

Научная статья

УДК 101:304

DOI: 10.18384/2949-5148-2025-2-110-118

ОБМАН КАК СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КОД. ЛИЦЕДЕЙСТВО И СКАЗКА

Пихновский В. В.^{1*}, Евстифеева Е. А.^{1,2}, Григорьева Д. Д.²

¹Тверской государственный технический университет, г. Тверь, Российская Федерация

²Тверской государственный медицинский университет, г. Тверь, Российская Федерация

*Корреспондирующий автор, e-mail: pihnovsky@yandex.ru

Поступила в редакцию 31.01.2025

После доработки 18.02.2025

Принята к публикации 24.03.2025

Аннотация

Цель. Оценка лицедейства как разновидности обмана, взятого в его негативных коннотациях, и как явления противостояния правде – ценностной универсалии социальной жизни.

Процедура и методы. Представлен социально-философский анализ обмана в ряду релевантных понятий (правда, ложь, лицедейство, трикстер) и как константы социальных отношений. С использованием феноменологического и герменевтического подходов показано, что лицедейство как одна из практик обмана в масштабе своём обнаруживается в обществе массовой культуры.

Результаты. Изучение механизмов лицедейства как разновидности обмана показало, что данная практика является константой общественных и межличностных взаимоотношений

Теоретическая и/или практическая значимость работы состоит в проблематизации и концептуализации лицедейства как практики обмана, что имеет важное значение для понимания трансформации социальных отношений в условиях вызовов современности.

Ключевые слова: обман, правда, социокультурный код, лицедейство, сказка, общество потребления и массовой культуры, трикстеры

Для цитирования:

Пихновский В. В., Евстифеева Е. А., Григорьева Д. Д. Обман как социокультурный код. Лицедейство и сказка // Современные философские исследования. 2025. № 2. С. 110–118. <https://doi.org/10.18384/2949-5148-2025-2-110-118>.

Original research article

DECEPTION AS A SOCIOCULTURAL CODE. FICTION AND FAIRY TALE

V. Pyhnovsky^{1*}, E. Evstifeeva^{1,2}, D. Grigorieva²

¹Tver State Technical University, Tver, Russian Federation

²Tver State Medical University, Tver, Russian Federation

* Corresponding author, e-mail: pihnovsky@yandex.ru

Received by the editorial office 31.01.2025

Revised by the author 18.02.2025

Accepted for publication 24.03.2025

Abstract

Aim. Assessment of the fiction as a kind of deception, taken in its negative connotations and as a phenomenon of opposition to truth as a value universality of social life.

Methodology. The article presents a socio-philosophical analysis of deception in the series of relevant concepts (truth, lie, fiction, trickster) and as constants of social relations. Using phenomenological and hermeneutic approaches, it is shown that fiction as one of the practices of deception, on its own scale, is found in the society of mass culture.

Results. The study of the mechanisms of fiction as a form of deception has shown that this practice is a constant of social and interpersonal relations.

Research implications. The theoretical and practical significance of the work consists in the problematization and conceptualization of fiction as a practice of deception, which is important for understanding the transformation of social relations under the conditions of modern challenges.

Keywords: deception, truth, sociocultural code, fiction, fairy tale, society of consumption and mass culture, tricksters

For citation:

Pyhnovsky, V. V., Evstifeeva, E. A. & Grigorieva, D. D. (2025). Deception as a Sociocultural Code. Fiction and Fairy Tale. In: *Contemporary Philosophical Research*, 2, pp. 110–118. <https://doi.org/10.18384/2949-5148-2025-2-110-118>.

Введение

В любой культурно-исторической формации в различные этапы её развития феномен обмана занимает существенное место. В этой статье обману даётся объяснение как социокультурному коду. Код мыслится как противопоставление «свой – чужой» [1, с. 4]. Социокультурный код как алгоритм действия в критических ситуациях формируется социальной группой и императивно ей вменяется. Обман предстаёт как атрибуция человеческой жизни, является константой общественных и межличностных взаимоотношений. Лицедейство – это потеря своего лица, подмена себя и подстройка под другого человека, что инициирует амбивалентность, раздвоенность личности, принятие «добровольной шизофрении». Лицедейство в своих негативных коннотациях, что транслируется как грех в христианстве и этическом дискурсе, рассматривается как одна из практик обмана. Общество потребления как общество массовой культуры с использованием цифровых технологий и иррациональных желаний человека провоцирует масштабность практики лицедейства. Сказка как фольклор и литературный жанр, обращённая к вымыслу, иррациональному, воображаемому, галлюцинации, к до-сознательной встрече с «я», репрезентирует социокультурный код

обмана. В галлюцинозе русского сознания сказка обращена к Софии, а не к Логосу [2, с. 293–294]. Фигура «трикстера» как архетип лукавства, шута, двойника, обманщика соединяет в себе лицедейство и сказку, реальность и вымысел, обман.

Обман как социальный феномен

Обман – универсалия культуры, если под ней понимать «общечеловеческие репрезентации культурного опыта и деятельности, символически отражённые в эйдетической памяти, образно-мифологических конструкциях, этимологических ценностях языка, “имажах” искусства и словесности»¹. В словаре Кембриджского университета обман определяется как действие, интенцией которого является убеждение кого-либо в том, что не является правдой².

Одним из немногих значимых философских исследований обмана является анализ его природы и многоплановой структуры в книге Д. И. Дубровского «Обман. Философско-психологический анализ». Согласно автору, обман предстаёт как «...

¹ Исупов К. Г. Космос русского самосознания: словарь. М.: СПб.: Центр гуманитарных инициатив, 2020. С. 246.

² Deception // Cambridge English Dictionary: Meanings & Definitions: [сайт]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/deception> (дата обращения: 12.01.2025).

ложное, неверное сообщение, способное ввести в заблуждение того, кому оно адресовано» [3, с. 3].

Конституирование такого многомерно-го феномена, как обман, апеллирует нас к его антиподу, без которого полное постижение данного акта не представляется возможным, к феномену правды [4, с. 91–92]. В виду того, что правда относится к спектру общечеловеческих ценностей и смыслов, которые определены конкретным культурно-историческим кодом общества, возникает необходимость её интерпретации с возможными смысловыми расхождениями. Правда – экзистенциальная ценность высокого порядка, которая утверждает подлинность нашего бытия и является зараннее известным ценностным измерением – что называется *a priori*. Попраиение правды гарантирует фрагментацию ценностного поля, умножение абсурда и потерю смысла бытия, поскольку она определяет саму суть общности, доверия [3, с. 17].

В свою очередь, обман, представленный в проекции преднамеренного зла, зарождается в эгоистическом обособлении от социума и выражает недоверие, неподлинное общение, иногда враждебность с преобладанием прагматических интенций. Согласно положениям Г. В. Ф. Гегеля, «Всякий должен говорить правду». – При провозглашении этой обязанности как безусловной тотчас же добавляется условие: если он знает правду. Заповедь поэтому будет теперь гласить: всякий должен говорить правду, всякий раз согласно своему знанию её и убеждённости в ней» [5, с. 215]. Пренебрежение этой обязанностью знаменует выбор в пользу порочной лживости и подрывает любую добродетель, поскольку «правдивость лежит в основе всякой добродетели» [6, с. 594], как утверждал М. Монтень.

«Здесь правдивость равнозначна подлинности, утрата которой проявляется в потере собственного лица (как говорят японцы), во всевозможных формах лицедейства, которым пропитана наша культура» [3, с. 19], – сообщает Д. И. Дубровский.

Лицедейство и сказка как социокультурный код обмана

Краткая характеристика обмана позволяет перейти к анализу слова «код». В своём узком значении понятие «код» используется в криптографии как технологии шифрования информации с целью защиты персональных данных. В широком смысле «код» понимается как противопоставление «свой – чужой». Код – технология сокрытия доступа к тайне, исключающей из коммуникации нежелательных лиц. Д. И. Дубровский выделил два типа кодов. «Естественный код» расшифровывается без операции декодирования. «Чужой код» требует декодирования [7].

Определимся с понятием «культурный код». Среди множества определений выберем то, которое даёт С. Б. Переслегин: «Культурный код – это алгоритмы действия в различных ситуациях, прежде всего, критических, то есть угрожающих жизни, здоровью, социальному статусу. Эти алгоритмы формируются на определённой территории среди некоторой социальной группы и императивно вменяются этой группе. Их можно рассматривать как компоненты вектора, заданного в некотором линейном пространстве социальных характеристик (Д. Сапегин)» [8, с. 25]. Эксперт по прогностике также сравнивает культурный код с набором практик, полученных за существование данной цивилизации. Культурный код не положителен и не отрицателен. Согласно С. Б. Переслегину, культурный код отвечает на два вопроса: «как и зачем (вместе) жить на этой территории?» и «как и зачем (вместе) умирать на этой территории?» [8, с. 25].

Ответим на вопрос, почему лицедейство предстаёт социокультурным кодом и практикой обмана. Лицедейство укоренено словом «лицо». В различных словарях лицедейство соизмеряют с притворством и с профессиональной деятельностью человека, заключающейся в творческом актёрском исполнительском искусстве. Актёр

как бы уподобляется лицу, которое играет. Сам спектакль называется лицедейством¹.

Лицедейство – действия людей не в своём амплуа; игра лиц. Исстари лицедейство у нас в России считалось большим грехом. Почему? Потому что человек должен быть тем, кем он является, а когда он лицедействует, он изменяет своё лицо и поведение, подстраивается под другого человека. Проблема такого человека в амбивалентности, раздвоенности личности, принятии «добровольной шизофрении». Здесь можно вспомнить такую мудрость. В Евангелии Иисус Христос учит: «Никто не может служить двум господам, ибо или одного будет ненавидеть, а другого любить, или одному станет усердствовать, а о другом нерадеть. Не можете служить Богу и мамоне» (Мф. 6: 24).

Сам термин «лицедей» является заимствованием из старославянского языка и образован по аналогии со словом «злодей» от *лицо* – ‘лицо, обличие’ и *-деить* – ‘действовать’². По всей вероятности, это слово «является копией древнегреческого слова “*prosopoleptos*”, что означает человека “делающего лицо как у кого-то другого”»³, т. е. лицедей – тот, кто носит чужое лицо. В Античности этим словом называли актёров, которые носили маски и играли на публику. Они не имели права «голоса», их презирали и считали жалкими плебеями. У них не было «лица».

В Средние века коннотация лицедейства сменилась на негативную. Этот феномен в христианстве соотносился с грехом двоедушия (Мф.: 12: 25). Несмотря на формальный нейтралитет церкви к акту лицедейства, негативное значение его транслировалось длительное время. В этическом дискурсе лицемерие объяснялось как аморальное

качество человека. Оно также стало отождествляться с притворством и намеренным сокрытием за личиной высшей добродетели эгоистических и антигуманных целей и поступков⁴.

Лицедейство связано с таким понятием, как лицемерие. Широко оно распространено у публичных лиц, которые прикрывают свои пороки за маской праведности. Связано это и с тем, что общество само заключает кумиров в рамки образа и стереотипы поведения. Подобная семантика лицедейства как аморального качества в этике – формирование ложной посылки на публику, сокрытие за маской прагматических целей – указывает на феномен обмана [4, с. 88]. Если обратиться к рефлексии, то лицедей продаёт обман, а зритель обманываться рад. Да ещё и платит за это действо.

Лицедейство в своей негативной семантике по сути своей не только тождественно обману как заведомо ложной посылке, но и является его социокультурным кодом, а именно способом передачи практик обмана.

Если рассматривать лицедейство как социокультурный код обмана и одну из его практик в определённой культуре и социуме, то можно предположить, что лицедейство отвечает на два вопроса: «как и зачем обманывать в данном обществе?» и «почему нельзя обманывать в данном обществе?».

Ещё одним культурным кодом обмана видится сказка, понятая как один из основных жанров фольклорной прозы с установкой на вымысел [9, с. 238]. Она репрезентирует социокультурный код обмана. В широком смысле сказка – это полностью вымышленный, неправдоподобный сюжет, история о ком-то или о чём-то. Априори все события в сказке – неправда для тех, кто рассказывает её, и тех, кто слушает. Ярко визуализирует этот факт картина В. Васнецова «Царевна-лягушка» (1918). Предназначение сказки для человека, кроме отдыха и позитивных эмоций, в том, чтобы «заточить» его сознание на добро, которое побеждает, или на сочувствие к

¹ Лицедейство // Словарь современного русского языка: в 17 т. Т. 6. М.; Л.: Издательство Академии наук СССР, 1957. Ст. 283–284.

² Лицедей // Школьный этимологический словарь русского языка. Происхождение слов. Dic.Academic: [сайт]. URL: <https://etymological.academic.ru/2541/лицедей> (дата обращения: 12.01.2025).

³ Лицедей // Крылова Г. А. Этимологический онлайн-словарь русского языка. СПб.: Полиграфуслуги, 2005. С. 220.

⁴ Лицемерие // Первый толковый Большой энциклопедический словарь. СПб.; М.: Рипол-Норинт, 2006. С. 967.

слабым персонажам, или на веру в восстановление справедливости.

Широко известное выражение А. С. Пушкина «Сказка ложь да в ней намёк! Добрым молодцам урок»¹ ярко характеризует саму суть любой сказки, подтверждает наличие в ней какого-то смысла, например, идеала поведения, несмотря на выдумку, поверхностную ложь. Однако не каждому дано «усмотреть» эту мысль. Ф. И. Гиренок, яркий представитель русской философской антропологии, раскрывает философское предназначение сказки в контексте человеческого сознания. Оно состоит в том, что «сказка – это наше сознание до встречи с нашим “я”. Сознание, не удостоверенное в “Я”, называется тёмным сознанием. Почему тёмным? Потому что оно лишено рефлексивного обращения к себе, и мы, непонятно каким образом, знаем нечто до реальной встречи с тем, о чём мы что-то знаем. Сознание – это не знание о вещах. Это навигатор в воображаемом мире. Человек сознает в той мере, в какой он воображает. Мы живём и знаем, что такое жизнь. Процесс жизни человека является одновременно процессом мышления» [2, с. 293–294].

Здесь надо оговориться. Современный русский философ, следуя традиции русской философии, концептуализирует в своих работах идею совпадения бытия с мыслью о бытии в галлюцинации. В момент тождества мир показывает себя таким, какой он есть [10]. Философ размышляет о том, что сказка обращена к Софии. София в интерпретации С. Н. Булгакова звучит так: «Божество ... полагает между Собой и миром некую грань. И эта грань, которая по самому понятию своему находится между Богом и миром, Творцом и тварью, сама по себе не есть ни то, ни другое, а нечто совершенно особое, одновременно соединяющее и разъединяющее то и другое...»².

¹ Пушкин А. С. Сказка о золотом петушке [Электронный ресурс] // Культура.рф: [сайт]. URL: <https://www.culture.ru/poems/4443/skazka-o-zolotom-petushke> (дата обращения: 12.01.2025).

² Булгаков С. Н. Свет невечерний: Созерцания и устроения. М.: АСТ; Харьков: Фолио, 2001. С. 332.

Философ Ф. И. Гиренок размышляет о том, что русская сказка обращена к Софии, а не к Логосу. Если Логос нужен тем, кто хочет жить в мире, приспособиться к нему, то София нужна тому, кто грезит, творит и мир. Читаем его текст: «Ум софиен, а человек безумен. Сказка ложь, но в ней намёк. Есть вещи, о которых нельзя сказать прямо, о которых можно говорить только косвенно, иносказательно. Но ещё в мире есть то, что нам лучше не знать. Это фундаментальная антропологическая фигура сказки. Сказки говорят нам: лучше не знать то, что есть. А что есть? Есть правда, но с ней нельзя жить. Есть истина, но она ничем нам не поможет. Кто всё-таки захочет узнать, что есть на самом деле, тот непременно либо сойдёт с ума, либо, как учат наши сказки, повесится, либо дом сгорит, скотина сдохнет или ещё какое-нибудь несчастье приключится. Что же с правдой? Голубиная книга говорит нам: правда для Бога, сказка для человека. Сказка вне истины и лжи» [2, с. 293].

В итоге, умозаключает Ф. И. Гиренок, русская сказка замыкает телеологию мира на себя. В ней происходит трансформация смыслов и форм для человека. В сказке нет прямых высказываний и готовых значений, нет одномерного взгляда на реальность. А есть вымысел, обман.

В сказках обман не только обращает на себя внимание как онтологический феномен, но и раскрывается в своих аксиологических и праксиологических коннотациях. Например, в сказке «Каша из топора» голодный солдат, справившись о том, что старики поскупились его накормить, хитростью получает еду, рассказывая про мифическую кашу из топора.

«– А нет ли у тебя, хозяйюшка, перекусить чего?

У старухи всего вдоволь, а солдата поскупилась накормить, прикинулась сиротой.

– Ох, добрый человек, и сама сегодня ещё ничего не ела: нечего.

– Коли нет ничего иного, можно сварить кашу и из топора»³.

³ Каша из топора [Электронный ресурс] // Викитека: [сайт]. URL: [https://ru.wikisource.org/wiki/Каша_из_топора_\(Котовская_А._Матвеева_В.\)](https://ru.wikisource.org/wiki/Каша_из_топора_(Котовская_А._Матвеева_В.)) (дата обращения: 12.01.2025).

Обман применяется с целью не только получить выгоду, но и преподнести урок о том, что быть жадным и глупым зачастую не только морально порицательно, но и не выгодно.

В русской сказке «Мужик, медведь и лиса» интенция обманывающего – сохранение собственной жизни. Главный герой, олицетворяющий образ русского мужика, трудящегося в поле, заключил договор с медведем, олицетворяющим в данном произведении плута и бездельника, о сохранении жизни в обмен на вершки от репы и корешки от ржи. С помощью очевидного защитного обмана главный герой не только сохранил себе жизнь, но и получил преимущество в качестве урожая.

«– Нет, не замай; я вот сею репу, себе возьму хоть корешки, а тебе отдам вершки..

– Быть так, – сказал медведь. – А коли обманешь, так в лес ко мне хоть не езди!»¹.

Несмотря на поверхностность мышления, медведь всё же предположил, что мужик может его обмануть, и убедился в этом после раздела урожая:

«– Дай-ка попробовать, каков корешок!

Мужик дал ему репу. Медведь как съел – «а-а, – заревел, – ты меня обманул, мужик! Корешки твои сладеньки. Теперь не езжай ко мне по дрова, а то задеру!»².

О таком закамуфлированном обмане, как полуправда, повествует притча Феликса Кривина: «Режут Умники правду, полуправдой запасаются. Теперь им куда легче разговаривать между собой. Там, где надо бы сказать: “Вы подлец!” – можно сказать: “У Вас трудный характер”. Нахала можно назвать шалуном, лжеца – фантазером»³.

Сказка «У страха глаза велики» знакомит читателя с разновидностью обмана – самообманом. Под влиянием страха после

встречи с зайцем главные герои поверили собственному заблуждению: «Прыгнул зайка, да прямо нашим водоносам под ноги. Испугались они, ведра побросали и домой побежали...Бабка охает: – Ох! Медведище меня чуть не задавил! Внучка плачет: – Бабушка, волк-то какой страшный на меня наскочил. Курочка на печке кудахчет: – Ко-ко-ко! Лиса ведь ко мне подкралась, чуть не сцапала! А мышка из-под печки пищит: – Котище-то какой усаый! Вот страху я натерпелась!»⁴.

В эпосе о животных можно проследить сходство с «трикстерами», которые в психологии К. Юнга обозначали архетип коллективного бессознательного [11]. Трикстеры – архетип лукавства, шута, двойника, обманщика. В мифологии, фольклоре и религии – «демонически-комический дублёр культурного героя, наделённый чертами плута, озорника»⁵, божество, дух, человек или антропоморфное животное, совершающее противоправные действия или, во всяком случае, не подчиняющееся общим правилам поведения. У трикстера отсутствует собственная культура, его природа не подразумевает злонамеренную или добродетельную интенцию, однако он не заботится о последствиях своей деятельности [12, с. 256]. Его основная задача – изменение ситуации и жизни, о которых повествует фольклор.

Как в сказках, так и в реальной жизни существуют трикстеры, однако это не антропоморфные животные и не божественная сущность. Трикстеры современности предстают перед нами в различных проявлениях массовой культуры, будь это образы «идеального человека», рисуемые рекламой, образы «идеальной жизни», демонстрируемые развлекательной индустрией, различные веяния моды, трансли-

¹ Мужик, медведь и лиса [Электронный ресурс] // Викитека: [сайт]. URL: [https://ru.wikisource.org/wiki/wiki/Народные_русские_сказки_\(Афанасьев\)/Мужик,_медведь_и_лиса](https://ru.wikisource.org/wiki/wiki/Народные_русские_сказки_(Афанасьев)/Мужик,_медведь_и_лиса) (дата обращения: 12.01.2025).

² Там же.

³ Полуправда. Притча от Феликса Кривина [Электронный ресурс]. URL: https://pritchi.ru/id_1288?cookie_control=1 (дата обращения: 12.01.2025).

⁴ У страха глаза велики [Электронный ресурс]. URL: <https://deti-online.com/skazki/russkie-narodnye-skazki/u-straha-glaza-veliki> (дата обращения: 12.01.2025).

⁵ Трикстер // Мифологический словарь / гл. ред. Е. М. Мелетинский: [сайт]. URL: <https://web.archive.org/web/20111015012121/http://bibliotekar.ru/mif/195.htm> (дата обращения: 12.01.2025).

руемые с помощью цифровых средств массовой информации и коммуникации.

С появлением информационных технологий, цифровизации ускоренно продолжается трансформация образов, восприятия окружающего мира и взаимодействия с ним. Информационное общество из фантастических произведений становится действительностью. Росту цифровизации и виртуализации пространства сопутствует возникновение новых способов обмана, а почва для самообмана становится наиболее плодородной [13; 14].

Согласно Ж. Бодрийяру, СМИ опираются на принцип соотнесения рекламируемого образа с желанием индивида отличаться от общества. Лицедейство массовой культуры и средств массовой информации состоит в том, чтобы использовать желание личности «быть собой» или желание «отличаться от одномерного социума» для того, чтобы заставить индивида приобретать ненужный товар, потребляя идеальное представление о себе [15, с. 65]. «Какая мать семейства не мечтает о стиральной машине, специально созданной для неё?» – спрашивает реклама. Действительно, какая мать семейства не мечтает об этом? Их миллионы, мечтающих об одной и той же стиральной машине, специально созданной для каждой из них» [16, с. 127].

Происходит это, предположительно, потому, что человек цифровой эпохи совершает ту же ошибку, что и первобытный человек, которую описывал Леви Брюль. Это полное безразличие к логическому закону противоречия, допущение сочетания противоположностей в одном представлении [17]. Такое уподобление без рефлексии, вызванное привычкой к поверхностному и фрагментарному познанию, приводит к ряду заблуждений, популярных сегодня [13, с. 79]. Среди них – ложное самоопределение и саморепрезентации в интернете, вера в лёгкий заработок денег посредством

майнинга криптовалюты с помощью возможностей персонального компьютера или мобильных устройств в развлекательном приложении «Hamster Kombat» на основе сервиса Telegram, желание возвысить себя и решить свои проблемы приобретением мнимого статуса [18, с. 106–107].

Метастазирования фейк-контента и его продажа приводят к поощрению нарциссических проекций как следствию самообмана. Нарциссизм – свойство характера, заключающееся в чрезмерной самовлюблённости и самооценке – грандиозности, в большинстве случаев не соответствующей действительности. Среди таких нарциссических проекций в цифровом пространстве часто можно наблюдать, как проповедуют самопровозглашённые гуру. Проповедуют в основном правила жизни, объясняют причины тех или иных неудач рядового человека. Игрывают такие лицедеи как раз на чувстве неполноценности человека, на его необходимости самоопределения.

Заключение

В итоге обман не просто сопровождает человеческую жизнь, является константой человеческих, общественных, межличностных взаимоотношений, но и раскрывается как социокультурный код. Лицедейство в своих негативных коннотациях предстаёт как одна из практик обмана. Общество потребления как общество массовой культуры с использованием цифровых технологий и иррациональных желаний человека провоцирует «тотальность» лицедейства. Сказка как фольклор и литературный жанр, обращённая к вымыслу, иррациональному, воображаемому, галлюцинации, к до-сознательной встрече с «я», репрезентирует социокультурный код обмана. Фигура «трикстера» как архетип лукавства, шута, двойника, обманщика соединяет в себе лицедейство и сказку.

ЛИТЕРАТУРА

1. Авдеенко Е. В. Социально-философские и эволюционные предпосылки обмана // Гуманитарные и социальные науки. 2023. Т. 100. № 5. С. 2–9. DOI: 10.18522/2070-1403-2023-100-5-2-9.
2. Гиренок Ф. И. Ценности и смыслы в галлюцинозе русского сознания. М.: Проспект, 2025. 392 с.

3. Дубровский Д. И. Обман. Философско-психологический анализ. М.: РЭЙ, 1994. 120 с.
4. Рахимова М. В. Социально-философский анализ феномена «синдрома Апаты»: обман как свойство театральной природы человека // Медицина. Социология. Философия. Прикладные исследования. 2023. № 2. С. 88–95.
5. Гегель Г. В. Ф. Феноменология духа. М.: Наука, 2000. 496 с.
6. Монтень М. Об изобличении лжи // Монтень М. Опыты: в 3 кн. Книги первая и вторая. М.: Наука, 1979. С. 591–595.
7. Дубровский Д. И. Расшифровка кодов (Методологические аспекты проблемы) // Вопросы философии. 1979. № 12. С. 87–100.
8. Переслегин С. Б. Цивилизации в людях и кодах // Изборский клуб. 2020. № 9 (85). С. 24–34.
9. Рау И. Истина и заблуждение, правда и ложь: философские заметки // Право и практика. 2021. № 4. С. 234–241. DOI: 10.24412/2411-2275-2021-4-234-241.
10. Франк С. Реальность и человек. М.: Республика, 1997. 344 с.
11. Юнг К. Г. Душа и миф: шесть архетипов / пер. с англ. М.: Совершенство: Port-Royal, 1997. 384 с.
12. Артемова Ю. А. Социальный трикстер как герой социокультурной неопределённости // Практическая философия: состояние и перспективы: сборник материалов VII научной конференции (Симферополь, 13–14 мая 2024 г.). Симферополь: Ариал, 2024. С. 252–256.
13. Былевский П. Г. «Виртуальная реальность» как инструмент глобальных манипуляций социально-культурной идентичностью // Философия и культура. 2024. № 2. С. 72–83. DOI: 10.7256/2454-0757.2024.2.69843.
14. Симонян Э. Г. Обман как социальное явление: структурно-функциональный подход // Социально-гуманитарные знания. 2023. № 3. С. 70–73.
15. Кудряшев А. Ф., Елхова О. И. Перевернутая истина // Современные философские исследования. 2023. № 4. С. 58–70. DOI: 10.18384/2949-5148-2023-4-58-70.
16. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / пер. с фр. Е. А. Самарской. М.: Республика: Культурная революция, 2006. 269 с.
17. Леви-Брюль Л. Первобытное мышление. М.: Атеист, 1930. 344 с.
18. Еремина А. А., Алексеев А. Ю. Дизъюнктивный скептический аргумент в метавселенной. Доверительная проблема цифрового двойника // Научноисследовательские исследования. 2023. № 3. С. 103–120. DOI: 10.31249/scis/2023.03.06.

REFERENCES

1. Avdeenko, E. V. (2023). Socio-philosophical and evolutionary prerequisites for deception. In: *The Humanities and social sciences*, 100 (5), 2–9. DOI: 10.18522/2070-1403-2023-100-5-2-9.
2. Girenok, F. I. (2025). *Values and meanings in the hallucinosis of Russian consciousness*. Moscow: Prospect Publ. (in Russ.).
3. Dubrovsky, D. I. (1994). *Deception. Philosophical and psychological analysis*. Moscow: REY Publ. (in Russ.).
4. Rakhimova, M. V. (2023). Socio-philosophical analysis of the phenomenon of “Apata's syndrome”: deceit as a property of the theatrical nature of man. In: *Medicine. Sociology. Philosophy. Applied research*, 2, 88–95 (in Russ.).
5. Hegel, G. V. F. (2000). *Phenomenology of Spirit*. Moscow: Nauka Publ. (in Russ.).
6. Montaigne, M. (1979). On the Exposure of Lies. In: Montaigne, M. *Essays. Books One and Two*. Moscow: Nauka Publ., pp. 591–595 (in Russ.).
7. Dubrovsky, D. I. (1979). Decoding Codes (Methodological Aspects of the Problem). In: *Questions of Philosophy*, 12, 87–100 (in Russ.).
8. Pereslegin, S. B. (2020). Civilizations in People and Codes. In: *Izborsk Club*, 9 (85), 24–34 (in Russ.).
9. Rau, J. (2021). Truth and Delusion, Truth and Lies: Philosophical Notes. In: *Law and Practice*, 4, 234–241. DOI: 10.24412/2411-2275-2021-4-234-241 (in Russ.).
10. Frank, S. (1997). *Reality and Man*. Moscow: Republic Publ. (in Russ.).
11. Jung, K. G. (1997). Soul and Myth: Six Archetypes. Moscow: Perfection Publ., Port-Royal Publ. (in Russ.).
12. Artemova, Yu. A. (2024). Social trickster as a hero of socio-cultural uncertainty. In: *Practical philosophy: state and prospects: collection of materials of the VII scientific conference (Simferopol, May 13–14, 2024)*. Simferopol: Arial, pp. 252–256 (in Russ.).
13. Bylevsky, P. G. (2024). “Virtual reality” as an instrument of global manipulation of socio-cultural identity.

- In: *Philosophy and Culture*, 2, 72–83. DOI: 10.7256/2454-0757.2024.2.69843 (in Russ.).
14. Simonyan, E. G. (2023). Deception as social phenomenon: structural- functional analysis. In: *Social and humanitarian knowledge*, 3, 70–73 (in Russ.).
 15. Kudryashev, A. F. & Elkhova, O. I. (2023). Inverted Truth. In: *Modern Philosophical Studies*, 4, 58–70. DOI: 10.18384/2949-5148-2023-4-58-70 (in Russ.).
 16. Baudrillard, J. (2006). *Consumer Society. Its Myths and Structures*. Moscow: Republic Publ.: Cultural Revolution Publ. (in Russ.).
 17. Levy-Bruhl L. (1930). *Primitive Thinking*. Moscow: Atheist. (in Russ.).
 18. Eryomina, A. A. & Alekseev, A. Yu. (2023). A Disjunctive Skeptical Argument in the Metaverse. The Confidence Problem of a Digital Double. In: *Science Studies*, 3, 103–120. DOI: 10.31249/scis/2023.03.06 (in Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Пихновский Вадим Владимирович (г. Тверь) – аспирант кафедры психологии, истории и философии Тверского государственного технического университета;
e-mail: pihnovsky@yandex.ru

Евстифеева Елена Александровна (г. Тверь) – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой психологии, истории и философии Тверского государственного технического университета, заведующий кафедрой философии и психологии с курсами биоэтики и истории Отечества Тверского государственного медицинского университета;
e-mail: pif1997@mail.ru

Григорьева Дарья Дмитриевна (г. Тверь) – кандидат философских наук, доцент кафедры, философии и психологии с курсами биоэтики и истории Отечества Тверского государственного медицинского университета;
e-mail: danya72@mail.ru

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Vadim V. Pikhnovsky (Tver) – Postgraduate Student, Department of Psychology, History and Philosophy, Tver State Technical University;
e-mail: pihnovsky@yandex.ru

Elena A. Yevstifeeva (Tver) – Dr. Sci. (Philosophy), Prof., Head of the Department of Psychology, History and Philosophy, Tver State Technical University, Head of the Department, Department of Philosophy and Psychology with courses in Bioethics and History of the Fatherland, Tver State Medical University;
e-mail: pif1997@mail.ru

Darya D. Grigoryeva (Tver) – Cand. Sci. (Philosophy), Assoc. Prof., Department of Philosophy and Psychology with courses in Bioethics and History of the Fatherland, Tver State Medical University;
e-mail: danya72@mail.ru