

И.М. Дзялошинский
М.А. Пильгун

ИДЕНТИЧНОСТЬ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ И ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ

Формирование солидарной идентичности во всех странах считается необходимым условием сохранения целостности государства и поддержания согласия в обществе. Не случайно на уровне высших государственных органов через послания Президента РФ Федеральному собранию, выступления на форумах, транслируется консолидирующее понятие политической нации в значении согражданства, то есть сообщества граждан российского государства. Такая трактовка вкладывается в дискурс через понятия «российская нация», «единый народ России», «мы – многонациональный народ России».

В качестве наиболее заметных попыток по формированию национальной идентичности и усилению общегражданского самосознания, проводимых официальными структурами, можно назвать последовательное внедрение в политическую и социальную практику термина «россияне» с ярко выраженными идентификационными признаками и упразднение так называемой «пятой графы».

Особое место в представленном проекте занимает проблема идентичности, которая требует глубокого анализа. Существует множество научных парадигм интерпретации данного сложного явления. В соответствии с институциональным подходом идентичность – это совокупность стереотипов поведения, которые, в свою очередь, формируются соответствующими институтами [15]. Так, например, институты этнической идентичности включают в себя системы этнического представительства и квот; самоуправления, в т.ч. территориальной автономии и этнического суверенитета; все ступени образовательного процесса, культурные практики и информационные потоки на родном языке и т.п., а также рестораны, кафе и магазины с национальным колоритом. Признание факта, что любая разновидность идентичности и, в первую очередь, этническая характеризуется институциональными признаками, позволяет объективно изучать данный этот феномен. Идентичности является одним из факторов, определяющих специфику национального поведения, этнокультурной группы и даже отдельной личности.

В соответствии с подходом «примордиализм» (от лат. *primordial* – изначальный) – сущность этничности в целом и языка в частности определяется атрибутами, которые исконно присущи человеческим сообществам. В таком аспекте этничность оказывается в крайней степени консервативна

и противопоставлена модернизации. Этнос признается первозданной человеческой общностью, проявляющейся в специфических конкретно-исторических формах. Каждая из этих форм, обладая индивидуальными характеристиками, позволяет маркировать принадлежность человека к определенному этносу и отличать один этнос от другого. Среди огромного количества различных теорий и концепций изучения этносов и этничности в сфере примордиализма в российском контексте преобладают социобиологическое и эволюционно-историческое направления [1; 4; 9].

Инструментальная теория определяет характер этнической идентичности через экономические, политические и коммуникационные процессы. В рамках данной теории различные компоненты этничности (например, язык) выступают как следствие определенной парадигмы общественного развития, а не как самодостаточный элемент.

Конструктивистский подход к вопросам изучения этнической идентичности основывается на том, что различные объединения людей формируют среду, которая наиболее соответствует их обобщенным интересам. В соответствии с подобной точкой зрения, человеческие сообщества рационально выбирают культурный вектор движения вперед, который наиболее выгоден членам данной этнической или социальной группы и не просто приемлемым, но и выгодным [17]. Подобный аспект изучения сконцентрирован на рациональных составляющих формирования и развития этнических групп.

Основная проблема возникновения и развития этнического разнообразия заключается в том, что в некоторых исторических ситуациях это становится опасностью для политической, социальной и территориальной целостности государства.

Можно сослаться на мнение Б. Харффа и Т. Гурра, которые полагают, что качественные характеристики идентичности той или иной группы определяются таких факторами, как коммуникация на одном общем языке, исповедование одной религии, расовые признаки и общая историческая традиция, хотя бы за последние сто лет: «там, где люди различного этнического происхождения непосредственно конкурируют друг с другом по поводу одних и тех же ограниченных ресурсов, их этническая идентичность приобретает для них большое значение... Этнические группы мобилизуются при наличии двух условий – сильного чувства идентичности группы и воздействия неблагоприятных факторов... Основным показателем возникновения этнополитического конфликта является сплочение этнической группы, бросающей вызов другим, и сила и единство руководства ею» [12, 16-17].

Известно, что национальная идентичность может быть создана только при согласованном функционировании общенациональных культурных институтов (образовательные учреждения, музеи, театры, библиотеки, СМИ и пр.). Между тем, следует отметить, что распространение цифровых

технологий принципиально изменило образовательные, научные и культурные процессы, а также приоритеты в получении информации. СМИ и информационные потоки в виртуальной среде, очевидно, становятся лидерами в формировании национальной идентичности, особенно в молодежной среде. Немаловажную роль играет схожесть институциональной организации различных сфер общественной и частной жизни, экономической, политической, социальной и пр. К данному положению относятся правовая система с едиными нормами права, государственная, муниципальная информационная, финансовая, социальная инфраструктура.

Важную роль для успешной межгрупповой межличностной коммуникации в производственной, образовательной, информационной и других сферах, играют поведенческие стандарты, выработанные в результате индустриального роста. Совокупность подобных разнообразных факторов позволяет сформировать национальные культурные коды, которые отличают обобщенный жизненный стиль, реализующий национальную идентичность.

Очевидно, что межгрупповая и межличностная коммуникация не является унифицированной в рамках одного национального контекста. Национальные культурные коды также составляют сложную мозаику, иерархическую систему. И, конечно, общенациональная идентичность не может рассматриваться как совокупность групповых идентичностей. Кроме того, самоидентификация современного человека уже не носит статичного характера, как это было в предшествующие периоды истории. Постмодерность вносит зыбкость и неопределенность в сознание, что приводит к затруднению самоидентификации или смене социальной, этнической и др. идентичности в разные периоды развития личности.

Термин «гражданская идентичность» обычно используют для обозначения осознания индивидом своей государственной принадлежности, то есть представления о себе как о гражданине определенного государства или союза государств. Однако многие исследователи разводят понятия государственное и гражданское самосознание. Например, известный российский исследователь Л. Дробижева предлагает рассматривать государственную идентичность как лояльность именно данному государству, выражающуюся через принятие лидера, идей, символов и знаков, закрепленных в официальных документах, а также позитивного отношения к его истории, законам, нормам [5].

Естественно, между государственной и гражданской идентичностью нет непроходимой стены, а самое главное, наши соотечественники не всегда различают эти свои идентичности. Поэтому, когда такое различие явно не фиксируется, целесообразно использовать понятие «государственно-гражданская идентичность».

Данные, полученные в ходе проводившихся с начала 90-х гг. социологических исследований, позволяют предположить, что российская иден-

тичность тесно переплетается с национальным дискурсом. Возможно, данное переплетение намного более значимо, чем для большей части западноевропейских стран, в которых расширение интеграционных тенденций подрывает в определенной степени национальную идентичность и повышает значение новых типов идентичности: региональной, общеевропейской и пр. Между тем, направление развития российского самосознания скорее ориентировано в направлении этнонациональной идентичности. К примеру, в 2004 г. свыше 85% россиян указали, что они гордятся своей национальностью, причем чувство это оказалось значительно более сильным, чем гордость своей профессией и личными достижениями. В большинстве же стран Западной Европы индикаторы национальной гордости, как известно, иные. Так, в конце 80-х гг. доля британцев, заявивших о том, что они гордятся своей нацией, составила 58,0%, а австрийцев – 53,0% [6, 102-113].

В 2011 году, определяя свою идентичность, 95% опрошенных в стране, по данным исследования Института социологии РАН «20 лет реформ» под руководством Михаила Горшкова, в той или иной степени идентифицировали себя как «граждане России» [5]. Конечно, надо иметь в виду, что это данные, полученные по всероссийской выборке, в которой доминирующее большинство составляют русские. По результатам опроса, 72% ощущают свою общность с гражданами России «в значительной степени».

Что же консолидирует россиян? Установлено, что самым значимым фактором для идентификации является государство, он набирает вдвое большее число голосов, чем любое другое значимое представление, объединяющее россиян, – 60-75%. Среди других консолидирующих представлений 20-35% респондентов называют «ответственность за судьбу страны», «человеческие связи», историческое прошлое, родную землю, природу, язык и культуру. Обычай, черты характера и иное называли до 10% респондентов [7]. Это вполне естественно, ведь речь идет о российской идентичности, которая не случайно часто россиянами воспринимается как государственная, страновая. Именно за счет такого восприятия она так быстро становилась массовой.

Однако все чаще исследователи говорят о кризисе идентичностей, которых характеризуется разрушением традиций, коллективной памяти, отрицанием общепризнанных символов, сопровождаются депрессивными настроениями, пессимизмом в отношении общего будущего, разрывом линии исторического развития, дисгармонией между описательным и нормативным образами себя, уничтожением национальной культуры на фоне чужой.

В качестве факторов, которые отрицательно сказываются на развитии гражданской идентичности можно назвать следующие.

1. Прежде всего, это процесс глобализации. Многие исследователи указывают, что в условиях глобализации политические, социальные, про-

фессиональные, культурные, этнические, религиозные признаки, объединяющие людей, становятся более весомыми, чем формальная принадлежность к определённому государству. Подобное положение приводит к формированию и расширению политических, социальных, экономических, культурных, религиозных формаций, свободных от государственных и территориальных факторов. По определению Джозефа Камиллери, «мы живем в период перехода к новой форме гражданского общества, где нет ясно очерченных границ, базирующихся на принципе национальной идентичности» [16, 35].

В мировом научном сообществе и публичном пространстве артикулируется идея о том, что государство и этничность в глобальном обществе теряют значение. Зигмунт Бауман на рубеже XX–XXI вв. писал, что в современном мире перетасовываемых ценностей и расплывающихся рамок идентичности представляются чем-то, что может надеваться и сниматься, вроде костюма. Важно, чтобы была свобода выбора [3]. Впрочем, существование национальной идентичности во всех современных либеральных демократических государствах является неоспоримым фактом, утверждает Фрэнсис Фукуяма, рассуждая об идентичностях в США и европейских государствах [13].

2. Резкое усиление роли этнического фактора. Возрастание роли этнического признака в политической сфере входит в конфликт с основополагающими классическими ценностями демократии и становится угрозой государственному суверенитету и территориальной целостности и международной стабильности в целом. В этом плане ключевой проблемой, безусловно, является соотношение общероссийской гражданской и этнонациональной идентичности. По данным А.Г. Здравомыслова и А.Л. Андреева, конкретным проявлением общероссийского сознания становится не столько приоритет гражданской идентичности над этнокультурной («общероссийскость»), сколько комплекс близких или идентичных компонентов сознания большинства проживающих на территории России этносов [6].

Показательно, что увеличение числа представителей нерусского населения воспринимается в массовом сознании представителей «коренной» национальности как серьезная угроза благополучию и безопасности. Почти третья часть респондентов испытывает тревогу по поводу нарастания волны миграции нерусского населения в «коренную» Россию. Таким образом, эмпирические данные свидетельствуют о сохранении в России базы для националистических настроений на фоне присутствия национализма как идейно-политического феномена [8].

3. Нарастающий регионализм. Известно, что регионализм является закономерной, органической формой организации политических, экономических, социальных и культурных процессов по территориальному принципу. Так понимаемый регионализм тесно связана с такими явлениями, как

социальная общность этнических, расовых и языковых групп, объединённых территориальным признаком; совокупность хозяйственных и промышленных структур определённой территории; единая аксиологическая парадигма на базе культурных, религиозных и исторических традиций; схожесть политической ориентации [15].

Некоторые исследователи считают, что территориальная идентификация проявляется намного сильнее, чем формы транснациональных или национальных единств. Так, Здравко Млынар пишет: «В демократических или авторитарных странах, на Западе и в третьем мире, международные движения сегодня испытывают болезненный возврат к локальным формам за счет потери значительной части своей аудитории. Все универсальные братства, будь то коммунизм, исламизм или христианство, доказали свою неспособность ослабить привязанность человека к своему кусочку земли, который выступает в качестве... необычайно эффективного символа» [14].

Выделяют два типа этнокультурной идентичности, которые отличают российские регионы. Первый тип – «шотландский», по определению Л.С. Перепелкина. Он характеризуется частичной культурно-языковой ассимиляцией меньшинства со стороны более крупного народа при сохранении своего национального своеобразия (карелы, мордва, удмурты, коми). Второй тип – «баскский» отличается дистанцированием от доминирующего народа (татары, башкиры, чеченцы, тувинцы), что приводит к усилению автономистские тенденции и стимулирует «культурное разделение труда» [8].

Российская региональная идентичность непосредственно зависит от попыток формирования разных форм региональной идеологии власти. Территориальные идеологические доктрины базируются на коннотации политических стереотипов, иерархии социальных ценностей, системе приоритетов. По словам саратовского исследователя С. Бразилова, региональная идеология «как бы компенсировала жесткую и несправедливую социальную дифференциацию населения символами и заклинаниями относительно общественной солидарности и территориального сожительства. С другой стороны, региональная идеология воплощала и воспроизводила в приличных и апробированных социальных образах сугубо материальные и политические цели административной элиты» [2, 5].

Идентичность новых поколений

Теорию Поколений создали американские ученые Нейл Хоув и Вильям Штраус в 1991 г. Эта теория была адаптирована для российских реалий в 2003-2004 гг. [10]. В соответствии с этой теорией поколение определяют не столько возрастные показатели, сколько система ценностей. Ценности поколений формируются в возрасте до 10-12 лет, под влиянием

событий (общественных, политических, экономических, социальных, технологических) и воспитания в семье (что хорошо и плохо, что можно делать и что нельзя). Например, если ребёнок растёт во времена кризиса, голода и войны — он осваивает технологии, которые хорошо работают в эти периоды, и у него появляются определённые ценности (экономность, умение довольствоваться малым); если он растёт во времена процветания и экономического роста, то его успешные технологии и ценности другие (умение работать с перспективой, активность, настрой на победу).

В соответствии с результатами указанного исследования сейчас в России живут и работают представители следующих поколений:

- Поколение GI (1900-1923 г.р.)
- Молчаливое поколение (1923-1943 г.р.)
- Поколение Беби-Бумеров (1943-1963 г.р.)
- Поколение X (1963-1984 г.р.)
- Поколение Милениум или Y (1984-2000 г.р.)
- Поколение Z (с 2000 г.р.)

Проблема формирования идеалов и ценностей молодых людей волнует представителей различных государственных и общественных организаций. Глобальные процессы перехода от индустриального общества к информационному, возрастающее стремление к формированию региональной идентичности, увеличивающаяся дистанция между ценностями разных поколений, выводит проблему аксиологической парадигмы молодежи на первый план.

Проблема идентичности новых поколений имеет не только теоретический, но и вполне прагматический характер. Повышенное внимание к проблемам молодежи объясняется ее особой ролью в общественном производстве. Молодежь всегда была и остается наиболее активной и динамичной социально-возрастной группой, реализующей себя во всех сферах жизнедеятельности общества: политической, социальной, культурной, экономической. Данная социально-демографическая группа в большей степени, чем другие, нацелена на повышение своего социального статуса и освоение новых социальных ролей. Ее можно рассматривать, с одной стороны, как наиболее адаптирующуюся, а с другой – инициативную и инновационную часть социума, которая составляет примерно 20-35% населения индустриальных стран, в том числе около 40% трудоспособной его составляющей. Таким образом, молодежь – самая социально активная часть населения, которая представляет собой наиболее перспективную группу граждан, способных обеспечить реализацию ключевых направлений развития общества.

Проблемы формирования, развития и стимулирования активности молодежи, выявления особенностей мотивационно-потребностной сферы социально активной личности рассматривались социологами, педагогами и психологами во все периоды существования нашего государства. Однако в

различные периоды сформировавшиеся в обществе представления об активной личности, существенно различались, и в исследованиях разных лет были предприняты попытки, с одной стороны, осуществить анализ содержания понятия социальной активности, с другой стороны, обозначить мотивы, которые направляют и реализуют активность человека в социально-значимой деятельности.

Современный этап развития гражданского общества в России характеризуется наличием весьма широкого круга формальных возможностей для реализации человеком потенциала его гражданской активности, в том числе, общественного участия. Социально-политические трансформации двух последних десятилетий закрепили «право на жизнь» для различных институтов гражданского общества – разноплановых общественных объединений и организаций, партий в рамках практически любых (за исключением экстремистского толка) идеологических платформ, церкви, органов местного самоуправления и т.п. Другими словами, люди получили возможности для самореализации в самых разных сферах и областях жизни, для активной горизонтальной и вертикальной социальной мобильности.

Однако востребованность молодыми гражданами имеющихся возможностей крайне низка, что подтверждается данными многих социологических исследований. В этом противоречии – между возможностями для самореализации и низким уровнем их востребованности – эксперты видят одно из главных противоречий современной общественной жизни в России.

В связи с этим встают важные вопросы о том, преодолевает ли это противоречие новое поколение, формируется ли среди молодежи позитивное отношение к возможностям, предоставляемым им развивающимся гражданским обществом, становится ли общественное участие важной сферой жизнедеятельности, самореализации и социальной мобильности для молодежи или же она, как и старшее поколение, проходит мимо всех этих возможностей.

Медиапространство как пространство формирования гражданской идентичности

Основным каналом продвижения символов, обеспечивающих развитие гражданской идентичности, в настоящее время являются традиционные СМИ (телевидение, радиовещание, печать) и новые медиа, размещающиеся в интернет-пространстве. Что касается традиционных СМИ, то при достаточно высокой теоретической разработке идей продвижения гражданской идентичности российская журналистика осваивает эти идеи с большим трудом. С одной стороны, здесь нечему удивляться. Будучи встроенными в российский социум, находящийся в состоянии перманент-

ного поиска наиболее эффективной формы общественного жизнеустройства, российские средства массовой информации функционируют в постоянно нестабильной внешней и внутренней среде. Непрерывно меняются условия получения и распространения информации, переосмысливаются социальная роль и миссия СМИ, меняются правила, принципы и схемы профессиональной деятельности. Чрезвычайно широкое распространение среди практиков получила концепция журналистики как социальной деятельности, главной задачей которой является бесстрастное информирование аудитории о происходящих событиях. С другой стороны, многие журналисты и средства массовой информации активно участвуют в пиаровских и рекламных акциях, конечной целью которых является управление сознанием и поведением населения, и при этом отказываются обсуждать проблему социальной ответственности средств массовой информации. Вместе с тем в сознании правящих российских элит (и некоторых теоретиков и практиков журналистики) в полной мере сохранились присущие тоталитарному прошлому представления о СМИ как о приводных ремнях, соединяющих власть и управляемый народ.

С третьей стороны, как писала И.Д. Фомичева, «истинная природа массовых коммуникаций раскрывается во всей полноте лишь на определенном этапе жизни общества, когда в условиях развитой демократии при повышающейся субъектности в жизни общества появляется необходимость и возможность использовать МК как механизм многостороннего обмена информацией, как способ обсуждения общезначимых проблем, как наиболее доступный путь участия в этом для всех и каждого» [11, 10]. Другими словами, общество должно само дозреть до того, чтобы СМИ могли выступить не в роли учителей жизни или простых информаторов, а именно в роли организаторов диалогического обсуждения таких важных проблем, как гражданская идентичность.

Что касается интернета, то главной особенностью современных виртуальных коммуникаций становится их интерактивный характер. Именно цифровое медиaprостранство предоставляет пользователю наиболее комфортные условия для самоопределения, самоконструирования и самовыражения.

Каждый человек, активно действующий в интернете, приобретает некое информационное тело: совокупность всех профайлов в соцсетях, оставленных где-то комментариев, лайков и репостов, загруженных текстов, видео и т.п. И, в отличие от тела реального, оно целиком подконтрольно человеку. Индивид не просто проецирует своя «Я» в медиaprостранство, он *создает* себя в нем. Этот виртуальный двойник всегда идеализирован, потому что доведение его до идеала – это доступная функция. В отличие от подлинника, информационное тело всегда хорошо выглядит, поскольку мы выбираем удачные фотографии. Оно может сыпать цитатами из мировой классики, которые будут извлечены из соседней открытой вкладки

Google. Оно слушает только хорошую музыку, искромётно шутит после минуты раздумий, т.к. паузы в разговоре не существуют в сети. Оно даже может примерить на себя чужое «тело» или вещи, если этот обман будет тщательно замаскирован.

Наше общение с миром в интернете тоже ведётся через использование этих киборгов-двойников. Наличие интернета кардинально расширяет социальную среду индивида – можно сказать, до бесконечности. Соответственно, наше поведение в сети теперь может быть оценено не только непосредственным окружением, а кем угодно, живущим в любой точке земного шара. Не очень страшно, если человек столкнулся с этим уже после непосредственного завершения социализации. Но уже выросло целое поколение «цифровых аборигенов», которые половину своей осознанной жизни провели в постоянном контакте с медиапространством – и на их ценностные ориентации оно, несомненно, отложило значительный отпечаток.

Так как сам проект всемирной сети родился на Западе, откуда он и продолжает, в основном, развиваться и по сей день, то западная культура занимает в медиапространстве наибольшую часть «территории» и, соответственно, доминирует. Оказываясь в интернете и потребляя его контент, человек любой незападной культуры начинает интегрироваться и «враспуть» в чуждую для него культурную среду. Инкультурация включает в себя принятие таких ценностей и поведенческих ритуалов, которые в его стране не распространены. В особенности остро это вопрос стоит в традиционных обществах, к которым вполне относится и российское. Такое двойственное «воспитание» провоцирует сразу два конфликта: внутренний и внешний.

Последний очевиден: усвоенные в процессе потребления нормы и ценности вступают в противоречие с теми, что окружают нас в повседневной жизни, что вызывает порицание со стороны семьи, соседей и просто сограждан. Несоответствующее родному менталитету поведение будет восприниматься как девиация, что повлечет применение обществом каких-либо санкций.

Трансляция себя в медиапространство – вовсе не такой простой процесс, как может показаться с первого взгляда. Это похоже на попытку влиться в новую компанию, в другой коллектив: сначала человек осматривается, старается понять, какие темы, какой стиль общения здесь принят, что нужно продемонстрировать, а о чем лучше умолчать. Так появляются первые «отпечатки» в различных социальных сетях: вот я такой, посмотрите на меня. Причем чем больше зрителей, тем лучше: территория интернета очень хорошо иллюстрирует переход от количественного к качественному. Понятие интимного, личного здесь сводится на нет, так как без этих «зрителей» информационный клон просто не существует.

События 1917 года в системе медиаобразов: к методологии

Предлагаемый нами подход обеспечит научную новизну результатов исследования. Она будет заключаться в следующем:

- впервые будет выявлена и показана связь между деятельностью СМИ и историческим сознанием подрастающих поколений;
- будет разработана и предложена для исследования новая комбинированная методология, показывающая взаимосвязь между медийной трансформацией социокультурной реальности и протеканием внутренних процессов социализации молодежи;
- будет сформулировано представление о медийных детерминантах динамики исторического сознания подрастающих поколений.

Теоретическая значимость результатов исследования состоит:

- в предложении историкам нового знания о влиянии медиа на формирование исторического сознания;
- в определении роли СМИ в «программировании» сознания молодых людей на конкретных исторических примерах;
- в выделении условий и факторов успешности или неуспешности деятельности СМИ по формированию сознания подрастающего поколения.

Практическая значимость результатов исследования заключается в следующем:

- практикам медиасферы будет предложено целостное представление о процессе влияния СМИ на историческое сознание молодежи;
- практикам, занимающимся воспитанием молодежи и реализацией молодежной политики, будут предложены рекомендации по использованию потенциала СМИ в формировании исторического сознания молодежи;
- Материалы проекта будут применены при разработке лекционных курсов и спецкурсов в системе обучения журналистов, историков, педагогов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнян Ю.В., Дробижева Л.М., Суколов А.А. Этносоциология. – М., 1998.
2. Барзилов С.И. Концептуализация региональной идеологии власти // Наука, культура, высшее образование на пороге XXI века. – Вып. 4. – Ульяновск, 1998.
3. Бауман З. Индивидуализированное общество. – М., 2002. – С. 186-187.
4. Денисова Г.С., Радовель М.Р. Этносоциология. – Ростов-на-Дону. 2000.
5. Дробижева Л. Российская идентичность и тенденции в межэтнических установках за 20 лет реформ // Россия реформирующаяся: Ежегодник-2011 / Отв. ред. академик РАН М.К. Горшков. – Вып. 10. – М.; СПб.: Институт социологии РАН, Нестор-История, 2011. – С. 72-85.
6. Здравомыслов А.Г., Андреев А.Л. Российская идентичность и национальное самосознание // Изменяющаяся Россия в зеркале социологии. – М., 2004. – С. 102-113.

7. Каргина И. Г. Влияние кризиса на протестантские конфессии в современной России / И.Г. Каргина // Вестник МГИМО-Университета. – 2014. – № 1. – С. 177-183.
8. Перепелкин Л.С. Истоки межэтнического конфликта в Татарии // Мир России. – 1992. – Том 1. – № 1. – С. 93-94.
9. Садохин А.П. Этнология. – Калуга, 1999.
10. Теория поколений в России. <http://rugenerations.ru/category/авторы/евгения-шамис-авторы/> (12.02.2015).
11. Фомичева И.Д. СМИ как партиципарные коммуникации. – М., 2002.
12. Харфф Б., Гурр Т. Подходы к анализу этнополитической мобилизации и конфликта // Социальные конфликты: Экспертиза, прогнозирование, технологии разрешения. – М., 1997. – С. 16-17.
13. Fukuyama F. Identity, Immigration, and Liberal Democracy // *Journal of Democracy*. – 2006. – Vol. 17. – No. 2. – P. 5-20.
14. Global Modernities. Edited by Mike Featherstone, Scott Lash and Ronald Robertson. – SAGEPublication, 1995. – P. 28-33.
15. Hurrell A. Expanding in Resurgence of Regionalism in World Politics // *Review of International Studies*. – Vol. 21. – № 4. – October 1995. – P. 323-343.
16. Camilleri J. Rethinking Sovereignty // *Contending Sovereignties. Redefining Political Community*. Edited by R.B.J. Walker and Saul H. Mendlevits. Lynne Rienner Publishers. – Boulder, London, 1990.
17. Lawrence R. Robertson. *Ethnic Politics in the Russian Republics: Ethnic Revivals and Language Policies*. Prepared for the Regional Russia Workshop, the Kennan Institute, Woodrow Wilson Center meeting. – Washington DC, January 22-24, 1998.
18. Nash M. *The Cauldron of Ethnicity in the Modern World*. – Chicago, 1989.