, что они означают, как соотносятся множества означаемых ими элементов и что имеется в наличии, а что отсутствует. Для фиксации этих образных представлений в деловых документах, в деловом общении, главным образом, служат с древних времен бухгалтерские и др. таблицы. Поэтому в тексте логики делового языка наряду с символическим должен использоваться изобразительный язык таблиц или/и линейно-табличных диаграмм. Такие диаграммы значительно лаконичнее передают логическую информацию таблиц, чем сами таблицы.

В текстах по символической логике высказываний допускается интерпретация импликации как связки равнозначной союзу «если..., то», хотя признаются парадоксы импликации. Обнаружение таких парадоксов, т. е. противоречий между признанием ложными для здравого смысла суждений на естественном языке и признанием истинными этих суждений согласно таблицам истинности, означает опровержение допущения о такой равнозначности путем приведения к абсурду. В тексте по логике делового языка оправдание такого абсурда недопустимо.

В современных занятиях по передаче делового мастерства, называемых коуч-тренингами, деловая успешность особо связывается с умением предпринимателя задавать вопросы. Текст по логике делового языка соответственно должен включать в себя профессионально систематизированную познавательную логику вопросов и ответов [1], построенных на естественном языке. Эта логика должна представлять собой систему логических форм вопросов, предназначенную для получения информации необходимой для принятия деловых решений. Изложение этих логических форм и их разъяснение также должно быть на общепонятном естественном языке.

В остальном в тексте логики делового языка может сохраняться традиционная структура учебников по логике [2].

Список литературы

1. Жалдак Н. Н. Познавательная логика вопросов и ответов. – Белгород : ЛитКараВан, 2010. – 104 с.
2. Жалдак Н. Н. Практическая логика для экономистов: Учебное пособие для студентов экономических факультетов университетов. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2004. – 124 с.

Zhaldak N. N. Text on the Logic of the Business Language

The pragmatism of the text on the logic of the business language, i.e. natural language is expressed in the following. This text is written in such language, explains for a conscious understanding of the meaning of the logical means of this language, which convey information about the sets of values which are subject to accounting, etc. Also this text teaches the cognitive logic of questions and answers which are necessary to make informed decisions.

Keywords: text pragmatics, business language, logical means, questions.