УДК 316.34

Александр Юрьевич Соколов,
соискатель,
Забайкальский государственный университет
(672039, Россия, г. Чита, ул. Александро-Заводская, 30),
e-mail: aleks250472@rambler.ru

Влияние социального мифотворчества на немецкую идентичность в полиэтническом Забайкалье

Статья посвящена попытке анализа процессов возрождения немецкой этнической идентичности на территории Забайкальского края. Автор отмечает, что в условиях глобализации забайкальские немцы обращаются к этничности как форме организации жизнедеятельности. Методология конструктивизма позволяет автору определить немецкую этническую идентичность как ментальный конструкт, который поддаётся воздействию со стороны социального мифотворчества на территории России. По мнению автора, ведущей ценностью современных немцев в Забайкалье является придание сверхзначимого смысла принадлежности к данной этнической группе, члены которой объединены стремлением к обретению Родины, что выступает как особый образ, в рамках которого немецкая этническая идентичность является ресурсом успешной самореализации. В условиях забайкальской диаспоры идут процессы конструирования немецкого этноса, ценностный аспект которого постоянно смещается то в прошлое, то в будущее, обретая черты социального или этнического мифа. Важную роль в этих процессах играют усилия окружающего социума, представленные мифами «навязанной» идентичности, которые содержат экстра-образы «Других». С другой стороны, особая роль отводится мифам, связанным с самоидентичностью группы, отражающим представления её членов о «Своих». Она основана на «интра-образах», представленных набором объективизированных характеристик, нацеленных на интеграцию группы. Итогом статьи является положение о том, что для понимания трансформации забайкальских немцев важно понятие об интерсубъективной стороне идентичности, предполагающей, что итоговая идентичность будет представляться как непрерывно проходящий процесс взаимодействия и синтеза этих противопоставленных друг другу мифов об этносе.

Ключевые слова: этническая идентичность, немецкая идентичность, забайкальские немцы, социальное мифотворчество, интра-образы, экстра-образы, интерсубъективность

Aleksandr Yu. Sokolov,
Doctoral Candidate,
Transbaikal State University
(30 Aleksandro-Zavodskaya st., Chita, 672039, Russia),
e-mail: aleks250472@rambler.ru

The Influence of Social Myth-Making on the “German” Identity Revival in Transbaikal Region

The article is devoted to an attempt to analyze the processes of the German ethnic identity revival in Transbaikal region. The author notes that in the context of globalization, Trans-Baikal Germans refer to ethnicity as a form of life organization. The constructivist methodology allows the author to define the German ethnic identity as a mental construct that is influenced by social myth in Russia. According to the author, the leading value of modern Germans in Transbaikal region is to give super significant sense of belonging to a given ethnic group, whose members are united by a desire for finding of the motherland, being a special image in the framework of which the German ethnic identity is a resource for a successful self-realization. As the study proves, in a Trans-Baikal diaspora there are processes of constructing the “German” ethnic group, the value aspect of which is constantly shifting to the past, or to the future, acquiring the traits of a social or an ethnic myth. An important role in these processes is played by the efforts of the surrounding society, represented by myths of “imposed” identity that include extra images of the “Others”. On the other hand, an important role belongs to the myths associated with self-identity of groups producing the representation of its members about their “Own”. It is based on “intra-images” presented by a set of objectified characteristics aimed at the integration of the group. The result of the article is a statement proving that the concept of inter-subjective side of identity, suggesting that the final identity will be presented as a continuously flowing process of interaction and synthesis of these opposing each other myths about ethnic groups, is important to understand the transformation of Transbaikal “Germans”.

Keywords: ethnic identity, German identity, Transbaikal Germans, social myth-making, intra-images, extra images, inter-subjectivity

© А. Ю. Соколов, 2016

Современные социальные преобразования, происходящие в условиях усиливающегося социального, экономического кризиса и имеющие глобализационную основу, ведут к формированию новых моделей адаптивного реагирования со стороны этнических групп на территории Забайкальского края. Сформировавшиеся в результате воздействия глобализации ценности и ориентации являются факторами, способствующими утрате их «самотождественности». Следствием понимания оторванности от прежней истории и ценностей становится поиск новой идентичности. На территории Забайкалья, где проживает более 120 этносов, отмечается всплеск процессов этнической идентификации, усиление интереса к своим корням, традиционным обычаям, обрядам, фольклору [29].

Этот интерес связан ещё и с тем, что многие из этнических групп являются своеобразным региональным вариантом какого-либо материнского этноса, отличающимся от него субъективными ценностями [10, с. 50]. Каждое из них имеет собственную региональную историю и опыт, приводящий к формированию персонального нарратива, конструирующего их идентичность. Одной из таких групп являются немцы, которые в регионе представляют немногочисленную, но одну из наиболее заметных групп. Процессы возрождения самосознания среди них отличаются противоречивостью. С одной стороны они показывают значимость немецкого влияния на развитие забайкальской культуры, с другой, сопровождаются массовым выездом немцев за пределы региона, главным образом – в Германию, понимаемую как историческая Родина [8, с. 87].

Возрождение идентичности немцев имеет ещё одну сторону, так как оно является причиной появления опасений о том, что этот процесс может вести к конфликтам группы с социальным окружением. Дело в том, что со стороны обыденного сознания этнической идентичности приписываются онтологические свойства. Это является основанием для проявления стремления немцев к публичному признанию своей идентичности, возрождению своей культуры и обеспечению эмиграции. В то же время возрождение идентичности немцев сопровождается выступлениями, для которых характерно неприятие немецкой идентичности как явления, связанного с сущностью немецкой «души», «характера» или «духа» [30].

Среди проблем, волнующих как представителей регионального сообщества, так и граждан, идентифицирующих себя как немцы, выделяются вопросы о том, что представляет немецкий этнос и кем являются забайкальские немцы по самоощущению: насколько важен и чем обусловлен для них выбор между региональной и этнической, российской и германской идентичностью. Поэтому, прежде всего, необходимо указать, что под термином «российские немцы» понимают проживающих в России потомков выходцев из Германии, которые имеют общую историю, в наиболее широком смысле связанную с группой «советских немцев», расселившихся в ряде государств СНГ [2, с. 150]. В этом контексте российские немцы представляются единой группой, отличительной характеристикой которой является принадлежность к российской и германской культурам [17, с. 97]. Однако, как показывает опыт проживания немцев в России, социальное и политическое влияние на этнические группы, имеющие одно и то же происхождение, но пребывающие в разных условиях, может определять различные варианты их идентичности.

Говоря о складывании немецкой этнической идентичности в рамках этнокультурного пространства Забайкалья, мы соглашаемся с положениями М. Ф. Бендла, Э. Гофмана, А. Шюца, согласно которым социальная идентичность представляет собой образ, сконструированный практиками самоинтерпретации, проходящими в контексте социального влияния. С этой точки зрения формирование идентичности – это открытый изменениям и никогда не прекращающийся процесс, в течение которого идентичность формируется как придание смысла реальности посредством установления или переустановления определённых ценностей [24, с. 114].

Такие авторы, как Ш. Шварц, З. Бауман, М. Кастельс, считают, что процессы трансформации этнической идентичности имеют целерациональную детерминацию, используемую для достижения групповой сплочённости. Этническая идентичность проявляется как рефлексия, возникающая в процессе отнесения себя к какому-либо этносу. Ведущим алгоритмом формирова-

ния этничности ими признаётся операция социального конституирования «воображаемой общности», члены которой объединены верой, естественными связями. При этом в зависимости от меняющегося набора маркёров будет меняться и этническая идентичность [9, с. 314]. Важно, что представления, связанные с идентичностью, содержат эмоционально окрашенные образы признаков, отличающих одни народы от других, а закрепившиеся в языке номинации чужестранцев, где немцы могут представляться в образе «колбасника» или выступать в образе людей, для которых характерны обстоятельность и практицизм, свидетельствуют о том, что народы имеют мифологические представления о постоянных чертах других этносов [23, с. 215].

Это утверждение принимается в конструктивизме, где важнейшим фактором, влияющим на формирование этнической идентичности, признаётся её восприятие и репрезентация в окружающих этническую группу культурах. Конструктивистская модель анализа формирования этнической идентичности исходит из принятия определения экзистенциалистского направления философской антропологии, влияние на которое оказала философская рефлексия взаимодействий «Я» – «Другой», признаваемая главным концептом этнического мироощущения и определяемая как противопоставление, пронизывающее всю культуру [20, с. 472]. Этническая идентичность в этом контексте может пониматься как созданные и транслируемые индивидами в ходе постоянного взаимодействия представления о «Себе» и «Других». Важно, что в данном случае важны не столько формы выражения этничности, сколько ценностное содержание представлений о ней. Другими словами, фактором складывания общности является не «общее происхождение» или «язык», а социальный миф об общей исторической судьбе общности [25, с. 215]. Процесс восприятия образа «Своего» или «Чужого» определяется как специфический и универсальный вид мифотворчества, которой сопровождает человечество на протяжении истории. С этой точки зрения, не существует никакой неизменяемой этнической идентичности, а есть многочисленные трансформации индивидуального и группового самопонимания и поведения, происходящие под влиянием социальных мифов [22, с. 27].

Например, посредством влияния социальной мифологии на конструирование этнической идентичности можно объяснить, почему у потомков от смешанных браков между немцами и представителями других этносов в Забайкалье формируется немецкая идентичность. Ведь дело не только в том, что у немцев этническая принадлежность ребёнка определяется по матери, но и в том, что согласно Конституции РФ у человека есть право самому определиться с тем, к какой национальности он принадлежит. Поэтому важно, чтобы человек почувствовал себя немцем. Сделать это он может под влиянием социокультурных факторов, среди которых выделяется мифотворчество [12, с. 110].

С понятием социального мифа, как социально сконструированной системы образов, соотносится концепт «Свой – Чужой», так как образ этноса в указанной оппозиции обладает признаками мифа. К таким признакам относятся отвлечённость от своего источника, каким являются реальные люди и структура, отражающая принцип бинарности, который формирует активность воображения, пронизывает всю культуру и характеризуется антиномичностью. Этот механизм создаёт алгоритмы восприятия «Своих» и «Чужаков», при этом важнейшим среди них является проведение границы и последующее выделение различий между ними [27]. Это происходит потому, что предметы внешнего мира существуют не сами по себе, а имеют тот смысл, который вкладывает в них общество.

Социальный характер этнической идентичности раскрывается благодаря концепции Н. М. Лебедевой, которая полагает, что данный феномен формируется в контексте межгрупповых контактов, в основе которых лежат процессы межгрупповой и контргрупповой суггестии. Важно, что чем чаще происходят контакты с разнообразными «Чужими», тем более чёткими будут представления о «Своих» [11, с. 199]. Особенно интенсифицируют формирование этнической идентичности процессы миграции, что остро ощущается в условиях диаспоры, под которой принято понимать формы и способы существования отдельных этнических групп в отрыве от стран своего происхождения [7, с. 7]. Так, забайкальские немцы находятся в условиях диаспоры, особенностью которой является то, что появление

современных групп немцев в Забайкалье связывается с насильственной миграцией. В этих условиях им удалось сохранить идентичность и общинную солидарность. При этом представления о своей идентичности у них никогда не были свободны от внешнего влияния, в результате которого, начиная с середины XX в., немцы переживают кризис, сопровождающийся процессами изменения идентичности, а зачастую отказом именовать себя немцами.

Значимым для анализа трансформации этнической идентичности у забайкальских немцев является понимание того, как складываются представления о своей группе. Привлекая методологию Я. Ассмана, можно сказать, что этническая идентичность конструируется в процессе информационного взаимодействия между сторонами «Мы» и «Они», которое порождает мифы, являющиеся основой представлений об этнической идентичности. Основой мифотворчества в этом процессе является антагонизм, возникающий во время взаимодействия на основе принципа «Мы» – «Они». Доведение содержания этих мифов до сведения членов группы способствует трансформации идентичности. В результате социальные мифы укрепляют групповое сознание, а группа культивирует определённые мифы и укрепляет свою идентичность [1, с. 144].

В этом контексте проблема конструирования этнической идентичности заключается в том, что для этого необходимо преодолеть разрыв со своим прошлым, который возникает из-за неизбежности взгляда из современности на прошлое, происходящего в силу давления инокультурной среды, а также по причине использования чужого языка в условиях диаспоры, становящегося средством общения. В процессе мифологического рассказа о прошлом историческая жизнь этноса приобретает целостность, что создает коллективную память, которую объединяет воспроизводство неких событий и связанных с ними смыслов. Подтверждая это, В. А. Тишков говорит, что этнические группы возникают не вследствие историко-эволюционного процесса, а благодаря иным факторам [21, с. 105]. Например, эмигранты из германских княжеств, прибывая в Америку, в период до 1867 г. говорили на 8 разных языках и плохо ассимилировались. Единой этнической идентичности у них не было, а появилась она как именование американских немцев позже в условиях американского энтокультурного окружения.

Необходимо сделать вывод, что вовлечение этнической группы в коммуникативный процесс неизбежно влияет на поведение её членов, так как это нацелено на навязывание им определённых социальных норм и ценностей, которые должны стать, по мнению общества, частью их мышления. Через идентификацию с обобщёнными другими группа усваивает общие для социального окружения социальные стандарты мышления и деятельности. Возникает представление об общем «Мы», на основе которого формируется широкая социальная идентичность, которая выражается в идеологии, психологии, культуре, национальной символике, совместной деятельности представителей данного этноса [26, с. 308].

Однако важно отметить, что если бы описанная тенденция доминировала в процессе отношений этнической группы и общества, то этот процесс привёл бы к ассимиляции и утрате её идентичности. В реальности процессы трансформации этнической идентичности включают более сложное взаимодействие его сторон, на что обратил внимание Б. Ф. Поршнев, по мнению которого этническое самосознание является производным сложного взаимодействия этноса с социальным окружением, где попытки объединения встречают тенденцию, направленную на отторжение, а стремление к противопоставлению наталкивается на объединительные настроения [16, с. 14]. Это положение подтверждается П. Бергером и Т. Лукманом [4, с. 216], которые доказывают, что определение идентичности зависит от размещения в объективном мире и субъективно усваивается вместе с этим миром. Этот же алгоритм раскрывает концепция «габитуса» П. Бурдьё, позволяющая рассмотреть формирование этнической идентификации в качестве результата процесса информационного взаимодействия, в котором представляется диспозиция, выраженная в антитезе терминами «Мы» и «Другие» [5, с. 26]. Структура взаимодействия между «Мы», представляющими сторону этнической идентичности» и «Другие», оказывающими социальное воздействие на группу, может быть понята, исходя из теории К. Лэша, который под этим понятием имеет некую синтетическую

«самость», приобретающую критические и рефлексивные способности, подвергаясь влиянию традиций, окружающих этническую группу [13, с. 28].

Именно так конструировалась немецкая идентичность, когда первоначально между восприятием немцев в русской культуре и их самооценкой существовала большая разница. Находящиеся в русскоязычной среде немцы именовались этим словом, начиная с XII в. или ранее, однако оно, чаще всего, не соответствовало не только тому, как называли себя жители территории Германии, но и тому, как понимали себя сами немцы. Во-первых, оно объединяло в единое целое всех иностранцев европейского происхождения, не знавших русского языка. Во-вторых, ещё и потому, что в это время на территории германских княжеств не проживало единого народа. Впоследствии в связи с постепенным узнаванием о наличии разницы между немцами, большинство из них стали именовать в соответствии с собственными представлениями о себе, но это не коснулось немцев из Германии. Вероятно, свою роль сыграло то, что наши страны чаще других воевали друг с другом, из-за чего слово «немец» приобрело негативные коннотации, которые дольше других держатся в массовом сознании [31].

В дальнейшем на примере истории немецкого этноса ярко проявились такие зависимые от влияния социальной мифологии характеристики этнической идентичности, как «относительность» и «изменчивость». На это обратил внимание М. Майкл, который подразделяет этнические идентичности на «полные», «нулевые» и «частичные». Полная идентичность достигается группой в случае слияния большинства группы с идентифицируемым объектом. Её обратной стороной является отказ от групповой идентичности. Промежуточное положение между крайними точками занимает частичная идентичность, которая выступает как их синтез. Прохождение этих стадий можно наблюдать на примере забайкальских немцев, которые в разные периоды могли идентифицировать или не идентифицировать себя с немецким этносом [14, с. 91].

Исходя из данных соображений, по отношению к описанию исторической судьбы немецкого этноса применим термин «плавающая идентичность», подчёркивающий синтетический и динамический характер данного феномена. Его синтетичность заключается в том, что этническая идентичность состоит из множества частичных идентичностей и включает в себя региональную, культурную, религиозную, социальную, групповую и личную идентичности, составляющие, по мнению С. Московичи, определённую иерархию [28, с. 170]. Это предположение подтверждается данными В. С. Курске и Т. Б. Смирновой, которые зафиксировали, что у российских граждан, идентифицирующих себя с немецким этносом, наличествует множественная этническая идентичность, которая усложняется наличием смешанных браков немцев с людьми разных национальностей и тем, что многие группы немцев сохранили воспоминания о происхождении от голландцев, австрийцев или поляков [19, с. 162].

Процесс «плавания» этнической идентичности заключается в том, что представители этнического сообщества могут менять отношение к различным типам идентичности и выбирать те, которые необходимы им для осуществления своей идентификации. В целом можно констатировать, что в процессе конструирования этнической идентичности группа участвует в процессе многогранной коммуникации. В ней, по мнению А. Сикурела, А. Шюца, Г. Гарфинкеля [6, с. 155], велико значение элемента, который можно назвать интерсубъективным, так как он допускает присутствие не только объективных попыток повлиять на содержание этнического сознания, но и субъективной реакции на эти попытки со стороны этнического сознания, которая может носить релятивный характер и зависеть от личностного выбора. В этом случае формирующаяся этническая идентичность группы, находящейся в условиях иноэтничного социального окружения, будет результатом взаимной подгонки значений, обусловленной познавательными и интерпретативными возможностями участников диалога.

Как уверены авторы этой концепции, условия, предполагающие стремление к взаимному уподоблению участников разговора, конструируют общий фон, определяющий решения вопроса о соответствии между «феноменом» и «ноуменом» («Мы» и «Они»). Он в соответствии с правилами кодирования используется в целях конструирования идентичности, которое, по мнению М. Ф. Бендла [3, с. 58], проходит

посредством использования имманентных социальных конструктов, таких как «нарративы самости», или социальных мифов.

По этому принципу конструируется идентичность «немецкой» диаспоры в Забайкалье, которая определяется как «дисперсное» сообщество отдалённых потомков выходцев из Германии, сохраняющих нарративы о культурных связях с исторической родиной. Вместе с этим важным обстоятельством является то, что существование немецкого этноса здесь осуществляется на основе взаимодействия, взаимодополнительности и симбиоза с теми, кто сосуществует с диаспорой на одной территории [18, с. 78]. В условиях современного социально-экономического кризиса в России немецкая этническая идентичность актуализируется, в связи с субъективным ощущением немцами утраты своей культуры, языка, по причине ассимиляции в окружении иных народов. При этом немецкий этнос сам выступает в качестве группы поддержки, к которой всегда можно обратиться немцу за помощью в сложной жизненной ситуации. Таким образом, этническая идентичность забайкальских немцев интерсубъективна и выполняет компенсаторную функцию. В результате она становится интегрирующим началом, объединяя «Своих» перед лицом «Чужих», и поэтому в «нарративах самости», то есть мифах, представляется как нечто более стабильное, чем соседствующие социальные группы.

Указанные мифы, распространённые у забайкальских немцев, могут существовать в течение длительного времени, а могут привноситься извне, как со стороны «материнского этноса» из Германии, так и со стороны социального окружения. В этих мифах может быть прослежено как региональное, так и глобализационное влияние, однако объединяет в единое целое забайкальских немцев ценностное мифологическое ядро, то есть их общая вера в то, что немецкая традиция Забайкалья является прямым наследником культурной традиции Германии [21, с. 116].

Таким образом, среди забайкальских немцев стремление быть немцем является достаточно сильным, хотя не всегда рационально объяснимым явлением, а обретение этой этничности продолжает оставаться самой желанной целью, поэтому социальные мифы являются ключевым инструментом конструирования регионального варианта немецкого этноса, так как формируют его ценностное ядро, заключающееся в определённом наборе интегрирующих символов. Конструирование этого этноса представляет собой процесс трансформации ценностного содержания представлений о себе с помощью мифов, в которых отражена картина немецкого прошлого, прославляются или замалчиваются достижения, «жертвы», «неудобные» события, связываемые с немцами [15, с. 154].

В этом контексте можно выделить две функции социального мифотворчества по отношению к этнической идентичности. Выполняя первую, оно способствует усилению общности внутри группы, в этом случае гомогенность достигается посредством распространения мифов, создающих представления об истории, территории, институтах, языке и религии этнической группы. Внутренняя общность группы, выступающая как результат распространения и принятия мифов об общих ценностях, ведёт к усилению взаимной коммуникации и продуцирует представления об общих исторических корнях народа, символических формах, преданиях, религии и фольклоре. В отличие от этого внутреннего измерения идентичности, порождающего мифологические интра-образы, существует и внешнее измерение, порождающее мифологические экстра-образы, нацеленные на культивирование отличительности группы. Эти объективные этнокультурные, языковые, религиозные различия конкретных общностей создают мифологическую антитезу «Мы» – «Они».

Выводы:

1. Значение этничности в условиях полиэтнического Забайкалья постоянно возрастает, так как многие этнические группы, в частности забайкальские немцы, обращаются к этничности как форме организации жизнедеятельности, по причинам необходимости реагирования на динамично изменяющиеся условия существования, проходящие в контексте глобализации. Этническая идентичность является таким ментальным конструктом, который поддается рациональному воздействию со стороны социального мифотворчества, так как её особенностью является упрощение и схематизация правил социального взаимодействия, происходящие

в условиях коммуникационной антитезы «Мы» – «Они». Процесс трансформации этнической идентичности происходит под влиянием социальных мифов в контексте реально функционирующих социальных, экономических, культурных условий территории проживания.

2. Под термином «немецкий этнос», понимаются группы людей, проживающих в России и объединённых общими представлениями о немецкой истории и ценностях, которые выражаются в этнических и социальных мифах. В условиях смены культурного контекста немецкая идентичность на территории Забайкалья открывает для её носителей обширные перспективы. Это служит основой для конструирования немецкой общности с помощью обращения к таким формам творчества, как презентация разнообразных версий прошлого и символов, оснащённых художественными, эстетическими и этическими атрибутами. Основным является придание сверхзначимого смысла принадлежности к данной этнической группе, члены которой объединены стремлением к обретению Родины, что выступает как особый образ, в рамках которого немецкая этническая идентичность является ресурсом успешной самореализации.

3. В условиях диаспоры этническая идентичность перестаёт осознаваться как естественный и объективно заданный способ существования, она начинает активно подвергаться процедурам конструирования и воображения. Ценностный контекст этнической идентичности постоянно смещается то в прошлое, то в будущее, непроизвольно обретая черты социального или этнического мифа. Важную роль в этих процессах играют усилия окружающего социума, представленные мифами о «навязываемой» идентичности. Они содержат экстра-образы, нацеленные на репрезентацию информации об этносе во внешнем мире. С другой стороны, важная роль принадлежит мифам, связанным с самоидентичностью группы, представляющими представления её членов о «Мы». Она основана на «интра-образах», представленных набором объективизированных характеристик, нацеленных на интеграцию этнической группы изнутри. В фокусе исследования трансформаций забайкальских немцев находится интерсубъективная сторона идентичности, предполагающая, что итоговая этническая идентичность будет представляться как непрерывно проходящий процесс взаимодействия и синтеза этих противопоставленных друг другу мифов.

Список литературы

1. Ассман Я. Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М.: Языки славянской культуры, 2004. 368 с.

2. Бельгер Г. К. Эволюция национального самосознания в творчестве российских немецких писателей // Помни своё имя: ст. и выступления о литературе и культуре российских немцев. Алма-Ата: Гылым, 1999. 296 с.

3. Бендл М. Ф. Кризис «идентичности» в эпоху высокого модерна // Социальные и гуманитарные науки. 2003. № 2. С. 58–63.

4. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания. М.: Academia-Центр: Медиум, 1995. 323 с.

5. Бурдьё П. Начала. Choses dites. М.: Socio-Logos, 1994. 288 с.

6. Гарфинкель Г. Понятие «доверия»: доверие как условие стабильных согласованных действий и его экспериментальное изучение // Социальные и гуманитарные науки. Сер. Социология. 1999. № 4.

7. Дятлов В. Диаспора: попытка определиться в понятиях // Диаспоры. 1999. № 1.

8. Жуков А. В., Жукова А. А., Власова К. Е. Возрождение национальной культуры и процессы миграции среди немцев в Забайкальском крае // Изв. ИГУ. 2015. Т. 11. С. 87–96.

9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

10. Клосковска А. Культурный полиморфизм и национальные стереотипы // Социальные и гуманитарные науки. 1997. № 1. С. 50–57.

11. Лебедева Н. М. Введение в этническую и кросс-культурную психологию. М.: Ключ, 1999. 270 с.

12. Липпман У. Общественное мнение. М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.

13. Лэш К. Восстание элит и предательство демократии. М.: Логос: Прогресс, 2002. 224 с.

14. Майкл М. Конструирование идентичностей: социальные, внечеловеческие и трансформирующие факторы // Социальные и гуманитарные науки. Сер. Социология. 1999. № 4. С. 88–102.

15. Нойманн И. Использование «Другого»: образы Востока в формировании европейских идентичностей. М.: Новое изд-во, 2004. 336 с.

16. Поршнев Б.Ф. История и психология: сб. ст. М.: Наука, 1971. 390 с.

17. Российские немцы в Германии: интеграция и типы этнической самоидентификации: по итогам исследования российских немцев в регионе Нюрнберг-Эрланген // Этнографическое обозрение. 2004. № 4. С. 97–113.

18. Селиверстова С. Н. Немецкая диаспора России: национальная и культурная идентичность // Вестн. МГУКИ. 2012. № 4. С. 77–81.

19. Смирнова Т. Б., Курске В. С. Этническая идентичность российских немцев в начале XXI века // Журн. социологии и социальной антропологии. 2011. № 1. С. 160–176.

20. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. М.: Языки рус. культуры, 1997. 824 с.

21. Тишков В. А. Реквием по этносу: исследования по социально-культурной антропологии. М.: Наука, 2003. 544 с.

22. Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и путь к процветанию. М.: АСТ, 2004. 732 с.

23. Хализев В. Е. Сознание и самосознание персонажа. Психологизм // Теория литературы. М.: Высш. шк., 2002. 438 с.

24. Шюц А. Аспекты социального мира // Смысловая структура повседневности мира: очерки по феноменологической социологии. М.: Ин-т фонда «Общественное мнение», 2003. С.114–162.

25. Элиаде М. Аспекты мифа. М.: Инвест-ППП, 1996. 240 с.

26. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис. М.: Прогресс, 1996. 344 с.

27. Юнг К.-Г. Об архетипах коллективного бессознательного // Архетип и символ. М.: Ренессанс, 1991. 149 с.

28. Moscovici S., Lage E. Studies in influence III: majority versus minority influence in a group // European Journal of Social Psychology. 1976. № 6. P. 149–174.

Источники

29. В Забайкалье проживают представители 120 национальностей [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://zabinfo.ru/82578 (дата обращения: 24.02.2016).

30. Глава российских немцев в Чите. В школах обострился национализм из-за ситуации на Украине [Электронный ресурс]. Режим доступа: (дата обращения: 24.02.2016).

31. Почему немцев называют немцами, а не германцами [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.kakprosto.ru/kak-854054-pochemu-nemcev-nazyvayut-nemcami-a-ne-germancami (дата обращения: 24.02.2016).

References

1. Assman Ya. Kul'turnaya pamyat': pis'mo, pamyat' o proshlom i politicheskaya identichnost' v vysokikh kul'turakh drevnosti. M.: Yazyki slavyanskoi kul'tury, 2004. 368 s.

2. Bel'ger G. K. Evolyutsiya natsional'nogo samosoznaniya v tvorchestve rossiiskikh nemetskikh pisatelei // Pomni svoe imya: st. i vystupleniya o literature i kul'ture rossiiskikh nemtsev. Alma-Ata: Gylym, 1999. 296 s.

3. Bendl M. F. Krizis «identichnosti» v epokhu vysokogo moderna // Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. 2003. № 2. S. 58–63.

4. Berger P., Lukman T. Sotsial'noe konstruirovanie real'nosti: traktat po sotsiologii znaniya. M.: Academia-Tsentr: Medium, 1995. 323 s.

5. Burd'e P. Nachala. Choses dites. M.: Socio-Logos, 1994. 288 s.

6. Garfinkel' G. Ponyatie «doveriya»: doverie kak uslovie stabil'nykh soglasovannykh deistvii i ego eksperimental'noe izuchenie // Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Ser. Sotsiologiya. 1999. № 4.

7. Dyatlov V. Diaspora: popytka opredelit'sya v ponyatiyakh // Diaspory. 1999. № 1.

8. Zhukov A. V., Zhukova A. A., Vlasova K. E. Vozrozhdenie natsional'noi kul'tury i protsessy migratsii sredi nemtsev v Zabaikal'skom krae // Izv. IGU. 2015. T. 11. S. 87–96.

9. Kastel's M. Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura. M.: GU VShEGU VShE, 2000. 608 s.

10. Kloskovska A. Kul'turnyi polimorfizm i natsional'nye stereotipy // Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. 1997. № 1. S. 50–57.

11. Lebedeva N. M. Vvedenie v etnicheskuyu i kross-kul'turnuyu psikhologiyu. M.: Klyuch, 1999. 270 s.

12. Lippman U. Obshchestvennoe mnenie. M.: In-t Fonda «Obshchestvennoe mnenie», 2004. 384 s.

13. Lesh K. Vosstanie elit i predatel'stvo demokratii. M.: Logos: Progress, 2002. 224 s.

14. Maikl M. Konstruirovanie identichnostei: sotsial'nye, vnechelovecheskie i transformiruyushchie faktory // Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Ser. Sotsiologiya. 1999. № 4. S. 88–102.

15. Noimann I. Ispol'zovanie «Drugogo»: obrazy Vostoka v formirovanii evropeiskikh identichnostei. M.: Novoe izd-vo, 2004. 336 s.

16. Porshnev B.F. Istoriya i psikhologiya: sb. st. M.: Nauka, 1971. 390 s.

17. Rossiiskie nemtsy v Germanii: integratsiya i tipy etnicheskoi samoidentifikatsii: po itogam issledovaniya rossiiskikh nemtsev v regione Nyurnberg-Erlangen // Etnograficheskoe obozrenie. 2004. № 4. S. 97–113.

18. Seliverstova S. N. Nemetskaya diaspora Rossii: natsional'naya i kul'turnaya identichnost' // Vestn. MGUKI. 2012. № 4. S. 77–81.

19. Smirnova T. B., Kurske V. S. Etnicheskaya identichnost' rossiiskikh nemtsev v nachale XXI veka // Zhurn. sotsiologii i sotsial'noi antropologii. 2011. № 1. S. 160–176.

20. Stepanov Yu. S. Konstanty. Slovar' russkoi kul'tury. M.: Yazyki rus. kul'tury, 1997. 824 s.

21. Tishkov V. A. Rekviem po etnosu: issledovaniya po sotsial'no-kul'turnoi antropologii. M.: Nauka, 2003. 544 s.

22. Fukuyama F. Doverie. Sotsial'nye dobrodeteli i put' k protsvetaniyu. M.: AST, 2004. 732 s.

23. Khalizev V. E. Soznanie i samosoznanie personazha. Psikhologizm // Teoriya literatury. M.: Vyssh. shk., 2002. 438 s.

24. Shyuts A. Aspekty sotsial'nogo mira // Smyslovaya struktura povsednevnosti mira: ocherki po fenomenologicheskoi sotsiologii. M.: In-t fonda «Obshchestvennoe mnenie», 2003. S.114–162.

25. Eliade M. Aspekty mifa. M.: Invest-PPP, 1996. 240 s.

26. Erikson E. Identichnost': yunost' i krizis. M.: Progress, 1996. 344 s.

27. Yung K.-G. Ob arkhetipakh kollektivnogo bessoznatel'nogo // Arkhetip i simvol. M.: Renessans, 1991. 149 s.

28. Moscovici S., Lage E. Studies in influence III: majority versus minority influence in a group // European Journal of Social Psychology. 1976. № 6. P. 149–174.

Istochniki

29. V Zabaikal'e prozhivayut predstaviteli 120 natsional'nostei [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: http://zabinfo.ru/82578 (data obrashcheniya: 24.02.2016).

30. Glava rossiiskikh nemtsev v Chite. V shkolakh obostrilsya natsionalizm iz-za situatsii na Ukraine [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: (data obrashcheniya: 24.02.2016).

31. Pochemu nemtsev nazyvayut nemtsami, a ne germantsami [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: http://www.kakprosto.ru/kak-854054-pochemu-nemcev-nazyvayut-nemcami-a-ne-germancami (data obrashcheniya: 24.02.2016).

Библиографическое описание статьи

Соколов А. Ю. Влияние социального мифотворчества на немецкую идентичность в полиэтническом Забайкалье // Ученые записки ЗабГУ. Сер. Философия. Культурология. Социология. Социальная работа. 2016. Т. 11, № 3. С. 119–127.

Reference to the article

Sokolov A. Yu. The Influence of Social Myth-Making on the “German” Identity Revival in Transbaikal Region // Scholarly Notes of Transbaikal State University. Series Philosophy. Cultural Studies. Sociology. Social Work. 2016. Vol. 11, No. 2. PP. 119–127.

Статья поступила в редакцию 06.03.2016