

УДК 330.567.2; 339.13; 339.137.2

*Статья подготовлена при поддержке Российского гуманитарного научного фонда, грант № 15-02-00441/15 «Экономическая идентичность российских регионов: концептуализация понятия, разработка инструментария измерения и сравнения, включение в систему регионального бренд-менеджмента».*

**Баженова Елена Юрьевна**

Кандидат экономических наук, доцент  
Южный федеральный университет, г. Ростов-на-Дону

**Баженов Сергей Витальевич**

Кандидат философских наук  
Президент АНО «Горизонты науки», г. Ростов-на-Дону

**ФОРМИРОВАНИЕ НАУЧНОГО КОНЦЕПТА  
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ РЕГИОНА»:  
МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД**

В статье на междисциплинарной основе формулируются основы для формирования научного концепта «экономическая идентичность региона». Высказана гипотеза о синтетическом характере данного социокультурного феномена. Обосновывается, что экономическая идентичность региона формируется в результате экономического самоотождествления индивидуума с региональным сообществом в когнитивной, ценностной и эмоциональной сферах и проявляется в экономическом поведении региональных субъектов и их социальном самочувствии.

**Ключевые слова:** идентичность, регион, междисциплинарный подход, экономическая идентичность, региональное развитие.

**Jel classification code: O 130, O 018, R 230**

**Elena Bazhenova**

Ph.D. (Economics), Associate Professor  
Southern Federal University, Rostov-na-Donu

**Sergey Bazhenov**

Ph.D. (Philosophy)  
President of «Science Horizons Foundation», Rostov-na-Donu

**THE FORMATION OF THE SCIENTIFIC CONCEPT  
«ECONOMIC IDENTITY OF THE REGION»:  
INTERDISCIPLINARY APPROACH**

The article formulates the basis for the formation of the scientific concept of «economic identity of the region» on an interdisciplinary basis. It is hypothesized that this sociocultural phenomenon has a synthetic nature. It is argued that the economic identity of the region is formed as a result of the economic identification of the individual with the regional community in cognitive, value and emotional spheres and then manifested in the economic behavior of regional actors and their social wellbeing.

**Keywords:** identity, region, interdisciplinary approach, economic identity, regional development.

**Jel classification code:** O 130, O 018, R 230

В последнее время глобализация резко обострила проблему идентичности на разных уровнях (личность, регион, страна) и в разных сферах (культура, политика и т.п.) жизни общества. В условиях жёсткой глобальной конкуренции в обществе потребления проблема идентичности стоит очень остро, происходит активное вовлечение в глобальную конкуренцию стран, регионов, других территориальных образований, что актуализирует проблему исследования «региональной идентичности» через идентичность регионального социума.

Другим важным направлением является исследование «экономической идентичности» социума, которое актуализировано развитием междисциплинарных связей и появлением новых направлений в экономике (экономической социологии, экономической психологии, институциональной экономики). Идентичности получают экономическое содержание, например, воплощаясь в региональных брендах и брендах регионов.

Введение новой категории «экономическая идентичность региона» (ЭИР) расширяет границы экономического анализа. В практическом плане экономическая идентичность региона может и должна стать одним из факторов регионального управления, оказывающего влияние на гармонизацию отношений

регионального социума, регионального бизнеса и политико-властных субъектов региона.

Обращаясь к теоретическому рассмотрению феномена экономической идентичности региона отечественными учёными, следует отметить не только отсутствие сколь-нибудь внятной и цельной теоретической конструкции для его описания, но и отсутствие среди отечественных учёных-экономистов однозначного согласия в отношении целесообразности введения в научный оборот данного концепта [14]. Довольно робкие попытки формирования теоретической конструкции региональной идентичности экономического пространства были предприняты С.С. Галазовой [6].

Конструирование научного концепта ЭИР целесообразно осуществлять на основе синтетического междисциплинарного подхода, методологические основы и «жизненная сила» которого всесторонне представлены в одном из последних сборников научных работ российских учёных [15]. Методологическим основанием для разработки конструкта ЭИР нами выбрана системная экономическая теория Г.Б. Клейнера [12].

Изучение феномена ЭИР напрямую связано с концептами «регион» и «идентичность», а также с изучением региональных социально-экономических процессов. Научный анализ региональных процессов опирается на разнообразные методологические концепты, из которых наиболее разработанными на данный момент являются концепты «регионализация» и «регионализм». При этом следует учитывать, что до сих пор существует большое количество различных мнений по поводу того, что есть регион, какова его структура и как происходит его формирование, и на данный момент так и не создано единой теоретической модели региона.

Не останавливаясь на отдельных теоретических подходах и их результатах, отметим только, что, по нашему мнению, наиболее значимой работой по онтологии региональных исследований, подводящей итог 60-летнего периода научного осмысления региональных процессов и регионализма, стал вышедший в конце 2013 г. под редакцией Фредерика Сёдербаума (*Frederik Söderbaum*), и

Филипа де Ломберде (*Philip De Lombaerde*) четырёхтомный труд «Регионализм» [22].

Западная научная мысль сформировала широкий теоретический базис для конструирования концепта экономической идентичности региона. Весьма перспективным для цели данного исследования, на наш взгляд, является разработанный западными учёными аналитический взгляд на регион как на квазикорпорацию [21], в соответствии с которым у региона обнаруживаются определённые черты сходства с крупной корпоративной структурой.

Такой подход позволяет, во-первых, рассматривать регион в более широком контексте взаимодействия и взаимовлияния внутренней среды региона и мирового социума, глобального мира. А во-вторых, такой взгляд на регион даёт основание при формировании авторской методологии использовать эвристический потенциал выделенной в рамках системной экономической теории Г.Б. Клейнера его системно-интеграционной концепции предприятия [11].

Адаптируя положения системно-интеграционной теории предприятия к региону («регион-квазикорпорация»), можно предположить, что во внутреннем пространстве каждого региона выделяются семь слоёв, каждый из которых реализует определённые виды деятельности, осуществляемые в пространстве определённых групп ресурсов (см. рисунок 1).

При этом первые четыре подсистемы образуют ментально-институциональную основу функционирования региона, а следующие три образуют её функциональную основу. Данное представление мы и будем называть *системной структурой* региона.

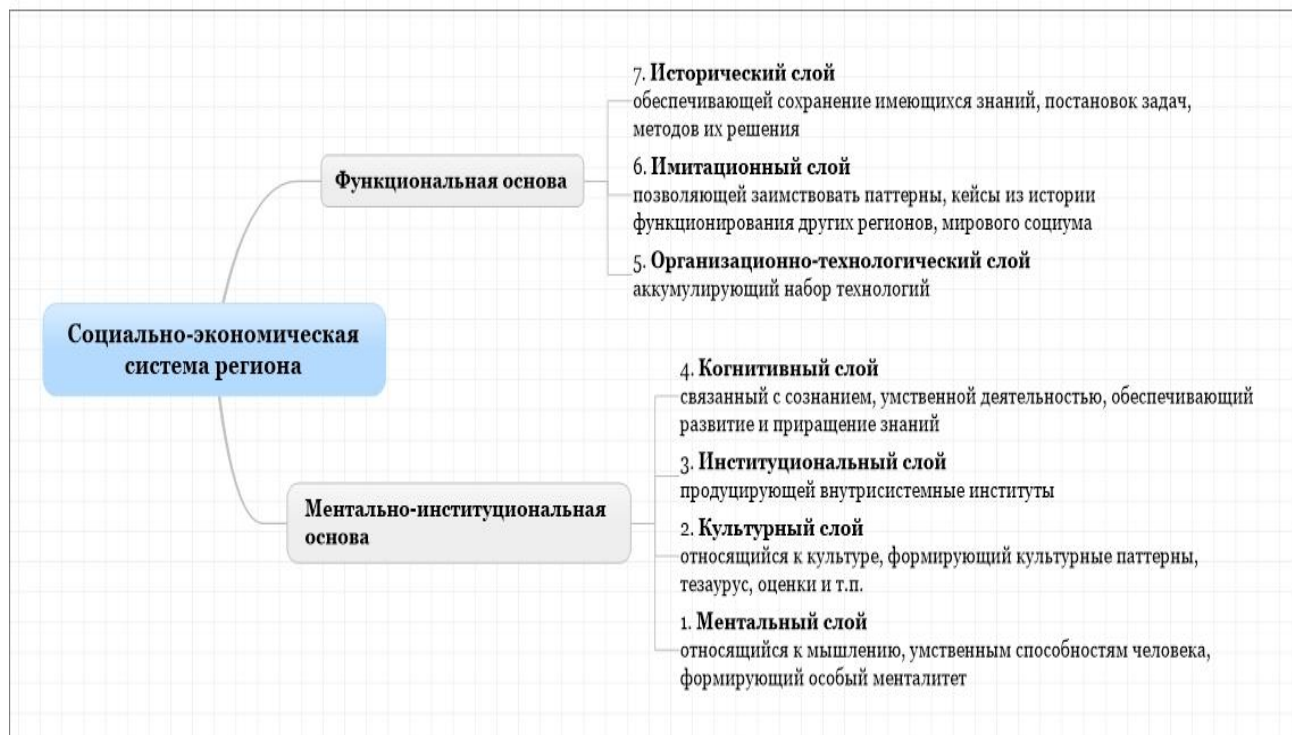


Рисунок 1 — Системная структура региона

*Ментальный слой* данной структуры включает в себя все виды *ментальной деятельности* отдельных индивидуумов, протекающие главным образом в их голове и имеющие непосредственное отношение к функционированию региона. В результате функционирования данного слоя происходит:

а) осмысление региональными индивидуумами разнообразных социально-экономических явлений, протекающих в рамках региона;

б) формирование определённых ментальных конструкций, т.н. «менталитета», используемых в ходе мыслительных процессов лицами, принимающими участие в деятельности или управлении соответствующим регионом. В этом слое отражаются характеристики мышления индивидуумов, особенности восприятия и интерпретации ими разнородной информации, стереотипизация подходов, способность к прогностическим действиям и т.п. Значимость подобного рода ментальной деятельности для выполнения производственных функций подчёркивалась ещё Т. Вебленом [5].

*Культурный слой* охватывает *культурную деятельность* внутри региона. Результатами его работы являются: а) оценка важности и значимости информации, циркулирующей внутри региона или поступающей извне, её

ранжирование; б) формирование культурной среды региона, т.е. согласование оценок важности и ценности различных явлений, затрагивающих регион, особенности взаимодействия и координации деятельности внутрирегиональных субъектов, таких как готовность к компромиссу, навыки совместной деятельности, способы интерпретации информации, взаимное доверие и т.д.

*Институциональный слой охватывает институциональную деятельность и институциональную структуру* региона. Он состоит из институтов микроуровня, т.е. действующих в данном регионе формальных и неформальных норм, правил, традиций, включая традиции индивидуального и группового плана, традиции формирования отношений в системе региона и др. Результатом деятельности этой подсистемы являются: а) продукты взаимодействия индивидуумов и их групп (коллективов), создаваемые благодаря институтам в ходе производственно-хозяйственной и иной региональной деятельности; б) новые или модифицированные внутрирегиональные институты. Институциональное региональное пространство имеет довольно насыщенную структуру, в которой действуют как специфические для данного региона институты, так и проекции общестрановых, территориальных и отраслевых институций.

*Когнитивный слой* включает механизмы познания и знания, как продукт деятельности. Под этими механизмами понимается система коллективного отбора, восприятия, обработки и запоминания информации о внешней и внутренней среде региона, а также использования этой информации для накопления знаний. Результатами функционирования этого слоя являются: а) когнитивная база знаний, локализованная в рамках региона, но распределённая между его отдельными индивидуумами, их группами и коллективами; б) новые или модифицированные механизмы познания, функционирующие в рамках региона. Формирование когнитивных механизмов в первую очередь определяется индивидуально-групповыми особенностями мышления, региональной культурной средой, а также институциональной средой региона.

Четыре вышеперечисленные слоя образуют ментально-

институциональную основу функционирования региона. Изменение этой фундаментальной структуры происходит только в относительно долгосрочном периоде, а воспроизводство, сохранение и эволюция обеспечивается внутренними механизмами наследственности. Таким образом, для каждого данного региона работает механизм воспроизводства его так называемого *социально-экономического генотипа, как «информационного механизма социального наследования и социальных изменений, обеспечивающий воспроизведение структуры, принципов функционирования, процессов регламентации и обучения (отбора, запоминания и распространения позитивного опыта) в определённой общественной системе» [13], т.е. взаимосвязанной совокупности наследуемых и медленно изменяющихся характеристик данного региона.*

*Организационно-технологический слой* включает *организационно-управленческие и технико-технологические* механизмы, функционирующие в регионе. В рамках этого слоя осуществляется непосредственное региональное производство.

*Имитационный слой* состоит из *поведенческих паттернов*, кейсов, заимствованных из истории функционирования других регионов и «внешнего мира». Иными словами, этот слой представляет собой проекцию внешней среды на внутреннее пространство региона. В рамках данного слоя эти образцы исследуются и становятся объектами имитации в регионе.

*Исторический слой* отражает *опыт функционирования* самого региона и представляет собой проекцию траектории собственного развития региона на своё внутреннее региональное пространство. Этот слой включает также информацию о «системных событиях», происходивших в регионе или вне него и является важной частью интеллектуального пространства региона.

Таким образом, можно сказать, что регион, концептуально, состоит из ментальных, культурных, институциональных, когнитивных, производственных технологий и продуктов деятельности соответствующих слоёв, а также внешних и собственных прецедентов. В целом они определяют социальные,

экономические, технические и эргономические технологии.

Обратимся теперь собственно к идентичности. В самом общем виде под *идентичностью* (лат. *Identitas*, англ. *Identity*) мы будем понимать свойство человеческой психики в довольно концентрированной форме выражать то, как индивид представляет свою «соотнесённость» (принадлежность) с другими социальными, национальными, языковыми, политическими, конфессиональными, расовыми и другими общностями, а также отождествляет себя с каким-либо индивидом, который является воплощением присущих для той или иной группы или общности черт и свойств.

*Региональную идентичность* (РИ) мы определим, как восприятие индивидом себя как представителя, определённого «воображённого сообщества» (по Б. Андерсону) [2], основывающееся на единстве территории проживания, истории и традиций, социального и культурного опыта, ценностных установок и ориентаций, а также определённого образа жизни.

*Экономическая идентичность* (ЭИ), рассматриваемая как системообразующая часть экономического Я личности, представляет собой психологическую категорию, которая отражает результат определения человеком своего положения в системе экономических отношений и, прежде всего, отношений собственности, являющихся (по У. Джеймсу) [8], центральными, базовыми отношениями личности в экономической сфере. Экономическая идентификация — предпосылка социального поведения личности, основа формирования её личностной идентичности в контексте социально-экономической саморепрезентации индивида как экономического субъекта.

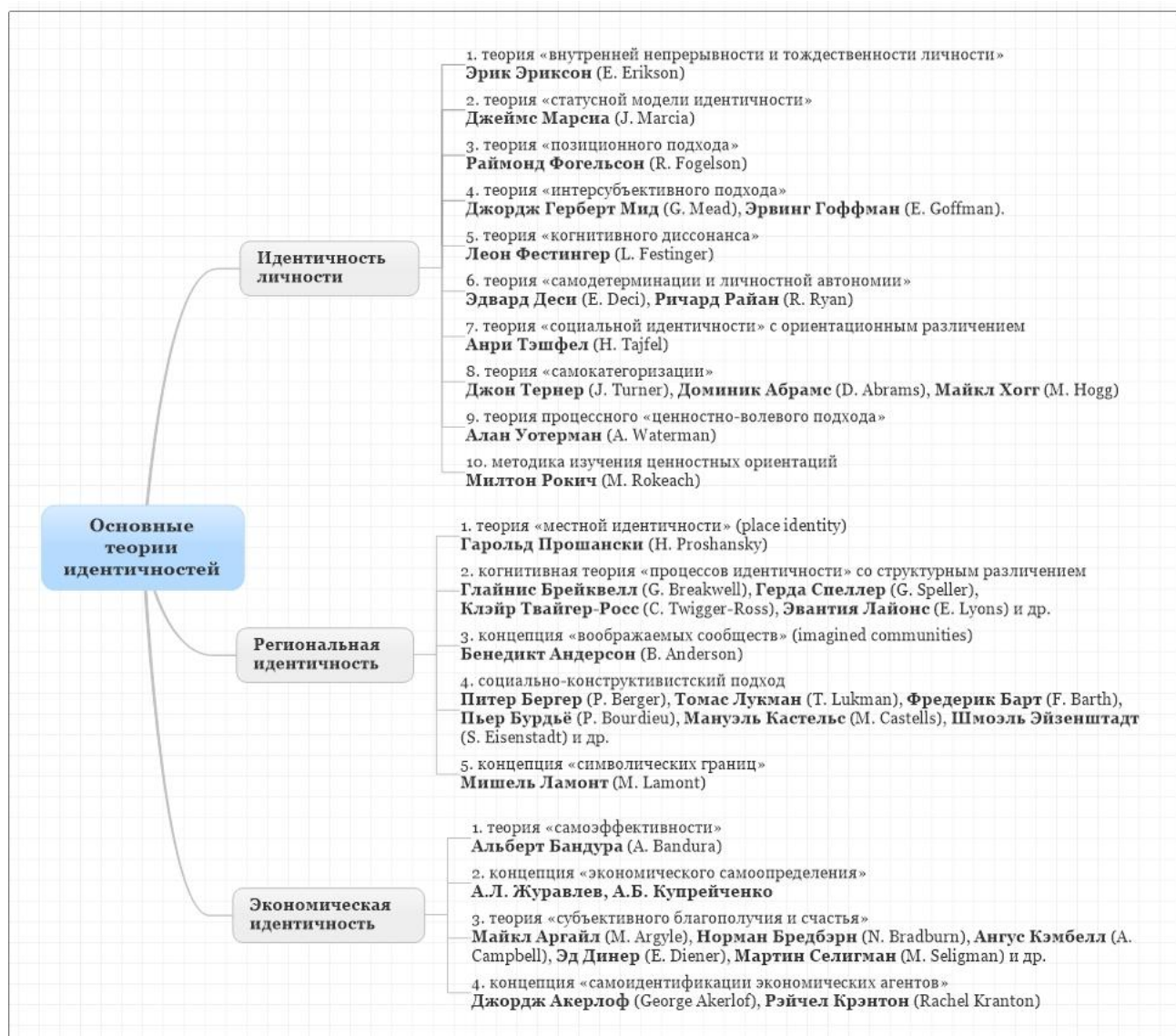
В качестве рабочего определения экономической идентичности региона (ЭИР), сформулированного на уровне научной гипотезы, нами используется следующая логическая конструкция. *Экономическая идентичность региона* (ЭИР) — это результат агрегирования взаимно наложенных полей, создаваемых экономической и региональной идентичностями индивидуумов, формирующийся на когнитивном уровне социально-экономической системы



региона (рисунок 1) как части социума национальной общественной системы и проявляющийся в экономическом поведении региональных субъектов и их социальном самочувствии.

Исходя из сформулированного определения, теоретическую основу изучения экономической идентичности региона составляют теории региональной идентичности и теории так или иначе описывающие экономическую идентичность личности.

Поскольку все теории идентичности берут своё начало в научных концепциях идентичности личности, полностью абстрагироваться от их существования не представляется возможным. Наиболее значимые, по нашему мнению, теории, так или иначе задействованные в формировании авторского подхода к экономической идентичности региона отражены на рисунке 2.



## Рисунок 2 — Основные теории идентичностей

Феномен *региональной идентичности* имеет междисциплинарный и многоаспектный характер. Авторский подход предполагает рассмотрение региональной идентичности с *конструктивистских* позиций, на формирование которого большое влияние оказали положения социально-конструктивистской теории, восходящей к работам Питера Бергера (*P. Berger*), Томаса Лукмана (*T. Lukman*), Фредерика Барта (*F. Barth*) [3], Пьера Бурдьё (*P. Bourdieu*) [4] и др. Конструируемый характер любой идентичности отмечают Мануэль Кастельс (*M. Castells*) [10], а Шмоэль Эйзенштадт (*S. Eisenstadt*) подчеркивает, что любая коллективная идентичность является продуктом социального конструирования. Данный подход базируется на идее конструирования реальности, давая возможность для анализа дискурсивной активности акторов, самоопределяющихся в экономическом пространстве региона. Мишель Ламонт (*M. Lamont*) изучает роль символических границ в созидании идентичностей.

В отечественной научной литературе выделяется ряд подходов к изучению региональной идентичности в России [7], среди отечественных исследователей, изучающих проблемы конструирования идентичности, отметим работы О.Ю. Малиновой, В.В. Лапкина, В.И. Пантина, И.С. Семенов и др.

Теоретической основой исследования *экономической идентичности* для нас стали: 1) теория «самоэффективности» Альберта Бандуры (*A. Bandura*), «самодетерминации и личностной автономии» Эдварда Деси (*E. Deci*), Ричарда Райана (*R. Ryan*), работы О.Е. Дергачевой, Д.А. Леонтьева и др.; 2) концепция «экономического самоопределения» А.Л. Журавлева, А.Б. Купрейченко; 3) теория «субъективного благополучия и счастья» Майкла Аргайла (*M. Argyle*) и др. Особо следует отметить концепцию самоидентификации экономических агентов, предложенную Джорджем Акерлофом (*G. Akerlof*) и Рэйчел Крэнтон (*R. Kranton*). Именно их книга, по существу, и положила начало научному осмыслению феномена идентичности экономистами [1].

В процессе своего формирования идентичность приобретает определённую структуру. Существуют различные взгляды на понимание этой

структуры (см., напр.: [23], [9], [19] и др.). Так, Джон Тернер [23] в аспекте выявления когнитивных, мотивационных и ценностных компонентов говорит о трёхуровневой структуре идентичности: 1) высший (суперординатный) слой, на котором происходит определение себя как части широкой общности, подчиняющей все известные группы; 2) средний (промежуточный) слой, на котором происходит определение себя в терминах групповой принадлежности; 3) низший (субординатный, подчинённый) слой, на котором происходит определение себя как уникального индивида в индивидуальных, личностных качествах.

В структуре *экономической идентичности* личности теоретически могут быть выделены её базовые компоненты (когнитивный, аффективный и поведенческий), которые представляют собой достаточно крупные образования. Они в свою очередь дифференцируются на более частные экономико-психологические феномены. Все компоненты экономической идентичности, представляющие собой результат реально сложившихся типов взаимодействия социально-психологических и экономических переменных, интегрируются в рамках более общей системы — экономического самосознания личности как системы отрефлексированных экономико-психологических феноменов, порождаемых психологическими отношениями «человек — экономическая среда» [18]. Эти компоненты представляют собой многоуровневые и многоаспектные явления. Осознание себя как субъекта экономических отношений, прежде всего, отношений собственности посредством формирования экономической самоидентичности личности, становится центральным компонентом экономического сознания индивида.

*Региональная идентичность* представляет собой форму коллективной идентичности, при которой её носитель однозначно идентифицирует себя в пространстве и времени, соотносясь с внешним миром согласно ценностному, эмоциональному, регулятивному аспектам. С позиций социологического анализа региональная идентичность представляет собой осознание индивидом

своей принадлежности к региональному социуму. Она является результатом когнитивного, ценностного, эмоционального процессов самоотождествления.

*Когнитивный* компонент составляет основное содержание региональной идентичности. Он представляет собой сложную систему знаний членов регионального социума о собственной региональной общности, о занимаемой ими геокультурной реальности (особенностях территориального устройства, ландшафта, культурных традициях, исторических моментах и т.п.), свойствах и особенностях региона.

*Ценностный* компонент региональной идентичности означает наличие позитивного или негативного отношения к факту региональной принадлежности. Арджун Аппадурай (*A. Appadurai*) отмечает, что ценности региональной культуры до сих пор обладают значительной устойчивостью, несмотря на современный «культурный номадизм» (*cultural nomadism*) и ситуацию «дисплейсмента» (*displacement*), выражающуюся в полном отсутствии социального прикрепления к какой-либо одной географической точке [20].

*Эмоциональный* компонент проявляется как результат действия двух первых компонентов и выражается в принятии или непринятии данного регионального сообщества в качестве группы членства (региональный патриотизм, чувство приверженности к региональному сообществу, признание его значимой ценностью).

В структуру региональной идентичности необходимо включение *деятельностно-регулятивного* компонента, понимаемого как определённый тип социального, общественного и экономического поведения субъекта регионального сообщества, опирающийся на: 1) знания о регионе и экономике и их эмоционально-ценностное восприятие; 2) желание и готовность участвовать в общественно-политической жизни страны и региона; 3) самостоятельность в выборе решений, способность противостоять асоциальным и противоправным поступкам и действиям; 4) ответственность за принятые решения, действия и их последствия [16]. Регулятивный компонент региональной идентичности включает в себя способы поведения, конкретные практики ориентирования в

региональном пространстве. Таким образом, основными структурными компонентами региональной идентичности являются: 1) когнитивный, 2) ценностный, 3) эмоциональный, и 4) деятельностно-регулятивный.

Рассматривая процессы формирования региональной и экономической идентичностей выделим следующие важные моменты. Так при анализе формирования ЭИ, В.А. Хащенко утверждает, что *«экономическая идентичность по своей природе всегда личностно обусловлена и выступает как организующий принцип индивидуальной позиции в системе реальных экономических отношений человека в качестве экономического субъекта»* [18]. При этом особенностью процесса её формирования является результирующий эффект социальной категоризации в системе представлений «богатый — бедный». Существующие объективные признаки имущественного статуса человека, как отражения качества жизни (уровень дохода, наличие недвижимости, дорогих вещей и пр.) зачастую имеют ярко выраженный региональный характер. Кроме того, объективные критерии дифференциации групп собственников динамичны и непостоянны.

В свою очередь, В.Н. Супиков в качестве основных факторов формирования региональной идентичности выделяет: 1) генезис и основания регионообразования (исторические, политико-управленческие, социально-экономические, национально-этнические, культурные; физико-географические и др.); 2) качество жизни; 3) ментальность регионального социума; человеческий потенциал региона; вектор развития (включая направление и динамику развития): инновационное, модернизационное, стагнирующее, деградационное [17]. Следует заметить, что РИ внутренне присуща каждому отдельному индивиду, её структура универсальна, однако процесс её формирования происходит лишь в социуме, в ходе непрерывного процесса социализации личности. Протекание процесса социализации, несомненно, сказывается на формировании личностных установок и убеждений, которые, в свою очередь, будучи присвоенными человеком в определённый период, воспроизводятся в

обществе в целом. Таким образом, региональная идентичность представляет собой как индивидуально-личностное, так и социально-групповое явление.

ЭИР представляет собой некий синтетический социокультурный феномен, является комплексным проявлением процессов экономического самоотождествления индивида с региональным сообществом в когнитивной, ценностной и эмоциональной сферах. При этом, основными структурными компонентами ЭИР также являются: когнитивный, ценностный, эмоциональный, и деятельностно-регулятивный. *Когнитивный* компонент ЭИР содержит в себе сформированное на базе идентифицирующих признаков знание о данном региональном и экономическом сообществах. *Ценностный* компонент отражает наличие позитивного или негативного отношения к самому факту региональной экономической принадлежности, результирующий *эмоциональный* компонент выражается в принятии или непринятии субъектом определённого сообщества в качестве группы своего членства. *Деятельностно-регулятивный* компонент отражает способы социально-экономического поведения, конкретные практики экономического ориентирования индивидуума в региональном пространстве.

Выше была рассмотрена системная структура региона, выделенные подсистемные слои которой образуют ментально-институциональную и функциональную основы региона. Можно предположить, что как формирование, так и проявление ЭИР происходит во всех указанных слоях, при этом каждый слой выполняет в этом процессе свою функцию, решает свою задачу. Так, например, в *ментальном слое* происходит осмысление индивидуумами разнообразных социально-экономических явлений, протекающих в рамках региона, и формируется т.н. «региональный экономический менталитет». В *культурном слое* происходит формирование экономической культуры региона. *Институциональный слой* формирует институциональные условия, институциональную среду, некий «ландшафт» для реализации экономических отношений, осуществления производственно-хозяйственной и иной региональной социальной активности. *Когнитивный слой* отвечает за

непосредственное формирование ЭИР, при этом результатом его функционирования является когнитивная база социально-экономических знаний региональных индивидуумов, а также формирование когнитивных механизмов, определяющих индивидуально-групповые особенности экономического мышления индивидуумов, сформированных определёнными региональными культурной и институциональной средами региона.

### Литература

1. Акерлоф Д.А., Крэнтон Р.Е. Экономика идентичности. Как наши идеалы и социальные нормы определяют, кем мы работаем, сколько зарабатываем и насколько несчастны / Пер. с англ. Д. Стороженко / М.: Карьера Пресс, 2011. -224 с.
2. Андерсен Б. Воображаемые сообщества. — М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2001.
3. Барт Ф. Этнические группы и социальные границы. М.: Новое издательство, 2006.
4. Бурдьё П. Социология политики М.: Socio-Logos, 1993.
5. Веблен Т. Почему экономическая наука не является эволюционной дисциплиной? // Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса. М.: ГУ-ВШЭ, 2006.
6. Галазова С.С. Региональная идентичность экономического пространства // Экономические науки. 2014. № 6 (115).
7. Герасимов А.С. Подходы к исследованию региональной идентичности в отечественной науке // Вестник Псковского государственного университета. Серия: Естественные и физико-математические науки. 2013. №3
8. Джеймс У. Психология. Спб., 1905
9. Иванова Н. Л., Мазилова Г. Б. Проблемы социальной психологии личности Вып. 11. Саратов: Научная книга, 2013.
10. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М.: ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.

11. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия. — М.: Дело АНХ, — 2008.
12. Клейнер, Г.Б. Какая экономика нужна России и для чего? (опыт системного исследования) / Г. Клейнер // Вопросы экономики. — 2013. — № 10. — С. 4-27.
13. Майминас Е.З. Российский социально-экономический генотип // Вопросы экономики. 1996. № 9.
14. Мамедов О.Ю. Идентичность российской экономики: испытание глобализацией // TERRA ECONOMICUS. 2010. Т. 8. № 2.
15. Перспективы развития междисциплинарных социально-экономических и гуманитарных исследований: Материалы круглого стола 24 июня. 2015 г. / отв. ред. Г.Б. Клейнер. — Ростов-н/Д.: Изд-во Южного федерального ун-та, 2015.
16. Солдатова Г.У., Рыжова С.В. Типы этнической идентичности. URL: <http://www.etnopsy.ru/txt.htm> (дата обращения: 24.12.2015).
17. Супиков, В.Н. Моделирование социально-экономического развития регионов / В. Н. Супиков // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. — 2012. — № 1 (21). — С. 143–149.
18. Хащенко В.А. Психология экономического благополучия. М.: ИП РАН, 2012.
19. Abes E., Jones S., McEwen M. (2007). Reconceptualizing the model of multiple dimensions of identity: The role of meaning-making capacity in the construction of multiple identities. *Journal of College Student Development*, 48(1), pp. 1-22.
20. Appadurai A., Breckenridge C. Marriage, Migration and Money: Mira Nair's Cinema of Displacement. *Visual Anthropology* 4 (1, Spring): 1991. — P. 95-102.
21. Boiser S. Regional Management in a New International Order: Quasi states and Quasi Firms. Santiago, Chile, 1992.
22. Regionalism: in 4 Vol. / ed. by P. De Lombaerde, F. Soderbaum. SAGE Publications Ltd, 2013.
23. Turner J., Hogg M., Oakes P., Reicher S., Wetherell M. (1987) *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Cambridge, MA, US: Basil Blackwell.



### References

1. Akerlof D.A., Krehnton R.E. EHkonomika identichnosti. Kak nashi idealy i social'nye normy opredelyayut, kem my rabotaem, skol'ko zarabatyvaem i naskol'ko neschastny / Per. s angl. D. Storozhenko / M.: Kar'era Press, 2011. -224 p. *(in Russian)*
2. Andersen B. Voobrazhaemye soobshchestva. — M.: Kanon-Press-C, Kuchkovo pole, 2001. *(in Russian)*
3. Bart F. EHtnicheskie gruppy i social'nye granicy. M.: Novoe izdatel'stvo, 2006. *(in Russian)*
4. Burd'yo P. Sociologiya politiki M.: Socio-Logos, 1993. *(in Russian)*
5. Veblen T. Pochemu ehkonomicheskaya nauka ne yavlyaetsya ehvolyucionnoj disciplinoy? // Istoki: iz opyta izucheniya ehkonomiki kak struktury i processa. M.: GU-VSHEH, 2006. *(in Russian)*
6. Galazova S.S. Regional'naya identichnost' ehkonomicheskogo prostranstva // EHkonomicheskie nauki. 2014. № 6 (115). *(in Russian)*
7. Gerasimov A.S. Podhody k issledovaniyu regional'noj identichnosti v otechestvennoj nauke // Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Estestvennye i fiziko-matematicheskie nauki. 2013. №3 *(in Russian)*
8. Dzhejms U. Psihologiya. Spb., 1905 *(in Russian)*
9. Ivanova N. L., Mazilova G. B. Problemy social'noj psihologii lichnosti Vyp. 11. Saratov: Nauchnaya kniga, 2013. *(in Russian)*
10. Kastel's M. Informacionnaya ehpoza: ehkonomika, obshchestvo i kul'tura / Per. s angl. pod nauch. red. O. I. SHkaratana. — M.: GU VSHEH, 2000. — 608 p. *(in Russian)*
11. Klejner G.B. Strategiya predpriyatiya. — M.: Delo ANH, — 2008. *(in Russian)*
12. Klejner, G.B. Kakaya ehkonomika nuzhna Rossii i dlya chego? (opyt sistemnogo issledovaniya) / G. Klejner // Voprosy ehkonomiki. — 2013. — № 10. — p. 4-27. *(in Russian)*
13. Majminas E.Z. Rossijskij social'no-ehkonomicheskij genotip // Voprosy ehkonomiki. 1996. № 9. *(in Russian)*

14. Mamedov O.YU. Identichnost' rossijskoj ehkonomiki: ispytanie globalizaciej // TERRA ECONOMICUS. 2010. T. 8. № 2. (*in Russian*)
15. Perspektivy razvitiya mezhdisciplinarnyh social'no-ehkonomicheskikh i gumanitarnyh issledovanij: Materialy kruglogo stola 24 iyun. 2015 g. / otv. red. G.B. Klejner. — Rostov-n/D.: Izd-vo YUzhnogo federal'nogo un-ta, 2015. (*in Russian*)
16. Soldatova G.U., Ryzhova S.V. Tipy ehnticheskoy identichnosti. URL: <http://www.etnopsy.ru/txt.htm> (*in Russian*)
17. Supikov, V.N. Modelirovanie social'no-ehkonomicheskogo razvitiya regionov / V. N. Supikov // Izvestiya vysshih uchebnyh zavedenij. Povolzhskij region. Obshchestvennye nauki. — 2012. — № 1 (21). — p. 143–149. (*in Russian*)
18. Hashchenko V.A. Psihologiya ehkonomicheskogo blagopoluchiya. M.: IP RAN, 2012. (*in Russian*)
19. Abes E., Jones S., McEwen M. (2007). Reconceptualizing the model of multiple di-mensions of identity: The role of meaning-making capacity in the construction of mul-tiple identities. Journal of College Student Development, 48(1), pp. 1-22.
20. Appadurai A., Breckenridge C. Marriage, Migration and Money: Mira Nair's Cinema of Displacement. Visual Anthropology 4 (1, Spring): 1991. — P. 95-102.
21. Boiser S. Regional Management in a New International Order: Quasi states and Quasi Firms. Santiago, Chile, 1992.
22. Regionalism: in 4 Vol. / ed. by P. De Lombaerde, F. Soderbaum. SAGE Publications Ltd, 2013.
23. Turner J., Hogg M., Oakes P., Reicher S., Wetherell M. (1987) Rediscovering the so-cial group: A self-categorization theory. Cambridge, MA, US: Basil Blackwell.