

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕЦЕПЦИЯ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ ЖИЗНИ: ЯЗЫК КАК МАРКЕТИНГ-СТРУКТУРА

Наталья ХАЛИНА,

Профессор, доктор филологических наук,
Алтайский государственный университет, г. Барнаул, Россия

Rezumat

Problema pusă în discuție în acest articol ține de folosirea limbajului ca structură de marketing în crearea condițiilor de spațiu. În acest context, limbajul poate fi interpretat drept un „serviciu” oferit de mijloacele mass media vorbitorului. Limbajul mass media, ca structură de marketing, participă la organizarea vieții economice. În mass media, procesul de comunicare, din perspectivă dinamică, își găsește reflectare în sectorul de piață. Datorită sectorului de piață, furnizorul media influențează uniformitatea folosirii limbajului de către utilizatori. În articol, se analizează sectorul media care aparține furnizorului „Reporterul rus”. Articolul are ca obiect de cercetare schema de transformare a sistemului de identificare a valorilor vorbitorului ce rămâne depozitată în memoria acestuia.

Abstract

The discussing problem is the using of language as a marketing structure in the building of space conditions. In this context the language can be interpreted as a service which is done by mass media to language user. Mass media language as marketing structure participates in the organization of economic life. In mass media the communicative process of history finds the size of segmental market. Thanks to segmental market media provider has influence on uniformity of language users. In the article the segment of media reality belonging to media provider “Russian Reporter” is analyzed. The object of exploration is the transformation scheme of language user value identification system which disposes in user’s memory.

В 90-ые гг. прошлого столетия Фр. Данеш и С. Чмейркова обратили внимание на распространение понятия «языковой менеджмент», определяющего значимость в жизни языков не только факторов культурных, но и политических и экономических¹. Отдаленно понятию языкового менеджмента соответствует, по мнению чешских лингвистов, понятие «языковая культура», предполагающее культивирование языка. Значимость экономических факторов в конце первого десятилетия нового тысячелетия демонстрирует некоторые тенденции изменения отношения к языку: язык в большей степени начинает восприниматься как особая коммуникационная система, представляющая собой результат преобразования естественного языка в маркетинг-структуру.

Р. Калька обращает внимание на глубокие экономические и социальные изменения, произошедшие в последние два десятилетия и приведшие к усилению роли специалиста по маркетингу в достижении успеха организации или предприятия: задача специалиста по маркетингу заключается в преобразовании ориентации организации или предприятия на рынок в конкретные мероприятия². Одним из немаловажных факторов успешности деятельности маркетолога является использование языка как маркетинг-структуры при построении «пространства состояний»³, каждое из которых должно содержать достаточную информацию об истории диалога, чтобы соблюдалось свойство однородности сети. Язык как маркетинг-структура подготавливает к «сбыту» некоторую теорию, концепцию, идею; обеспечивает ориентацию на рынок концепции управления социальной системой; является услугой (методикой обучения стратегии диалога), оказываемой средствами массовой информации пользователю языка.

В таких условиях коммуникативного спроса теряет смысл культивирование языка как символа идентичности, становится более актуальным совершенствование его как структуры коммуникационной, улучшающей работу системы распознавания, или социального субъекта, которая под воздействием окружающей среды изменяет свои «технические» параметры.

В качестве составляющих окружающей среды в изменяющихся условиях существования человека начинают выступать и экономические теории, мотивирующие внутреннюю форму создаваемого социального способа коммуникации, отнюдь не обязательно

¹Данеш *et alii*, 1994.

²Калька, 2007.

³Pietquin, 2004.

соотносимого с понятием культуры, – утонченностью, которую нужно выработать и до которой придется возвыситься⁴. Современная Россия, по убеждению Г.М. Гукасьян, неуклонно руководствуется в процессе своего становления основными положениями теории либерализма – экономической теорией, декларирующей приоритетность частной собственности на средства производства и свободу личной инициативы экономических субъектов⁵.

Экономическая теория либерализма принадлежит к неклассическому направлению, отличительной чертой которого является активное внедрение формально-математических методов в экономическую теорию. «Стремление внести в экономическую теорию формальные методы, – пишет Г.М. Гукасьян, – объяснялось желанием, во-первых, превратить ее в точную науку, свободную от неопределенных суждений, которыми характеризовалась политическая экономия со времен А. Смита, во-вторых, сделать ее в отличие от марксизма социально нейтральной»⁶.

Неолибералы оценивают процессы хозяйственной жизни с точки зрения национальной экономики в целом (макроэкономики); макроэкономическая политика государства сводится к системе мер по формированию среды, благоприятной для хозяйственной деятельности, прежде всего в направлениях, соответствующих общественным интересам. Язык в таком случае рассматривается как средство формирования среды, или маркетинг-структура, способствующая достижению взаимной цели вступивших в коммуникацию агентов и улучшению работы одного из агентов, изменяющего свои параметры под воздействием окружающей среды. Языковая политика, становясь составляющей макроэкономической политики государства, должна не противоречить доминирующей экономической концепции, а в случае принадлежности последней к неклассическому направлению строиться с учетом формально-математических методов.

В таком случае актуальной становится проблема обучения естественной системы, коей является человек, навыкам поведения технической системы, руководствуемой в своем функционировании диалоговой грамматикой, ознакомление с правилами которой происходит параллельно с чтением материалов средств массовой информации. Язык средств массовой информации и предстает в ходе организации процессов хозяйственной жизни в качестве маркетинг-структура, которая должна обеспечить взаимодействие между двумя агентами, или диалог в его интерпретации применительно к адаптивным многомодальным системам. Образец подобного проблемно-ориентированного диалога создается в № 7 от 2009 г. международного ежемесячника «Совершенно секретно»:

- Ты вообще, что себе позволяешь? Не поясничай. Не затем звоню. Ты своим-то языки укороти. А то обнаглели совсем. Чешут их, где попало, писакам этим сопливым все сливают. Ты им скажи, я им кое-что почешу, вспомню ленинградское детство...
- Повторяетесь. Вы уже по поводу российско-белорусских дел проходились: «кто как обзывается, тот так и называется». Я вообще не пойму, зачем было всю эту молочную кашу заваривать. Чтобы тут же ее переварить. Лучше бы с Кудриным своим разобрались. Он что о себе возомнил! Почти рассорил нас с Батькой. А на питерском форуме (экономический форум в С.-П. – Ред.) я им про одно говорю, а он о каком-то дне кризиса, до которого мы еще не достали.

Как отмечают А.Л. Ронжин, А.А. Карпов и И.В. Ли для достижения взаимной цели в диалоге агенты обмениваются устными сообщениями, содержащими намерения, оценивая взаимодействия и стратегии, которые использует каждый из агентов⁷. Обучение оптимальной стратегии диалога основывается на понимании диалога как процесса становления агента в качестве системы распознавания. Э. Мейерсон, А. Бергсон, А. Уайтхед и другие философы становления говорили об опространствлении – спационализации мира, о его арифметизации и механизации⁸. А. Уайтхед представил модель, в которой каждое актуальное событие

⁴Оксф., 2000.

⁵Гукасьян, 2007.

⁶Гукасьян, 2007, с. 129.

⁷Ронжин *et alii*, 2006.

⁸Марков, 2007.

определяет свой собственный мир; он выделил две разновидности процесса: макроскопический и микроскопический. Под макроскопическим процессом понимается открытость «вещи» прошлому и будущему, переход от достигнутой актуальности к актуальности в достижении; превращение «вещи» из завершенности в длительность.

Экономическая специализация России, механизация ее мира сводится к разрешению проблемы о создании искусственной самоорганизации в технических (в том числе искусственных биологических) системах. Первое отличие искусственных самоорганизующихся систем от естественных, по утверждению С.В. Корниенко и О.А. Корниенко, состоит в том, что искусственные системы спроектированы вести себя упорядоченным образом. Второе отличие заключается в том, что в искусственных системах энергия отделяется от информации (в естественных системах поток информации неразрывно связан с потоком энергии)⁹

«Кто как обзывается, тот так и называется», «питерский форум», «дно кризиса» – элементы специализации пользователя языка как системы распознавания в политико-экономической ситуации. Создание пространства состояний для системы распознавания осуществляется с помощью стилистических и культурологических штампов, стилизации, просторечных единиц, жаргонизмов, «интеллигентских штучек» – синтактико-стилистических приемов построения образа: *не поясничай, обнаглели совсем, вспомню ленинградское детство (вспомнишь детство золотое), кашу заваривать, где попало, писаки сопливые, язык чесать, сливать, повторяется, уже по поводу ... проходились; не пойму, зачем; лучше бы ... разобрались; что о себе возмнил; я им про..., а он о...*

Модификация статуса языка в жизни человека обусловлена изменениями окружающей среды, которые требуют более быстрой выработки решений. Выработка решения в интеллектуальной системе проходит несколько этапов, обретая циклический характер: 1) кодирование сигнала; 2) преобразование модели находящейся в памяти системы; 3) вычисление соответствующего действия (не следует упускать из виду, что каждое изменение в модели системы сказывается на планировании)¹⁰. Радикальное ускорение деятельности интеллектуальной системы возможно во второй части цикла – осуществление преобразования внутренней модели памяти системы.

Преобразование внутренней модели памяти системы происходит на основе использования в качестве исходной «экономической» картины мира или «экономического» образа мира, в дальнейшем порождающих некий экономический вариант этики, образцом которой может служить этика протестантская. Термин «протестантская этика» (Protestant ethic) был предложен М. Вебером для собирательного описания качеств (трудолюбие, воздержание от роскоши, рациональность и бережливость), которые сыграли важную роль в развитии капитализма в Европе¹¹. Протестантские церкви (большее число их прихожан проживает в США) ведут службы на разговорном языке страны, что позволяет им поддерживать жизнедеятельность своих прихожан посредством асинхронной посылки сообщений. Характерным для протестантов является принцип личного мнения при истолковании Писания, создание рационального истолкования Библейского нарратива; проповедь религии без Бога, т.е. признание религии только учением о нравственности.

Библейский нарратив, рассматриваемый лишь как моральное учение, способен самоорганизоваться в нечто себе противоположное – асинхронную модель параллельных вычислений, получившую в работах Р. М. Келлера название именованной системы переходов¹². Подобная система способствует превращению Логоса (в православной доктрине – Христа) в Фюсис – «властвующее». И.А. Исаев, анализируя особенности рождения Закона и усилия античного мышления, способствующие этому, приходит к выводу, что выявление сущности «фюсис», изъятие его из непознанности и превращение в Логос представляет собой нормальный путь происхождения мира¹³.

⁹Корниенко *et alii*, 2006.

¹⁰Болотов *et alii*, 2004.

¹¹Вебер, 1990.

¹²Keller, 1975.

¹³Исаев, 1998.

Именованная система переходов представляет собой процедуру подготовки Логоса к трансформации меонального окружения. Меональное окружение, согласно А.Ф. Лосеву, есть окружение в аспекте диалектической подвижности каждого эйдоса – того, что видится мыслью, осязается умом, созерцается интеллектуально в логической форме языка¹⁴. Подвижность русского эйдоса в № 24 (103) 25 июня – 2 июля 2009 «Русского репортера» определяется как «техника выживания»:

- (1) «Он сидит на скамейке около железнодорожного вокзала в позе расслабленного самурая, ожидая восхода солнца и поезда на *Йогурт* – так в шутку здесь именуют Екатеринбург».
- (2) Впрочем, говорить «уволенные» – дурной тон. Я уже успела посмотреть местные новости и услышала там замечательное слово «*высвободившиеся*».
- (3) «Я вуз оканчивал. Государство в меня деньги вложило. Я теперь *интеллектуальная инвестиция России*».
- (4) – Лет пять ничего не сажали, а теперь забегали. И урожай, похоже, хороший будет. Кто тогда к нам за товаром тогда пойдет, непонятно. Вся надежда на *тимуровцев*.
– Тимуровцев?
– Ну, так у нас тех называют, кто с грядок ворует, – смеются продавщицы.

На основе меонального окружения эйдос (эйдосы) – *йогурт, высвободившиеся, инвестиция* – из нерасчлененного единства превращается в расчлененный образ, пребывающий в неизменном движении: *Йогурт* – кисельные берега, молочные реки; *высвободившиеся* – освобожденные от чего-то стесняющего; *переставшие употребляться, применяться, обретшие свободу, «отряхнувшие прах прошлой жизни со своих ног»*; *инвестиция* – «экономическая» рефлексия на обстоятельства жизни; то же что инвестирование, вкладывание капитала в какое-либо предприятие внутри страны или за ее пределами с целью получения прибыли. На основе меонального окружения эйдос из нерасчлененного единства превращается в расчлененный образ, пребывающий в неизменном движении. Меональное окружение, открывающее необходимый иррациональный момент в самой рациональности сущего, момент диалектически необходимый, не позволяет смыслу, то есть эйдосу, терять определенность и очертание, иначе – обесмысливаться.

Подготовка Логоса к трансформации меонального окружения – того, что видится мыслью, созерцается интеллектуально – предполагает использование русского языка в качестве структуры, обеспечивающей обмен сообщениями между интеллектуальными агентами и располагающей рекомендациями (на уровне логической формы языка), как следует строить отношения обмена. Означенные параметры русского языка является основанием для классификации его в качестве маркетинг-структуры.

Р. Калька выделяет следующие основные задачи маркетинга: 1) систематический поиск и выход на новые рынки, создание информационной базы, накапливающей данные о процессах обмена между организациями; 2) планомерное использование различных согласованных инструментов организации процессов обмена с целью обеспечения или увеличения сбыта¹⁵. В процессе экономической специализации России наиболее эффективным инструментом организации обмена сообщениями между социальным субъектом и государственным аппаратом с целью «сбыта» концепции экономической рецепции обстоятельств жизни является медиапровайдер, определяющий горизонт возможностей пользователя языка в синхронном сегменте коммуникационного процесса истории. Коммуникационный процесс истории в средствах массовой информации обретает формат сегментированного рынка: благодаря сегментированию рынка маркетолог – медиапровайдер – определяет гомогенные (единообразные) группы потребителей языка, поведение которых в отношении мероприятий в области сбыта, в нашем случае, экономической идеи можно более легко спрогнозировать.

Сегмент медиатизированной реальности, принадлежащий медиапровайдеру «Русский репортер» (если в качестве исходной базы данных использовать № 24 (103) 25 июня – 2 июля 2009), позиционируется высказываниями-процессами, которые маркируют семантически

¹⁴Лосев, 1993.

¹⁵Калька, 2007.

значимые узлы в инфраструктуре синхронного социума. В итоге оформляется некоторая схема преобразования сегментировано направленного типа находящейся в памяти носителя языка системы идентификации ценностных параметров воспринимаемого объекта, обусловленная необходимостью «сбыта» экономической идеи: декларируемая истина, обладающая формой выражения, которая может быть подвержена преобразованию» → потенциально заданная форма преобразования физической формы синтаксического сегмента → вариант возможной формальной реконструкции, позволяющий получить более общее семантическое содержание и перейти на уровень оперирования абстрактными сущностями → идентификация места в социальной сети распределения содержаний, вырабатываемых этносом в процессе интеллектуального производства.

Все сказанное может быть проиллюстрировано следующим образом с учетом приоритетных сфер интеллектуального формообразования современного российского общества: «никто не знает, как правильно писать по-русски», или «никто не знает как по-русски» (ОБРАЗОВАНИЕ, или грамотность); «техника выживания в городе безработных», или «техника выживания» (БЫТ И НРАВЫ РУССКОГО НАРОДА В НАЧАЛЕ XXI в.); «минздрав-паралич – компьютерная неумолимость, помноженная на человеческую халатность», или «компьютерная неумолимость» (МЕДИЦИНА, или утилизация болезни); «пузырь внешних и внутренних долгов США подобен блефу в карточной игре», или «логика кризиса» (ЭКОНОМИКА); «жесткая логика бизнеса не позволяет оплачивать промежуточные звенья в логических цепях – те самые фундаментальные исследования», или «оплачивать звенья в логических цепях» (НАУКА); «жилыцы, не способные больше платить по ипотечному кредиту», или «большая экономическая война» (КУЛЬТУРА).

Приоритетными направлениями интеллектуального формообразования в синхронной российской медиатизированной реальности становятся грамотность (дополняемая определением «информационная»), выживание, утилизация, экономия усилий, атрофия русского культурного начала.

Забвение собственных культурных традиций и этических регламентов (системы запретов, определяющих особенности поведения этноса в соответствии с избранной картиной мира – православной религией), подкрепленное незнанием русской грамоты, обрекает этнос на исчезновение, превращая его жизнь в технику выживания. Основной логический принцип существования в создавшихся обстоятельствах – экономия интеллектуальных и эмоциональных ресурсов, мотивирующая в качестве формы реализации коммуникативной рациональности форму «логика кризиса». Забота о здоровье, или о здравии, сводится не к культивированию здорового состояния тела и духа, т.е. опережению стечения обстоятельств, обуславливающих возникновение проблемы – болезни, а к разработке мер по утилизации болезни и физического тела человека – дома бытия души и духа. Кстати, утилизации подлежит способность русского языка «осознательно сознавать живость и непосредственность чувств, ощущений, душевных переживаний и внешних проявлений воли», указывать на «обилие в русской натуре тех психических состояний, в которых накаплиются, сохраняются живость, непосредственность и свежесть душевных чувств, ощущений, движений и проявлений. Подобные психические состояния играют капитальную роль в экономии душевной жизни и в развитии ее, в смысле постоянного ресурса, запаса неиссякаемой душевной энергии. Язык у каждого народа служит не только орудием для выражения этого запаса энергии, но и проводником для накопления и средством для ее сохранения. Русский язык, по означенным нами свойствам, является таким орудием, проводником и средством наиболее способным»¹⁶.

Логика бизнеса не предполагает развития отраслей знания, не приносящих «физической» пользы абстрактному социальному субъекту, что влечет за собой утрату необходимости выработки обоснованных, системно организованных знаний о мире, т.е. науки. Приоритетными становятся другие виды познавательной деятельности – обыденное и художественное, в некоторой степени религиозное постижение мира, чему способствовала и вторая волна лингвистического поворота в 40-50-ых гг. XX в., в

¹⁶Хохряков, *арид* Виноградов, 1945, с. 54-55.

соответствии с позициями которой, актуальными признаются описания различных типов языка в его обыденном функционировании, исследования объективированных структур языка вне связи с субъектом, описание политических и социальных функций языка. Квази-субъектом познания выступает надындивидуальная языковая игра, порождающая «картину мира» – эпистемическую очевидность, предпосылочную и первичную по отношению ко всем рациональным представлениям индивидуального сознания¹⁷.

Таким образом, «в процессе» второй волны лингвистического поворота «картина мира» – категория М. Вебера, характеризующая ход логического саморазвития основополагающих религиозных идей и системы координат, позволяющих определять направления жизнедеятельности мирян, ее важнейшие цели¹⁸, замещается порождением надындивидуальной языковой игры. Иначе: истолкование отношения человека к миру, взятому как космос естественных и смысловых связей, единство когнитивного и нормативно-оценочного аспектов заменяется взаимопонимающим диалогом, в котором: а) осуществляется перевод речевой и, соответственно социокультурной, реальности в игровую плоскость; б) очерчивается горизонт возможных миров индивидуального и социокультурного опытов; в) предполагается соблюдение требования интерпретируемости модельной семантики, которое заложено в основе конституирующей игру языка. Проблема состоит, в таком случае, только в выборе понимания природы языка как некоего конституирующего игру начала.

При разработке экономической картины мира, производной от эпистемической очевидности, детерминированной надындивидуальной языковой игрой, приходится поступаться нормативно-оценочным аспектом, неким сверхмирным принципом, возвышающимся над эмпирическим миром и позволяющим «взглянуть и на «земной» мир, и на себя в нем; взглянуть, чтобы оценить, чтобы получить возможность увидеть, составив себе «картину увиденного»¹⁹. Язык уже не должен более содействовать развитию способности «составить картину увиденного», он должен разместить или, в крайнем случае, создать среду для размещения-оживления экономически полезной, а следовательно, эволюционно целесообразной концепции в семантическом поле социального субъекта. Причем семантическое поле необходимо трактовать в данном случае в соответствии с пониманием известного итальянского онтопсихолога А. Менегетти: «Семантическое поле – это информационный передатчик, действующий без смещения энергии ... это передача информации от одного субъекта к другому. Это базовая информация, предвосхищающая чувства и сознание; это своего рода телефон, по которому с нами говорит природа (под природой я подразумеваю всю реальность данного человека)»²⁰.

Язык при этом выполняет функцию структуры, размещающей государственно-управляющий сверхпринцип в семантическом поле пользователя языка, функцию маркетинг-структуры. История в таком случае понимается в качестве процесса рационализации общества (возможно, видимо, «экономизацию», как и электрофикацию, истолковывать в качестве частных форм рационализации) и в этой части не противоречит исходной теории рациональности Ю. Хабермаса²¹. Рационализация общества, согласно Ю. Хабермасу, предполагает рост производительных сил посредством рационализации средств и процедур их выбора (1); рационализацию действия, ориентированного на взаимопонимание (2); устранение тех отношений принуждения, которые незаметно встроены в структуры коммуникации (3). Устранение отношений принуждения в структурах коммуникации, построенных с помощью русского языка, предполагает устранение отношений между русским языком и представителем русской языковой культуры, а как следствие, между жителем России и его природой, которая воплощена в слове русского языка, в материи

¹⁷Филлипович, 2003.

¹⁸Давыдов, 1990.

¹⁹Давыдов, 1990, с. 761.

²⁰Менегетти, 2004, с. 36-37.

²¹Habermas, 1971.

языка, по утверждению К.С. Аксакова, обретающем свою объективность близкую развивающемуся духу²².

Кроме того, Ю. Хабермас полагает, что нормативные структуры не должны следовать линии развития материального производства, имея внутреннюю историю. И в этой позиции в отечественном варианте теории коммуникативной рациональности можно обнаружить несоответствие постулатам первоосновы – теории Ю. Хабермаса. Так, сочетание *сдельный приговор* достаточно непротиворечиво отражает процесс экономической рационализации принципов социальной организации, вступая в резонансные отношения с лексемой литературного языка *сдельный* ‘оплачиваемый, исчисляемый по количеству работы, выработанного продукта’ и указывая на направления достраивания «промежуточных звеньев в логической цепи». В качестве мотивирующего значения для лексемы *сдельный*, с учетом выше указанных коммуникативных обстоятельств, следует избирать первое значение лексемы *сделка* – «экономическое» – ‘соглашение между договаривающимися сторонами о каких-то взаимных обязательствах (обычно коммерческих)’, а не второе ‘тайное соглашение о каких-то действиях (обычно неблагоприятных), сговор’, производным от которого является устойчивое сочетание *сделка с совестью* ‘поступок против собственных убеждений’. Однако поскольку уровень культурно-языковой компетенции пользователей русского языка в данный момент коммуникационного процесса истории превышает уровень экономической грамотности, а протестантская этика пока не стала определяющим жизненным принципом россиянина, сочетание *сделка с правосудием* расценивается как частичный синоним сочетания *сделка с совестью*.

Культура по-прежнему, в соответствии с оценкой английского поэта и критика XIX в. Мэтью Арнольда, остается стремлением к совершенству, модифицируется только предел – экономическая терминология перемежается эстетическими сообщениями, производящей базой которых является все та же экономическая терминология. Такова особенность состояния культуры, по внутренней форме отождествляемой с Великой депрессией, а по внешнему выражению напоминающей поисковую систему, пытающуюся из множества поступающих разрозненных сигналов создать узор, открывающий смысл происходящих событий.

Изменяется масштаб понимания культуры: более приемлемым в современных обстоятельствах жизни является значение этой лексемы ‘наличие условий жизни, соответствующих потребностям современного человека’ (утрачивается компонент значения ‘просвещенного’), а не значение ‘совокупность достижений человеческого общества в производственной, общественной и духовной жизни’.

Умение владеть экономической терминологией, конструировать единицы, подобные экономическим терминам, адекватно отражает пространство состояний современного общества – «картину кризиса», которая и есть на настоящий момент развития человечества его «картина мира»: *большой экономический кризис, ипотечный кризис, самый высокий уровень неплатежей по ипотечным кредитам, банки, неплательщики, приставы, заплатить проценты по ипотечному кредиту, реструктурировать финансовую систему, Великая депрессия*. Моделируется образ жизни «большая экономическая война», для которого являются а) маркерами единицы, включающие «экономический» компонент *клубок финансового, ипотечного кризиса, колоссальная безработица, автомобильная промышленность (встала), хищнические кредиты*, б) средой осуществления выступает медиатизированная реальность; в) формой выражения служит язык как маркетинг-структура.

Литература

АКСАКОВ, К.С. *Ломоносов в истории русской литературы и русского языка* // Аксаков К.С. Полн. собр. соч. Т.2. Ч.1. М. Цит. по: Безлепкин, Н. И. *Философия языка в России: К истории русской лингвофилософии*. СПб: «Искусство-СПб», 2002 [=Аксаков, 1875].

БОЛОТОВ, А.Е., БОЧАРОВ, В.А., ГОРЧАКОВ, А.Е., МАКАРОВ, В.В., ШАНГИН, В.В. *Пусть докажет компьютер*. Вып 5. *Логика и компьютер*. Москва: Наука, 2004 [=Болотов *et alii*, 2004].

ВЕБЕР, М. *Избранные произведения*. Москва: Наука [=Вебер, 1990].

²²Аксаков, 1875.

- ГУКАСЬЯН, Г.М. *Экономика от «А» до «Я»: Тематический справочник*. Москва: ИНФРА-М, 2007 [=Гукасьян, 2007].
- ДАВЫДОВ, Н.Ю. «Картины мира» и типы рациональности // Вебер М. *Избранные произведения*. Москва: Наука, 1990. С. 736-769 [=Давыдов, 1990].
- ДАНЕШ, ФР., ЧМЕЙРКОВА, С. *Экология языка малого народа // Язык – культура – этнос*. Москва: Наука, 1994. С. 27-39 [=Данеш et alii, 1994].
- ИСАЕВ, И.Ф. *Метафизика Власти и закона: У истоков политико-правового сознания*. Москва: Юристъ, 1998 [=Исаев, 1998].
- КАЛЬКА, Р. *Маркетинг*. Москва: Омега-Л, 2007 [=Калька, 2007].
- КОРНИЕНКО, С.В., КОРНИЕНКО, О.А. *Искусственная самоорганизация и коллективный искусственный интеллект: на пути от индивидуума к социуму // От моделей поведения к искусственному интеллекту*. Москва: КомКнига, 2006. С. 287-342 [=Корниенко et alii, 2006].
- ЛОСЕВ, А.Ф. *Бытие – Имя – Космос*. Москва: Мысль, 1993 [=Лосев, 1993].
- МЕНЕГЕТТИ, А. *Введение в онтопсихологию*. Москва: ННБФ «Онтопсихология», 2004 [=Менегетти, 2004].
- МАРКОВ, Б.В. *Знаки бытия*. Санкт-Петербург: Наука, 2001 [=Марков, 2001].
- Оксфордская иллюстрированная энциклопедия*. Т. 7. *Народы и культуры*. Москва: Издательский Дом «ИНФРА-М, Издательство «Весь Мир», 2000 [=Оксф., 2000].
- РОНЖИН, А.Л., КАРПОВ, А.А., ЛИ, И.В. *Речевой и многомодальный интерфейсы*. Москва: Наука, 2006 [=Ронжин et alii, 2006].
- ФИЛЛИПОВИЧ, А.В. *Лингвистический поворот // Новейший философский словарь*. Минск: Книжный Дом, 2003. С. 557 [=Филлипович, 2003].
- ХОХРЯКОВ, П. *Язык и психология*. Москва, 1889. Цит. по: Виноградов В.В. *Великий русский язык*. Москва: ОГИЗ Гослитгиздат, 1945 [=Хохряков, арид Виноградов, 1945].
- НАВЕРМАС, J. *Knowledge and Human Interests*. Boston, 1971 [=Habermas, 1971].
- KELLER, R.M. *A Fundamental Theorem of Asynchronous Parallel Computation // Proc. Of the Sagamore Comput. Conf. Parallel Process. Lecture Notes on Computer Science*. V. 24. Berlin: Springer-Verlag, 1975. P. 194-206 [=Keller, 1975].
- PIETQUIN, O. *A Framework for Unsupervised Learning of Dialogue Strategies*. ULS Presses, 2004 [=Pietquin, 2004].