

КОММУНИКАТИВНЫЕ ОСНОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Реалии современного политико-экономического и социокультурного мира актуализируют проблему формирования эффективных моделей взаимоотношений культур. Возможность и успешность коммуникаций обуславливают многочисленные факторы, особое место среди которых занимает идентичность. В рамках данной статьи авторы рассматривают структурные компоненты идентичности, обуславливающие специфику современных коммуникативных практик. Понимание подобной взаимосвязи раскрывает особенности как коммуникативного «поведения» культур, так и принципов сохранения идентичности.

Ключевые слова: идентичность; коммуникативный потенциал; культурная идентичность; коллективная идентичность; кризис идентичности; глобализация.

Обращение к проблеме коммуникативных оснований идентичности приобретает все большую актуальность в свете формирования новой политико-экономической и социокультурной парадигмы XX–XXI вв., поставившей под сомнение устойчивость и стабильность мира. Не последнюю роль в усугублении современных противоречий играют глобализационные процессы. Среди «эффектов» глобализации отмечаются, с одной стороны, повышение обособности государств, нарастающая унификация экономических, политических, культурных и других составляющих социокультурной реальности. С другой стороны, усиливаются тенденции, привносящие в гомогенизирующийся мир элементы национально-культурного разнообразия, поддерживающие локальные интересы и стремление к сохранению культурной идентичности любой ценой. Конфигурацию современного мира характеризует множественность локальных культур, нацеленных на сохранение собственной самобытности и утверждение своих ценностей, что зачастую провоцирует межнациональные конфликты. Назрела необходимость осмысления процессов коммуникации как основания и способа реализации идентичности, способствующего выстраиванию новых эффективных моделей межкультурных взаимодействий.

Указанную проблему актуализирует также кризис идентичности, представленный в формулировках научного сообщества как формирование множественной, «текучей», утратившей определенность и устойчивые основания идентичности. Коллективную идентичность сегодня определяет «постмодернистская дискредитация всяких традиций и какой бы то ни было идентификации и рациональное идеологическое и / или мифологическое ее оформление в “воображаемых сообществах”» [1. С. 255]. Детерминантами подобной множественной идентичности выступают в первую очередь экономические и геополитические факторы, объективно способствующие стиранию национальных различий и границ. Вместе с тем ее составляющие не равнозначны, и в конкретной ситуации в контексте определенных «вызовов» идентичность структурируется по иерархическому принципу. На этот важный момент мы обращаем особое внимание, поскольку от того, что составляет основу иерархии, зависят возможность и успешность коммуникации. Из-за превалирования усложненных типов

«транскультурных», «синтетических» идентичностей (как на индивидуальном, так и на коллективном уровнях) само ядро идентификационных моделей уже не застраховано от несогласованности и несовместимости составляющих его компонентов. В условиях подобной борьбы и соперничества «вопрос о взаимной связи, о сочетании и взаимодействии различных идентичностей становится особенно важным и в социально-научном и в социально-практическом отношении» [2. С. 250].

Само коммуникативное пространство современной культуры претерпевает существенные изменения, знаменующие исчерпанность классической парадигмы межкультурного диалога. Теоретики связывают эти процессы с глобализационным по характеру распространением новейших информационных технологий. «Мощные интеграционные процессы глобализации оказывают влияние на изменение характера диалога между культурами, на структурообразующие компоненты всей системы культуры» [3. С. 10]. Известно, что основанием классической коммуникативной парадигмы являлся диалог между культурами как функционирование разнообразных языков внутри особого коммуникативного пространства – семиосферы (Ю. Лотман), в результате чего происходило взаимообогащение смыслами, ценностями. Сегодня же диалог осуществляется в иных семиотических условиях: внутри агрессивной коммуникационной среды – инфосферы (медиапространства), которая характеризуется как псевдокультурное поле общения по заданным стереотипам, без насыщения смыслами, исключая взаимную адаптацию [3].

Таким образом, опираясь на ключевое положение о том, что реализация идентичности возможна благодаря процессам коммуникации, авторы статьи нацелены обозначить те ее (идентичности) структурные компоненты, которые определяют специфику современных коммуникативных практик. Осмысление подобных взаимосвязей необходимо как для построения реальной политики формирования и сохранения идентичности, так и для понимания особенностей коммуникативного «поведения» культур. Специфика современных коммуникаций такова, что усложнение ее форм и количественное увеличение контактов не способствует росту взаимопонимания. Нарушается баланс коммуникативной устойчивости и коммуникативной изменчивости. Стремление сохранить комму-

никативную устойчивость оборачивается повышением коммуникативной агрессии, которую не в состоянии нейтрализовать ни религиозная, ни социальная идентичность. В свете этого исследование коммуникативных оснований идентичности представляет не только теоретический, но и жизненно-практический интерес.

Теоретико-методологическим базисом данного исследования является культурфилософский подход, рассматривающий идентичность прежде всего как культурный феномен. Подобная позиция позволяет обозначить демаркацию интересов с учетом теоретических достижений междисциплинарных проектов, формирующих единую теорию идентичности. Сегодня очевидны достижения ученых в изучении онтологических, социокультурных, экономических, политических основ становления и исторического формирования разнообразных пластов идентичности; в осмыслении ее компонентов («репертуара» идентичности); в выработке разнообразных познавательных форм анализа и т.д. Багаж знаний успешно пополняется за счет постоянно возникающих форм и проявлений идентичности, чему способствует плюрализм жизненных стилей модернизирующегося глобального мира. Любые уровни идентичностей (этнические, профессиональные, конфессиональные, региональные, гендерные и пр.) постоянно расширяют свой типологический спектр, привлекая внимание исследователей [4, 5]. При этом следует заметить, что анализ коммуникативных аспектов формирования и развития идентичности занимает не последнее место в ряду важнейших задач, решаемых отечественной и зарубежной гуманитаристикой.

Определенные ориентиры заданы психологией, изучающей системообразующие принципы идентичности и предложившей ее понимание в контексте свойств психики (Э. Эриксон). Социальные науки, нацеленные, в свою очередь, на исследование общественных контекстов формирования идентичности, пытаются раскрыть механизмы коммуникативных практик. Привлекается внимание к слагаемым идентичности с точки зрения общества и его институтов (профессии, социоэкономического статуса, пола, расы, образовательного уровня и т.д.). Проблемы национальной и культурной идентичности в контексте глобализации подвергаются социологическому и социально-философскому анализу, к примеру, в трудах Л.М. Дробижевой, Н.С. Карабаева, А.Г. Косиченко, М.В. Тлостановой, В.С. Малахова, А.В. Костиной, Н.Н. Федотовой, Е.Н. Шапинской. В рамках конструктивистского направления, сформированного под влиянием идей Н. Лумана, Б. Андерсона, П. Бергера, Т. Лукмана, утверждается невозможность одностороннего процесса идентификации. Его представители рассматривают идентичность в коммуникативном контексте – как то, что сообщается друг другу или воспроизводится исключительно при взаимодействии. Все, что мы знаем о себе, мы знаем от других, утверждает Г. Блумер. Теория символического интеракционизма (Дж. Мид, Б. Лукман, Л. Краппман, Э. Гоффман, Г. Горфинкель) акцентирует необходи-

мость анализа микро- и макроуровней социального, позволяющего связать характеристики социальных структур и индивида. Уделяя особое внимание символической (вербализированной и невербализированной) коммуникации, теоретики обращаются к исследованию зависимости способов построения идентичности и самого процесса идентификации от социального пространства и времени, от системы социальных институтов. Научный интерес, таким образом, смещается к вопросам формирования «Я» во взаимодействии с внешним миром [6. С. 129]. Человеческое общество рассматривается состоящим из индивидов, обладающих «личностным Я», конструирующих свое индивидуальное действие при помощи интерпретации и означивания социально-общественных процессов. Таким образом, «групповое или коллективное действие состоит из выравнивания индивидуальных действий при помощи интерпретации и принятием во внимание действий друг друга» [7].

Однако культурфилософский подход в понимании коммуникативных аспектов идентичности задает особый исследовательский ракурс. В первую очередь отметим, что в границах гуманитарного знания в построении теории идентичности учитываются ценностные, смысловые, нормативные и другие факторы, позволяющие переориентировать проблемы идентичности «в сторону понимания уникальности, которую невозможно стало исследовать в рамках естественнонаучной ментальности» [6. С. 90]. Определяющую роль в формировании данной научной традиции играют работы Р. Баумайстера, З. Баумана, П. Бурдьё, Э. Гидденса, И. Нойманна, Ю. Хабермаса. Во-вторых, среди целого спектра форм, уровней и типов идентичности особое внимание в этом случае уделяется культурной идентичности. Исследование и анализ ее моделей (включающая коллективные и индивидуальные уровни) осуществляется при помощи релевантного культурологического инструментария.

В силу своей изначальной открытости и интегративной природы, включающей национальные, религиозные, социальные составляющие, культурная идентичность к ним не сводится и ими не исчерпывается. В то время как культура, будучи мощным духовным ресурсом, составляет ядро национальной идентичности – культурная идентичность, отражающая приверженность к определенным ценностям, традициям, жизненным стандартам, – в большей степени является результатом личностного, индивидуального выбора. Вместе с тем проявляется и реализуется культурная идентичность в коллективном – национально-культурном формате. В этом, как правило, заинтересовано государство, активно принимающее участие в построении национально-культурной идентичности. «Формируя особое символическое пространство, насыщенное ценностно-смысловым содержанием, закрепляя образы, нормы и стили, передавая мифы и истории, государство интегрирует социокультурное пространство, создавая необходимые условия для социального взаимодействия и личностной самореализации» [1. С. 263]. С учетом того что соотнесение личностного с социальным происхо-

дит в общем культурном пространстве – в процессе «социальных коммуникаций посредством обращения через культуру к “своим” и “другим”, поиск общих для конкретного поколения людей ценностей и смыслов» [1. С. 260], – исследования культурной идентичности неизбежно связаны с проблемой взаимоотношений ее коллективных и индивидуальных аспектов. Другим не менее важным направлением, на наш взгляд, является исследование специфики коммуникативного поведения, детерминированного существенными характеристиками обоих уровней. В данном проблемном контексте культурную идентичность представляется возможным рассматривать в качестве основания успешных / неуспешных коммуникативных практик и коммуникативного потенциала в целом. Наиболее полно отражая баланс индивидуальной и коллективной форм функционирования, культурная идентичность проявляет себя через коммуникативный потенциал культуры, выражающийся в «способности культуры вступать в коммуникации, связи и отношения с другими культурами и развиваться под их влиянием, сохраняя собственную целостность и уникальность» [8]. Таким образом, следует подчеркнуть, что понимание сущности коммуникативных процессов требует обращения к индивидуальной и коллективной формам идентичности.

Однако в то время как индивидуальная идентичность активно осмысливается (в исторически сложившейся традиции психоанализа), проблема коллективной в теоретическом плане остается недостаточно разработанной [6. С. 156]. Под коллективной идентичностью сегодня понимают результат массового (группового) осознания тождества и различий с людьми, включенными в другие общности, проявляющийся в социальной, социокультурной, цивилизационной, этнокультурной, национальной, гражданской, гендерной, профессиональной и других формах [1. С. 257]. Инструментами ее формирования являются: осмысление и трансформация передаваемой из поколения в поколение культурной информации, наделяемой особыми смыслами и обладающей важностью для конкретной социальной группы; разработка технологий передачи рациональных целевых установок; расширение методов регулирования социальных отношений и действий, вступающих во взаимодействие с системой коллективных архетипов, символическим миром культуры, мифами, рождающими соответствующую картину мира, а также ценностными ориентациями, образами, моделями индивидуального и социального поведения [Там же. С. 264]. В качестве особой формы коллективной идентичности рассматривается национально-культурная идентичность, которая базируется на синтезе социальных, культурных, политических идей и ценностей, достигаемом в результате взаимодействия различных конкурирующих моделей идентичности. Представляя собой «интегративный, рационально конструируемый с использованием политических и идеологических механизмов феномен, образующий “культурную скрепу” для проживающей на одной территории коллективной общности» [Там же. С. 256], национально-культурная

идентичность воплощает самобытность и уникальность культурных миров. Ее научно-теоретическое освоение позволяет приобщиться к традициям, ценностям и смысловым нормам в их «узком», конкретном, специфическом для какой-либо культуры формате, воплощающем особенности менталитета или характера нации. Не случайно проблема национальной идентичности как в отечественной, так и в зарубежной литературе в основном представлена как вопрос о национальном характере. Среди компонентов, определяющих национальные отличия, указываются, как правило, общее историческое прошлое, историческая память, пространственно-временные концепты, мифология, религия, общепринятые ритуалы, биосоциальный опыт, система общезначимых моделей-образцов, географическое местоположение и национальное ощущение пространства, преобладающие экономические модели, предрассудки, семейные образцы, порочные и идеальные прототипы, отношения к чужим ценностям и пр. [9].

Расширяя гипотетический ряд форматов культурной идентичности, можно говорить о культурно-цивилизационной, которая определяется базовыми ценностями и принадлежностью к определенному типу цивилизации. Так, принципы уважения к правам личности, свободе, частной собственности и т.д. отличают европейскую цивилизацию. Русский мир, в свою очередь, зиждется на ценностях коллективизма, милосердия, справедливости и т.п. Можно пойти еще дальше и рассматривать «цивилизационно-планетарную» форму идентичности, теоретическую актуализацию которой способно инициировать общение с разумными представителями внесемных цивилизаций.

В любом случае мы обнаруживаем последовательность определяющих культуру идентичностей – от культурно-персональной до культурно-цивилизационной, каждая из которых совмещает объективные и субъективные аспекты и имеет коллективное и индивидуальное измерение. Адекватной метафорой для подобной структуры взаимной детерминации от «меньшего» (персонального) вплоть до «большого» (цивилизационного) уровня идентичности, является, на наш взгляд, образ «матрешки». Все уровни – «вложенные» один в другой – вносят лепту в формирование единой функциональной идентификационной модели. Любая подобная модель культурной идентичности не застрахована от внутренних противоречий, но, тем не менее, обеспечивает уникальность и самобытность сообщества. Этому способствует внутрисистемное ядро, которое задает коллективные и индивидуальные ориентиры, позволяющие субъекту осознавать себя тем, чем он является «по природе» и в действительности: свою национальность, религиозную принадлежность, мироощущение, мировосприятие, систему ценностей, «регион», к которому «принадлежит», и т.д. При этом каждый тип идентичности (национальная, гендерная, профессиональная и др.) не только специфицирован принадлежностью к определенной культуре, но и воплощается на разных уровнях – от микро- до макроуровня. Так, культурно-персональный срез социальной идентичности (кто я в

социуме), дробящийся на микросоциальные формы (семья, работа, друзья) в структуре «матрешки», так или иначе обуславливает макросоциальный уровень воплощения (государство, общество) вплоть до культурно-цивилизационного. Здесь важно понимать следующее: в силу того что проявление идентичности осуществляется в процессе коммуникации, коммуникативные практики, с одной стороны, внутрисистемно детерминированы, с другой стороны, по своему характеру и степени актуализации не тождественны на разных уровнях. Например, если на микросоциальном уровне идентичность проявляется в общении (с коллегами, в семье) постоянно и в устойчивых формах, то макросоциальный уровень реализации идентичности (гражданской) возможен лишь в определенных ситуациях и согласно «своим» принципам коммуникативного взаимодействия.

Если мы говорим о целостной идентификационной культурной модели, в рамках которой устанавливается внутрисистемное разнообразие коммуникативных практик, как внутрикультурных (власть и общество), так и межкультурных (Россия и Европа), то возникает вопрос «веса» или приоритетности влияния типов идентичности, определяющих эти практики на разных уровнях. Тем самым мы оспариваем концепцию «текучей» и утерявшей основания идентичности, поскольку предложенная модель «матрешки» демонстрирует систему с устойчивыми параметрами, способными менять свое регулятивно-определяющее значение. Поэтому вместо поиска «исчезающей» идентичности предлагаем более пристальное внимание обратить на ее «работающие» формы (неустрашимые ни при каких обстоятельствах), на формы, «симулирующие» свою приоритетность; а также на прочие, опосредованно влияющие на современные коммуникативные процессы. К примеру, на уровне национальной идентичности имеет место ее «коллективизация» («я» меняется на «мы»), т.е. субъектом коммуникации становится квазиколективный субъект – один, выступающий от имени многих. Однако идентичность персональная (индивидуальная) при этом вовсе не растворяется. Просто меняется уровень коммуникации.

Итак, опираясь на базовое положение о том, что идентичность реализуется и проявляется в коммуникации, мы отстаиваем необходимость исследований ее коммуникативных оснований. В связи с этим возникает вопрос: каковы возможные типы, компоненты и уровни идентичности, принимающие участие в формировании коммуникативного потенциала культуры, соответственно, обуславливающие ее коммуникативные практики? Подводя итоги нашим рассуждениям, мы предлагаем рассматривать культурную идентичность в качестве подобного составляющего компонента, определяющего коммуникативный потенциал культуры и практический характер межкультурных взаимодействий. Являясь результатом индивидуального выбора и реализуясь в коллективном, а именно национально-культурном формате, культурная идентичность, оказывается гарантом уникальности сообщества, включая коммуникативную модель. При этом практические принципы коммуникации (от микро- до макроуровней) обуславливают разнообразные типы идентичностей соответственно своему расположению в общей структуре («матрешке») культурной идентичности.

Подобная теоретическая фокусировка позволяет прояснить причины непредсказуемости реакций культур, обладающих разной степенью коммуникативной устойчивости либо изменчивости, приводящей к потере контроля над межкультурными взаимодействиями в мировом масштабе. Кроме того, можно приблизиться к пониманию внутренних механизмов, обуславливающих как опасное стремление к стабильности за счет ограничения коммуникативного пространства, приводящее к коммуникативной агрессии, так и стремление к трансформативности, таящей угрозу утраты собственной идентичности. Таким образом, исследование коммуникативных оснований культурной идентичности целесообразно в контексте выбора стратегий поведения, строящихся на основе эффективных межкультурных взаимоотношений, позволяющих расширять коммуникативное пространство и сохранять культурную уникальность регионов и этносов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Астафьева О.Н. Реструктуризация и демаркация коллективных идентичностей в условиях глобализации: будущее национально-культурной идентичности // Вопросы социальной теории: Научный альманах. Человек в поисках идентичности. М., 2010. Т. IV. С. 255–281.
2. Гофман А.Б. В поисках утраченной идентичности: традиции, традиционализм и национальная идентичность // Вопросы социальной теории. 2010. Т. IV. С. 241–254.
3. Миронов В.В. Процессы трансформации культуры в глобализирующемся мире: коммуникационный вектор // Вестник Московского университета. Сер. 7. Философия. 2010. № 3. С. 3–25.
4. Большая советская энциклопедия : в 30 т. М. : Советская энциклопедия, 1969–1978. URL: <http://slovari.yandex.ru>
5. Современный энциклопедический словарь. URL: <http://encyclopediadic.slovaronline.com>
6. Заковоротная М.В. Идентичность человека. Социально-философские аспекты. Ростов н/Д : Изд-во Северо-Кавказского науч. центра высшей школы, 1999. 175 с.
7. Блумер Г. Общество как символическая интеракция // Современная зарубежная социальная психология: тексты / под ред. Т.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой, Л.А. Петровской. М. : Изд-во МГУ, 1984. С. 173–179.
8. Буденкова В.Е., Савельева Е.Н., Зайцева Т.А. Коммуникативный потенциал региональных культур: опыт анализа и развития // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 346. С. 40–45.
9. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис / пер. с англ. ; общ. ред. А.В. Толстых. М. : Флинта ; МПСИ ; Прогресс, 2006. 352 с.

Статья представлена научной редакцией «Культурология» 16 апреля 2015 г.

COMMUNICATIVE FOUNDATIONS OF IDENTITY: RAISING THE PROBLEM

Tomsk State University Journal, 2015, 395, 83–87. DOI: 10.17223/15617793/395/13

Savelieva Elena N., Budenkova Valeriya E. Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: limi77@inbox.ru; kulturtsu@yandex.ru; soler@front.ru; kulturtsu@yandez.ru

Keywords: identity; communicative potential; cultural identity; collective identity; identity crisis; globalization.

The problem of identity formation and realization in the globalization conditions is discussed in this article. Relevance of this problem is caused by a number of factors. First of all, process of culture globalization promotes formation of a new humanitarian paradigm. Secondly, in the globalization conditions the nature of cross-cultural communication changes: increase in their number does not lead to growth of mutual understanding and respect between subjects. Thirdly, against the background of integrative processes in the economy, politics, social sphere, the aspiration to emphasize one's national, religious, cultural uniqueness is more and more obvious. At the same time, according to many researchers (Z. Bauman, A. Giddens), today identity becomes a "fluid", characterized by "volatility and unfixity". The authors deem that in modern conditions identity, both individual and collective, is most fully manifested in communications. This fact induces to study its communicative foundations. The essence of the proposed approach can be summarized in the following main ideas. First, identity is formed and realized in communication and by means of communication. Among the different levels and types of identity we focus attention on cultural identity. The reason for this focus is that its individual and collective forms play a special role in the formation of communicative models of society. The correlation between the axiological horizon of the national and cultural identity and efficiency (or an inefficiency) of cross-cultural relations is quite obvious to the authors of the article. Second, with all possible changes identity keeps its kernel. As opposed to Z. Bauman's point of view that "identities are more like the spots of crust hardening time and again on the top of volcanic lava which melt and dissolve again before they have time to cool and set", the authors consider that there is a "hard core", connected primarily with personal identity. Third, multiple identities are not a permanent change of identity, but a manifestation of different levels of the whole, including individual and collective forms. All levels of identity (from personal to civilization) are interlinked, responsible for the formation of the basic axiological systems and provide the originality of communities. The authors propose the metaphor "matryoshka", figuratively representing a similar structure of interrelated levels of multiple identities. Special interest in the context of this identification model is a study of the practical principles of communication, namely, the patterns of their formation (from micro- to macro-levels) caused by various types of identities, according to their position in the general structure of "matryoshka". Conflict of identities as a disparity of "matryoshka" dolls generates difficulties in the dialogue. Thus, the study of communicative foundations of cultural identity will help to develop effective strategies for intercultural communication in the modern world.

REFERENCES

1. Astaf'eva O.N. *Restrukturizatsiya i demarkatsiya kollektivnykh identichnostey v usloviyakh globalizatsii: budushchee natsional'no-kul'turnoy identichnosti* [Restructuring and demarcation of collective identities in the context of globalization: the future of national and cultural identity]. In: Reznik Yu.M. (ed.) *Voprosy sotsial'noy teorii: Nauchnyy al'manakh. Chelovek v poiskakh identichnosti* [Issues of social theory: Scientific Almanac. Man in search of identity]. Moscow: Akademicheskii proekt Publ., Al'ma Mater Publ., 2010. V. IV, pp. 255–281.
2. Gofman A.B. *V poiskakh utrachennoy identichnosti: traditsii, traditsionalizm i natsional'naya identichnost'* [In search of a lost identity: tradition, traditionalism and national identity]. In: Reznik Yu.M. (ed.) *Voprosy sotsial'noy teorii: Nauchnyy al'manakh. Chelovek v poiskakh identichnosti* [Issues of social theory: Scientific Almanac. Man in search of identity]. Moscow: Akademicheskii proekt Publ., Al'ma Mater Publ., 2010. V. IV, pp. 241–254.
3. Mironov V.V. Culture transformation processes in the globalizing world: communication vector. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 7. Filosofiya*, 2010, no. 3, pp. 3–25. (In Russian).
4. *Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya: v 30 t.* [The Great Soviet Encyclopedia: in 30 v.]. Moscow: Sovetskaya entsiklopediya Publ., 1969–1978. Available from: <http://slovari.yandex.ru>.
5. *Sovremennyy entsiklopedicheskiy slovar'* [Modern Encyclopedic Dictionary]. Available from: <http://encyclopediadic.slovaronline.com>.
6. Zakovorotnaya M.V. *Identichnost' cheloveka. Sotsial'no-filosofskie aspekty* [The identity of the person. Social and philosophical aspects]. Rostov-on-Don: Izd-vo Severo-Kavkazskogo nauch. tsentra vysshey shkoly Publ., 1999. 175 p.
7. Blumer H. *Obshchestvo kak simvolicheskaya interaktsiya* [Society as a symbolic Interaction]. In: Andreeva T.M., Bogomolova N.N., Petrovskaya L.A. (eds.) *Sovremennaya zarubezhnaya sotsial'naya psikhologiya* [Modern foreign social psychology]. Moscow: Moscow State University Publ., 1984, pp. 173–179.
8. Budenkova V.E., Savel'eva E.N., Zaytseva T.A. Communicative potential of regional cultures: experience of analysis and development. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2011, no. 346, pp. 40–45. (In Russian).
9. Erikson E. *Identichnost': yunost' i krizis* [Identity, Youth, and Crisis]. Translated from English by A. Andreeva, A. Prikhozhan, V. Rivosh, N. Tolstykh. Moscow: Flinta Publ., MPSI Publ., Progress Publ., 2006. 352 p.

Received: 16 April 2015