

**Мартиросян Карен Минасович**

кандидат исторических наук, доцент,  
заведующий кафедрой социально-культурной  
деятельности  
Краснодарского государственного университета  
культуры и искусств

## **СИМВОЛИЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ПЕРСОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ**

---

**Аннотация:**

*Статья посвящена изучению роли символического капитала в формировании и поддержании персональной идентичности. Рассматриваются различные формы использования индивидуального и общественного символического капиталов, в том числе в социальных сетях, виртуальных сообществах, и анализируются функции символического капитала в социализации и развитии индивидуальной идентичности как основания поддержки целостности современных социальных систем, формирования инновационной и креативной идентичности.*

**Ключевые слова:**

*социальная система, социальные процессы, идентичность, персональная идентичность, инновационная идентичность, креативная идентичность, символический капитал, социализация, социальные сети, креативные акторы.*

---

**Martirosyan Karen Minasovich**

PhD in History, Assistant Professor,  
Head of Socio-Cultural Activities Department,  
Krasnodar State University of  
Culture and Arts

## **THE SYMBOLICAL CAPITAL AND THE PERSONAL IDENTITY**

---

**Summary:**

*The article considers the role of the symbolical capital in the formation and support of the personal identity. The author discusses various forms of application of individual and public symbolical capital, including in social virtual communities. The paper deals with the functions of the symbolical capital in socialization and development of the personal identity as a basis supporting the integrity of modern social systems, development of innovative and creative identity.*

**Keywords:**

*social system, social processes, identity, personal identity, innovative identity, creative identity, symbolical capital, socialization, social networks, creative actors.*

---

Идентичность (лат. *identitas* – «тождественность») в современной науке определяется как упорядоченная, иерархически организованная система факторов, определяющих соотношение конкретным индивидом себя с идеальным образованием (языком, лингвистическая идентичность), религиозной системой (религиозная идентичность), политической идеологией или политической партией (политическая идентичность), этносом (этническая идентичность), государством (государственная идентичность), регионом (региональная идентичность), организацией общества (гражданская идентичность), культурой (культурная идентичность), корпоративной культурой (корпоративная идентичность), половой принадлежностью (гендерная идентичность) и т. п. [1].

Как писал Э. Эриксон, под индивидуальной идентичностью следует понимать «ощущение тождества самому себе и непрерывности своего существования во времени и пространстве, осознание того факта, что твои тождество и непрерывность признаются окружающими» [2, с. 69].

Представители социального конструктивизма – Р. Бергер и Т. Лукман и исследователь различных форм капитала и их функционирования в социально-культурных полях П. Бурдьё попытались интегрировать макросоциологический и социально-психологический подходы к исследованию субъект-объектной природы деятельности акторов социальных процессов. В рамках данных подходов были предприняты попытки проанализировать идентичность как результат социального конструирования собственной идентичности с учетом социально-психологических особенностей личности и как результат межсубъектных взаимоотношений между индивидом и сообществом, с которым он себя идентифицирует [3, с. 161].

По мнению специалистов в области этнологии и культурной антропологии, результаты переписи населения 2010 г. свидетельствуют о том, что существенным образом ослабевает влияние групповых форм идентичности, возрастает автономизации индивидов, самостоятельно определяющих основной язык и свою культурную идентичность [4, с. 29].

У. Бек утверждает, что идентичность выбирается человеком в процессе жизни [5]. С нашей точки зрения идентичность присваивается (номинаруется) другими членами социума конкретному индивиду, выбирается или конструируется самими индивидами или совместно с членами сообщества, к которому принадлежит человек, в процессе социализации.

Можно дополнить и развить утверждение Т. Витча о том, что базисным основанием для поддержания целостности социальных систем выступает эмоциональная оценка явлений, с помощью которой сущему и идеальному присваиваются эмоционально окрашенные определения, тесным образом взаимосвязанные с идентификацией [6]. Как представляется автору, в основе оценочных суждений лежат эмоционально окрашенные феномены символического описания сущего и должного, основанные на категоризации фактов действительности в рамках той или иной нормативно-ценностной символической модели в пределах терминальных и инструментальных ценностей. При этом эти символические формы, на наш взгляд, в том или ином объеме содержат символический капитал.

С развитием глобального коммуникативного пространства человек как обладатель и распорядитель символического капитала переместился в центр современного коммуникативного поля, оказывающего разнообразное воздействие на развитие и формирование различных виртуальных и ментальных миров, в которых в символических формах реализуются социально-культурные практики [7].

Как отмечают современные российские социологи, «почти для любого человека основой его идентичности в пореформенной России является идентификация себя с реальными общностями из его микромира – семьей и друзьями. Именно эти идентичности занимают два первых места в общем списке самоидентификаций россиян независимо от того, в каких формулировках задаются соответствующие вопросы. Однако для российских граждан характерна также устойчивая самоидентификация и с такими символическими, абстрактными общностями, как люди с аналогичными взглядами на жизнь, представители определенного поколения или той же профессии» [8, с. 36]. Это свидетельствует о том, что «символические общности очень важны для наших сограждан и имеют для них личностную, эмоционально окрашенную значимость» [9]. А значимость этих символических общностей, в свою очередь, определяется объемом и значимостью символических ресурсов. Поэтому можно согласиться с В.А. Тишковым, который утверждает, что в последнее десятилетие происходит укрепление «старой российской нации», основанной на духовных скрепах общей исторической судьбы Российского государства и общей системы духовно-нравственных ориентиров и терминальных ценностей, скрепленных русским языком как языком межнационального общения и русской культурой, обогащенной достижениями культур других народов многонациональной России [10, с. 17]. Стремясь максимизировать возможности использования индивидуального и общественного символического капитала, даже самые рационально ориентированные граждане в общей стратегии своего социально-культурного поведения выбирают символические ресурсы, большие по объему и возможностям конвертации, в противовес узкогрупповым символическим ресурсам, которые могут решить ситуативные задачи, помочь достичь ситуативных целей, но проигрывают по объему и возможностям символическому капиталу российского общества и Российского государства в целом.

Вместе с тем нельзя не отметить тот факт, что получение человеком доступа к ресурсам глобальной информационной сети Интернет, содержащей огромный объем символического капитала, существенным образом влияет на формирование многомерной самоидентификации личности.

Виртуальная реальность, сформированная с помощью компьютерных технологий, воспринимается в современном обществе как подлинная или близкая к подлинной аудиовизуальная смысловая среда, которая может осознаваться пользователем Интернета как актуальная реальность [11]. В виртуальной реальности человек имеет дело не с вещью, а с симуляцией (изображаемым) [12, с. 8], подобной реальному факту по принципу фактоида, однако сам симулятивный объект в процессе включения в коммуникативное интернет-пространство приобретает статус реального факта, поскольку становится частью актуальной реальности в восприятии интернет-пользователей. В современной жизни человек интегрирован не только в доступный его восприятию мир, но и в существующие природные и социальные трансцендентности, включенные (но не проявляющие себя открыто) в универсум символического и действительного пространства «социальной перспективы» [13].

Виртуальное пространство, иногда называемое «киберпространством», пространством телеэфира, трактуется не только в связи с электронными технологиями, но и как всякое другое пространство, создаваемое различными формами репрезентации и воздействующими на человеческое восприятие с помощью различных методов коммуникации в согласии с культурными нормами.

Большинство населения за счет массового использования электронных масс-медиа могут формировать свою сетевую идентичность в форме анонимного аватара, наделяя его сконструированными свойствами от сконструированной биографии до выстраивания внешних границ своей индивидуальной и групповой идентичности, получая тем самым возможность доступа к различным формам капитала сети, в том числе и символическому капиталу. Да и сама индивидуальная биография превращается в символический капитал, потому что существует постольку,

поскольку ее принимают как некую данность другие члены сетевых сообществ, признающие за пользователем Интернета право на самописание себя как участника сети. В подтверждение свойств аватара участники сети заботливо выкладывают в открытый доступ свои фотографии и комментарии, трансформирующиеся в персональный символический капитал.

Одним из первых сформулировал понятие мобильной идентичности М. Постер. Мобильная идентичность является следствием выхода в киберпространстве за рамки стабильности, которая формируется преодолеваемой в Интернете ограниченностью телесности физических тел [14]. Однако с возникновением социальных сетей в Интернете мобильная идентичность уступила пальму первенства стабильным идентичностям, потому что «значимость узла в сети во многом определяется именно стабильностью виртуальной личности и ее статусом, репутацией» [15, с. 7].

Канадский ученый А. Висо для обозначения идентичности пользователей в интернет-пространстве использовала термин «электронная идентичность» [16]. Однако вряд ли можно согласиться с утверждением М. Маклюэна о том, что «мы создаем технологии, которые создают нас» [17]. Технологии лишь предоставляют людям новые возможности. С учетом различных видов онлайн и офлайн возможностей современных электронных технологий полагаем целесообразным использование термина «электронная идентичность» [18].

Можно сформулировать несколько дихотомий, присутствующих электронной идентичности: 1) выбор – судьба; 2) автономия – власть; 3) конструкция – реальность [19, р. 37]; 4) анонимность – персонализация.

В этих дихотомиях заключен глубокий смысл персонализации выбора поведения человека в виртуальной реальности. И в зависимости от индивидуального выбора цепь наступающих последствий может существенным образом изменяться – выбор персонализации идентичности в киберпространстве превращает человека в часть неприсваиваемого индивидом виртуального мира, который задает свои правила и конструирует траекторию жизнедеятельности человека, пока еще в киберпространстве. Персонифицировав свою идентичность и добившись ее стабильности, человек утрачивает возможность нарушать правила, становясь частью социальной сети и подчиняясь ее нормативным установкам, превращая индивидуальный символический капитал в символический капитал сетевого сообщества.

Как отмечают исследователи, «перевод физической реальности в виртуальную и параллельный обратный переход человеческой деятельности способствует созданию единого пространства, в котором любое действие должно стать не только действием, но и производством информации об этом действии в цифровом коде, то есть способствовать возникновению реальности, где действие неотделимо от информации о действии» [20, с. 14], то есть вся персональная реальность публикуется и становится достоянием множества пользователей.

Электронная идентичность опирается на социальный опыт интернет-пользователя, включая индивидуальный опыт пользователя, опыт, полученный из опыта других людей в процессе коммуникативных взаимодействий, художественной литературы, средств массовой коммуникации. При этом собственная сконструированная биография, созданная по схеме script или сюжетного повествования, выстроенного по особой повествовательной схеме, постоянно пополняемая за счет дополнительных материалов и комментариев других пользователей, является частью множественной идентичности современного человека. Л. Морено предлагает употреблять применительно к определению идентичности жителей европейских мегаполисов и малых стран Европы термин «космополитический локализм» [21]. Мы полагаем возможным определить индивидуальную совокупность различных идентичностей современных людей, использующих средства электронной коммуникации и применяющих в различных ситуациях различные социально-ролевые статусы, термином «мультиидентичность» [22; 23]. Именно индивидуальная мультиидентичность позволяет таким людям в рамках индивидуальной стратегии максимизации использования ресурсов добиваться вовлечения в свою деятельность и в персональную публичную репрезентацию максимальных объемов символического капитала, разнообразного по видам и формам использования в самореализации личности не только в виртуальной, но и в актуальной реальности.

Традиционная идентичность, складывавшаяся в процессе межличностных, внутригрупповых и межгрупповых коммуникаций, основанная на традиционно сложившихся в ходе исторического развития российского общества нормативных ценностях, трансформируется под влиянием процессов глобализации. Под влиянием процессов глобализации, во-первых, происходит утверждение приоритета трансграничности, а во-вторых, на идентичность мощное воздействие оказывает глобальная массовая культура, преодолевающая сопротивление национальных культур с помощью агентов гибридизации [24]. В-третьих, что, как представляется, незаслуженно упустили исследователи данного вопроса – это преодоление человеком нормативного давления группы, усиление автономности личности, надперсональная идентичность которой получает новые осно-

вания в лице усиливающегося воздействия рекламы и новых форм социально-культурной активности как части глобальной массовой культуры, включая различного рода сконструированные имитации, подменяющие аутентичные формы и наделяющие их новым смыслом при внешнем подобии форм («ценности массовой культуры, рассчитанные на среднего потребителя, своей доступностью и понятностью способствуют самовыражению и удовлетворяют бытовые потребности носителя») [25]. К ним можно отнести различного рода исторические и фольклорные реконструкции, являющиеся мощным средством воздействия на историческое сознание человека и направляющим его в нужное социальным конструкторам русло [26].

В эпоху системных изменений и обострения конфликта новых и традиционных ценностных систем процессы формирования новой идентичности, по сути, представляют собой форму ответа общества на трансформационный вызов, которая выражается в развитии бинарной (гибридной) идентичности, в которой человек идентифицирует себя как с уходящим прошлым, так и с приходившим настоящим [27, с. 117]. Это и является базисным основанием мультиидентичности, возникающей как ответ на кризис персональной идентичности и пытающейся использовать как традиционный, так и инновационный символический капитал [28]. А это позволяет дополнить концепцию социальной идентичности, включающую когнитивные схемы, поведенческие стратегии и аффективное подкрепление, образующие базовое основание для системы мотиваций, дополнительным ресурсом в виде символического и социального капиталов, связанных со всеми выше-названными факторами [29; 30].

В целях полноты анализа представляем целесообразным использование концепта «персональной идентичности», предложенного еще в конце XIX в. У. Джеймсом [31]. Если быть последовательными и согласиться с Э. Эриксоном в том, что персональная идентичность связана с ощущением «тождества самому себе и непрерывности своего существования во времени и пространстве, осознанием того факта, что твои тождество и непрерывность признаются окружающими», то в рамках персональной идентичности человек должен отказаться от символического капитала, связанного с прошлым, и опираться лишь на инновационный символический капитал. Однако на практике этого не происходит, потому что потеря столь значительного объема символического капитала была бы нерациональной, поэтому предпочтительной персональной стратегией человека, реализующего инновационные социально-культурные паттерны, является гибридизация персональных ценностных оснований, сохраняющая доступ к символическому капиталу традиционалистского прошлого. Наиболее значимыми идентичностями для современного россиянина является их микроуровень – семья и друзья, то есть микрогруппы социальной структуры современного российского общества [32, с. 36]. Такая приоритетная ориентация в идентичности на микрогруппы обусловлена тем, что социальная идентичность современных россиян ориентирована на реалистичную максимизацию использования ресурсов социального капитала семьи и друзей. На другом полюсе идентичности находится общероссийская идентичность, а промежуточное положение занимают региональная и этническая идентичности [33].

В инновационно ориентированных групповых идентичностях гибридизация выражена в меньшей степени, потому что использование символического капитала прошлого возможно преимущественно в переформатированном виде, в противном случае инновационность утратила бы свой смысл [34, с. 72]. Символический капитал имеет очень большое значение для россиян, всегда отличавшихся повышенным вниманием к идеальным сферам социальной жизни. В условиях дефицита ресурсов наибольшее значение приобретает получение максимального доступа к социальному и символическому капиталам Интернета, в результате чего электронная идентичность становится наиболее доступной и доминирующей в рамках мультиидентичности.

Если в эпоху модерна сформировался феномен «национальной культуры» как знаково-символической системы, разделяемой представителями определенной этносоциальной общности, в рамках которого организовано освоение и интерпретация культурного наследия и производство и интерпретация культурных смыслов, то в современном мире на смену национальному присвоению культурного поля индустриальными государствами пришли культурные индустрии, создающие в рамках культурных потоков производства глобальной массовой культуры медиасферы (mediascapes) и идеосферы (ideoscapes) или продуцирующие смыслы и символический капитал [35, р. 112–115].

В условиях снижения присутствия государства как властного института во взаимоотношениях между производителями и потребителями продуктов культурного производства в переходе национального уровня лояльности на наднациональный уровень объектами лояльности становятся «знаково-символические целостности и коммуникационные пространства, границы которых пересекают границы национальных государств» [36]. Претерпела изменения идентичность, когда в процессе глобализации появились сообщества идентичности, плохо совместимые с наци-

ональной идентичностью, но быстро растущие количественно [37]. В результате знаково-символическое пространство, с одной стороны, стандартизируется и фрагментируется – с другой [38]. В рамках развития глобальной массовой культуры происходит взаимная трансформация культур, сопровождающаяся интенсивным переформатированием и развитием привлеченных символических капиталов. Как отмечал П. Штомпка, трансформации в интеракционном (interactions) и нормативном (norms) полях ведут также к трансформации идеологического (ideology) и потенциального (opportunity) измерений, характеризующих социальный и символический капиталы как отдельных персон, так и социальных групп [39]. А современное общество превращается в «общество массивной образности» [40, р. viii].

Э. Холл, развивая концепт межкультурной коммуникации, введенный в научный оборот в середине XX в. Д. Трегером, выделил детерминированность межкультурных коммуникативных взаимодействий персональными ценностно-нормативными моделями социальных интеракций [41; 42].

Важными формами современной идентичности стали, как представляется, инновационная и креативная идентичности. Под инновациями в культурологии понимаются «изменения в образе жизни, стиле мышления, которые, так или иначе, затрагивают новшества» [43, с. 32]. Идентичность носителей потенциала социально-культурных изменений в стиле мышления и образе жизни можно определить как инновационную идентичность. С другой стороны, еще в начале нулевых годов А. Горц ввел в научный оборот понятие креативного капитала [44]. Обладатели и распространители подобного креативного капитала, соответственно, являются представителями креативной идентичности. Американский социолог Р. Флорида считает, что под креативным производством следует понимать производство новых идей, технологий и социальных инноваций: «Ядро креативного класса составляют люди, занятые в научной и технической сфере, архитектуре, дизайне, образовании, искусстве, музыке и индустрии развлечений, чья экономическая функция заключается в создании новых идей, новых технологий и нового креативного содержания» [45, с. 90]. Как явствует из приведенной цитаты, Р. Флорида доминирующей функцией креативного класса считает экономическую функцию, в то время как А. Горц и отечественные культурологи в качестве доминирующей функции креативных индустрий называют социально-культурную. При этом Р. Флорида полагал, что ценностное ядро креативного класса отличается индивидуализмом, самовыражением, открытостью и толерантностью к меньшинствам [46, с. 10–11]. Демассовизация постиндустриального общества, которую исследовал Р. Парк в середине прошлого столетия [47] и на которую ссылался Р. Флорида, на самом деле представляла собой переструктурирование массового индустриального общества в рамках его трансформации в информационное общество в процессе переходного периода и формирования новых сегментов, включая превращение части социально-культурной сферы в производительный сегмент общества – кластер креативных индустрий, основанный на производстве символического креативного капитала.

Формирование персональной идентичности, предполагающей рефлексия человека относительно собственной личности, в условиях мультиидентичности превращается в социальное конструирование самоидентичности, причем персональная идентичность не определяется происхождением, местом рождения или традицией, а конструируется самим человеком [48, р. 5; 49, с. 182]. Вместе с тем мультиидентичность создает реальные основания для развития элементов диффузной идентичности, когда идентичность лишается прочных целей и ценностей [50, с. 62].

Стремясь подчинить личность, социум формирует различного рода потестарные социальные сети, которые пытаются стабилизировать персональную идентичность и подчинить человека негосударственным социальным институтам с целью коллективного освоения его индивидуального символического капитала.

### Ссылки:

1. Шиманов А.Ю. Самоидентификация человека как антропогенетический феномен : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. М., 2008.
2. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис. М., 1996.
3. Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности // Мир России. 1995. № 3–4. С. 158–181.
4. Шибяев Ю.П. Культурный апокалипсис или гражданская консолидация? // Социологические исследования. 2013. № 3. С. 28–36.
5. Beck U. The Cosmopolitan Vision. Cambridge ; Malden, 2006.
6. Veatch T.C. A Theory of Humor [Электронный ресурс]. URL: [www.tomveatch.com/else/humor/paper](http://www.tomveatch.com/else/humor/paper) (дата обращения: 25.07.2015).
7. Wise D. Virtual Identity: How Virtual Worlds Affect Identity / University of Colorado at Denver and Health Sciences Center. 2008.
8. Горшков М.К., Тихонова Н.Е. Социокультурные факторы консолидации российского общества. М., 2013.
9. Там же.
10. Тихков В.А. Российская нация и российские национальности // Этнические категории и статистика. Дебаты в России и во Франции. М., 2008. С. 5–19.

11. Бондаренко Т.А. Виртуальная реальность в современной ситуации : автореф. дис. ... д-ра филос. наук. Ростов н/Д., 2007.
12. Сивиринов Б.С. Социальная квазиреальность или виртуальная реальность? // Социологические исследования. 2003. № 2. С. 1–14.
13. Там же.
14. Poster M. *CyberDemocracy: Internet and the Public Sphere*. New York, 1997. P. 201–217.
15. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. От Мы-медиа к Я-медиа: трансформации идентичности в виртуальном мире // Вопросы психологии. 2009. № 3. С. 3–15.
16. Viseu A. A multidisciplinary approach to the mutual shaping process in electronic identities or «We shape the tools and there after they shape us» McLuhan. Toronto, 1999.
17. Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека = Understanding media. М. ; Жуковский, 2003.
18. Control + Shift : сб. ст. / под ред. К. Тойнбинер, Э. Шмидт, Н. Конрадовой. М., 2009.
19. Wagner P. *Theorizing modernity. Inescapability and attainability in social theory*. London, 2001.
20. Асмолов А.Г., Асмолов Г.А. Указ. соч. С. 14.
21. Moreno L. Multiple identities and global meso-communities // *Mastering Globalization: New Sub-States' Governance and Strategies* / G. Lachapelle, S. Paquin (eds.). Oxon, 2004. P. 127–140.
22. Тишков В., Кисриев Э. Множественные идентичности между теорией и политикой (пример Дагестана) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.valerytishkov.ru/engine/documents/document1263.pdf> (дата обращения: 25.07.2015).
23. Курск В.С. Множественная этническая идентичность: теоретические подходы и методология исследования (на примере российских немцев) : автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2011.
24. Грани глобализации: Трудные вопросы современного развития. М., 2003.
25. Бетильмерзаева М.М. Самоидентификация в эпоху мультикультурализма // Материалы международной заочной научно-практической конференции «Актуальные вопросы философии, истории и политологии». Новосибирск, 2011.
26. Попонов М.А. Медиа-теория Г.М. Маклюэна в контексте современного культурологического знания : автореф. дис. ... канд. культурологии. СПб., 2008.
27. Наумова Н.Ф. Рецидивизирующая модернизация в России: вина, беда или ресурс человечества? М., 1999.
28. Гидденс Э. Модерн и самоидентичность // Гидденс Э. Современная теоретическая социология : реф. сб. М., 1995. С. 95–113. (Серия «Социология»).
29. Шибутани Т. Социальная психология. М., 1969.
30. Hopf T. *Identity and Security. Construction, Imposition and Choice*. New York, 1994.
31. James W. *The Self and Its Selves* // *Social Theory* / Ch. Lemert (ed.). Malden, 1993. P. 171–187.
32. Горшков М.К., Тихонова Н.Е. Указ. соч.
33. Там же.
34. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук. СПб., 1994.
35. Appadurai A. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis, 1998.
36. Малахов В. Национальная культура в эпоху глобализации [Электронный ресурс]. URL: [http://www.intelros.ru/pdf/rus\\_mir\\_i\\_lat/2009/02/3.pdf](http://www.intelros.ru/pdf/rus_mir_i_lat/2009/02/3.pdf) (дата обращения: 25.07.2015).
37. Там же.
38. Там же.
39. Штомпка П. Социология социальных изменений. М., 1996.
40. Emmison M., Smith P. *Researching the Visual: Images, Objects, Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry*. London, 2000.
41. Hall E. *The Silent Language*. New York, 1959.
42. Trager G., Hall E. *Culture as Communication: A Model and Analysis*. New York, 1954.
43. Крючкова С.Е. Инновации: философско-методологический анализ. М., 2000.
44. Горц А. Нематериальное: знание, стоимость и капитал. М., 2010.
45. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М., 2011.
46. Там же. С. 10–11.
47. Park R. *Human Migration and the Marginal Man* // *The Classic Essays on the Culture of Cities* / ed. R. Sennett. New York, 1969. P. 131–142.
48. Beck U. Op. cit. P. 5.
49. Андреева Г.М. Трудности социального познания: «образ мира» или реальный мир? // Социальная психология в современном мире. М., 2002. С. 178–186.
50. Сладкова О.Б. Самоидентификация россиян в контексте глобальных тенденций и национальных особенностей // Вестник Российской академии естественных наук. 2011. № 2. С. 60–63.

## References:

1. Shimanov, AY 2008, *Self-identification as a human phenomenon anthropogenetic*, D.Phil. thesis abstract, Moscow.
2. Erikson, E 1996, *Identity: Youth and Crisis*, Moscow.
3. Yadov, VA 1995, 'Social and socio-psychological mechanisms of formation of the social identity of the person', *World of Russia*, no. 3-4, p. 158-181.
4. Shibaev, YP 2013, 'The cultural apocalypse or civil consolidation?', *Sociological researches*, no. 3, p. 28-36.
5. Beck, U, 2006, *The Cosmopolitan Vision*, Cambridge, Malden.
6. Veatch, TC 2015, *A Theory of Humor*, retrieved 25 July 2015, <[www.tomveatch.com/else/humor/paper](http://www.tomveatch.com/else/humor/paper)>.
7. Wise, D 2008, *Virtual Identity: How Virtual Worlds Affect Identity*, University of Colorado at Denver and Health Sciences Center.
8. Gorshkov, MK & Tikhonova, NE 2013, *Social and cultural factors of consolidation of Russian society*, Moscow.
9. Gorshkov, MK & Tikhonova, NE 2013, *Social and cultural factors of consolidation of Russian society*, Moscow.
10. Tishkov, VA 2008, 'Russian nation and the Russian Nationalities', *Ethnic categories and statistics. The debate in Russia and in France*, Moscow, p. 5-19.
11. Bondarenko, TA 2007, *Virtual reality in the current situation*, D.Phil. thesis abstract, Rostov-on-Don.
12. Sivirinov, BS 2003, 'Social quasi virtual reality?', *Sociological researches*, no. 2, p. 1-14.
13. Sivirinov, BS 2003, 'Social quasi virtual reality?', *Sociological researches*, no. 2, p. 1-14.
14. Poster, M 1997, *CyberDemocracy: Internet and the Public Sphere*, New York, p. 201-217.

15. Asmolov, AG & Asmolov, GA 2009, 'We have media from I to media: transformation of identity in the virtual world', *Questions of psychology*, no. 3, p. 3-15.
16. Viseu, A 1999, *A multidisciplinary approach to the mutual shaping process in electronic identities or «We shape the tools and there after they shape us» McLuhan*, Toronto.
17. McLuhan, M 2003, *Understanding Media: external expansion of human = Understanding media*, Moscow, Zhukovsky.
18. Toynebner, K, Schmidt, E & Konradova, N (ed.) 2009, *Control + Shift*, Moscow.
19. Wagner, P 2001, *Theorizing modernity. Inescapability and attainability in social theory*, London.
20. Asmolov, AG & Asmolov, GA 2009, 'We have media from I to media: transformation of identity in the virtual world', *Questions of psychology*, no. 3, p. 14.
21. Moreno, L 2004, 'Multiple identities and global meso-communities', Lachapelle, G & Paquin, S (eds.), *Mastering Globalization: New Sub-States' Governance and Strategies*, Oxon, p. 127-140.
22. Tishkov, V & Kisriev, E 2015, *Multiple identities between theory and politics (Dagestan example)*, retrieved 25 July 2015, <<http://www.valerytishkov.ru/engine/documents/document1263.pdf>>.
23. Kurske, VS 2011, *Multiple ethnic identity: theoretical approaches and methodology of the study (for example, the Russian Germans)*, PhD thesis abstract, Moscow.
24. *Faces of Globalization: Difficult questions of modern development* 2003, Moscow.
25. Betilmerzaeva, MM 2011, 'Identity in the Age of Multiculturalism', *Proceedings of the international correspondence scientific-practical conference "Actual issues of philosophy, history and political science"*, Novosibirsk.
26. Poponov, MA 2008, *Media Theory GM McLuhan in the context of contemporary cultural knowledge*, PhD thesis abstract, St. Petersburg.
27. Naumova, NF 1999, *Recurrent modernization in Russia: wine, disaster or human resources?*, Moscow.
28. Giddens, A 1995, 'Modern and self-identity', Giddens, A, *Modern theoretical sociology*, Moscow, p. 95-113, Series "Sociology".
29. Shibusani, T 1969, *Social Psychology*, Moscow.
30. Hopf, T 1994, *Identity and Security. Construction, Imposition and Choice*, New York.
31. James, W 1993, 'The Self and Its Selves', Lemert, Ch (ed.), *Social Theory*, Malden, p. 171-187.
32. Gorshkov, MK & Tikhonova, NE 2013, *Social and cultural factors of consolidation of Russian society*, Moscow.
33. Gorshkov, MK & Tikhonova, NE 2013, *Social and cultural factors of consolidation of Russian society*, Moscow.
34. Foucault, M 1994, *Words and things. Archaeology Humanities*, St. Petersburg.
35. Appadurai, A 1998, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis.
36. Malakhov, V retrieved 25 July 2015, *National culture in a globalizing world*, retrieved 25 July 2015, <[http://www.intelros.ru/pdf/rus\\_mir\\_i\\_lat/2009/02/3.pdf](http://www.intelros.ru/pdf/rus_mir_i_lat/2009/02/3.pdf)>.
37. Malakhov, V retrieved 25 July 2015, *National culture in a globalizing world*, retrieved 25 July 2015, <[http://www.intelros.ru/pdf/rus\\_mir\\_i\\_lat/2009/02/3.pdf](http://www.intelros.ru/pdf/rus_mir_i_lat/2009/02/3.pdf)>.
38. Malakhov, V retrieved 25 July 2015, *National culture in a globalizing world*, retrieved 25 July 2015, <[http://www.intelros.ru/pdf/rus\\_mir\\_i\\_lat/2009/02/3.pdf](http://www.intelros.ru/pdf/rus_mir_i_lat/2009/02/3.pdf)>.
39. Sztompka, P 1996, *Sociology of social change*, Moscow.
40. Emmison, M & Smith, P 2000, *Researching the Visual: Images, Objects, Contexts and Interactions in Social and Cultural Inquiry*, London.
41. Hall, E 1959, *The Silent Language*, New York.
42. Trager, G & Hall, E 1954, *Culture as Communication: A Model and Analysis*, New York.
43. Kryuchkov, SE 2000, *Innovation: philosophical and methodological analysis*, Moscow.
44. Gorts, A 2010, *Intangible: knowledge, value and capital*, Moscow.
45. Florida, R 2011, *Creative Class people who are changing the future*, Moscow.
46. Florida, R 2011, *Creative Class people who are changing the future*, Moscow, p. 10-11.
47. Park, R 1969, 'Human Migration and the Marginal Man', Sennett, R (ed.), *The Classic Essays on the Culture of Cities*, New York, p. 131-142.
48. Beck, U, 2006, *The Cosmopolitan Vision*, Cambridge, Malden.
49. Andreeva, GM 2002, 'The difficulties of social cognition, "the image of the world" or the real world?', *Social psychology in the modern world*, Moscow, p. 178-186.
50. Sladkova, OB 2011, 'Identity of Russians in the context of global trends and national peculiarities', *Bulletin of the Russian Academy of Natural Sciences*, no. 2, p. 60-63.