

Анализ факторов, формирующих национальные идентичности Азербайджана в медиапространстве с применением NLP

А.И. Кривенко, А.Н. Марьенков, Д.А. Черничкин

Астраханский государственный университет, Астрахань

Аннотация. Статья посвящена описанию подходов к анализу информационного пространства с применением low-code платформ с целью выявления факторов, влияющих на конструирование новой национальной идентичности Азербайджанской Республики и уникальных особенностей информационного ландшафта страны. В статье описываются шаги по определению ключевых тем и сбору из различных интернет-источников больших данных в виде корпусов текстов и анализу данных. В части анализа данных проводится изучение тональности текста и идентификации лидеров мнений, также статья включает в себя мониторинг ключевых тем, визуализированных для наглядного представления результатов.

Ключевые слова: Аналитика данных, мониторинг трендов, анализ тональностей, визуализация данных, low-code, Крибрум, Polyanalyst, большие данные.

Введение. В современном информационном обществе СМИ и социальные сети имеют всеохватывающее влияние на формирование общественного мнения, а также на развитие политических и социокультурных процессов. В контексте Азербайджанской Республики – страны с богатым историческим и культурным наследием, изучение информационного пространства становится особенно актуальным для понимания динамики общественного дискурса и его влияния на социальные и политические аспекты жизни общества. Исходя из необходимости выявления ключевых тенденций, влияющих на конструирование новых национальных идентичностей, появляется необходимость в подходе, которые объединят в себе методы сбора, анализа и интерпретации данных. Эта работа полезна для исследователей, практиков и принимающих решения лиц, ориентирующихся на глубинное понимание социально-культурных направлений развития Азербайджанской Республики и его влияние на общественные процессы.

Формирование национальной идентичности Азербайджана является сложным и многоэтапным процессом, включающим в себя взаимодействие различных исторических, культурных и политических факторов. В данной работе

представлены основные этапы предлагаемой методологии, начиная с организации сбора данных из разнообразных источников, включая интернет-СМИ и различные платформы социальных сетей. Особое внимание будет уделено возможностям визуализации данных, что позволит наглядно представить результаты анализа и выделить ключевые тренды и паттерны.

Основные формирования национальной идентичности Азербайджана.

С древних времен территория современного Азербайджана была ареной сосуществования и взаимодействия различных цивилизаций и культур, таких, как Манна, Мидия, Кавказская Албания и Атропатена [1]. Эти ранние государственные образования внесли значительный вклад в формирование культурного и этнического многообразия региона. Средневековый период характеризовался господством таких политических образований, как государство Ширваншахов и Сефевидская империя, что способствовало развитию уникальных культурных и религиозных традиций [2].

Длительные периоды нахождения Азербайджана под властью Персидской и Российской империй оказали значительное влияние на культурное и политическое самосознание народа. Персидское влияние проявилось в языковой и религиозной сферах, тогда как российский период принес модернизацию и интеграцию в более широкие геополитические процессы [3]. В то же время, эти влияния способствовали «укреплению национального самосознания азербайджанцев, как реакции на внешние доминирующие силы». Советский период привнес радикальные изменения в социально-политическую структуру и культурные установки азербайджанского общества [4]. Несмотря на значительное влияние советской идеологии, периоды культурного ренессанса и сохранение национальных традиций в искусстве, литературе и музыке играли важную роль в поддержании национального самосознания..

Провозглашение независимости Азербайджана в 1991 году ознаменовало начало этапа конструирования новой национальной идентичности [5]. Этот период характеризуется активным восстановлением и переосмыслением культурного и исторического наследия, развитием национального языка и религиозных традиций. Государственная политика была направлена на укрепление национальной гордости и единства, поддержание культурного многообразия и интеграцию в глобальное сообщество.

Национальная идентичность Азербайджана продолжает конструироваться под влиянием культурных, социальных и глобальных изменений [6]. Изучение этой динамики требует применения новых подходов и технологий, чтобы глубже понять и адекватно реагировать на современные вызовы и тенденции. Поэтому, в рамках данной работы, нами была предпринята попытка сбора и анализа данных интернет-СМИ и социальных медиа Азербайджана, на основе которых предложена собственная процедура сбора и анализа данных. Использование данных источников информации позволяет оперативно собирать и анализировать большой объем данных, отражающий текущие мнения и обсуждения. Этапы этого исследования будут подробно рассмотрены в дальнейшем тексте статьи.

Сбор данных. Начальным этапом является получение релевантной информации о факторах, влияющих на формирование национальной идентичности Азербайджана. Использование готовых программ для сбора данных из СМИ и социальных сетей значительно ускоряет и автоматизирует процесс исследования, обеспечивая доступ к разнообразным источникам и продвинутым аналитическим инструментам. Это позволяет получать точные и актуальные данные, экономя ресурсы и соблюдая юридические нормы.

В России существует огромное количество программ сбора информации, например: Brand Analytics, Medialogia, Kribrum, SemanticForce [7, 8]. В данном

исследовании применялся функционал программы Крибрум [9], т.к. данная платформа наиболее подходит для мониторинга и анализа социальных медиа и форумов, подходит для анализа репутации и общественного мнения на территории стран ближнего зарубежья, выявление трендов и ключевых тем.

Первым шагом является определение ключевых слов и фраз, которые наиболее точно описывают национальную идентичность Азербайджана. Эти слова и фразы должны охватывать широкий спектр тем, связанных с культурой, историей, традициями, языком, религией и современными вызовами. Ключевые слова и фразы могут быть как официальными, так и неформальными, включая популярные и сленговые выражения. Были отобраны слова и фразы, наиболее полно описывающие тематику исследования и составлен следующий пример запроса: ("национальная идентичность Азербайджана" OR "азербайджанская культура" OR "традиции Азербайджана" OR "история Азербайджана" OR "азербайджанский язык" OR "азербайджанские обычаи" OR "национальные праздники Азербайджана" OR "азербайджанская литература" OR "азербайджанская поэзия" OR "герои Азербайджана" OR "историческое наследие Азербайджана" OR "религия в Азербайджане" OR "религиозные традиции Азербайджана" OR "современная молодежь в Азербайджане" OR "миграция и идентичность Азербайджана" OR "глобализация и национальная идентичность Азербайджана" OR "социальные изменения в Азербайджане" OR "влияние интернета на культуру Азербайджана" OR "азербайджанская диаспора" OR "Карабахский конфликт и идентичность Азербайджана" OR "гордость за Азербайджан" OR "азербайджанские танцы" OR "азербайджанская кухня" OR "музыка Азербайджана" OR "азербайджанские песни" OR "азербайджанский национальный костюм" OR "азербайджанские традиции" OR "празднование Новруза в Азербайджане" OR "азербайджанские обряды" OR "родной язык" OR "азербайджанские традиционные блюда" OR "родная культура" OR

"азербайджанская гордость" OR "быть азербайджанцем" OR "азербайджанский дух" OR "мое наследие" OR "наши корни" OR "культурное наследие Азербайджана" OR "моя культура" OR "мы азербайджанцы" OR "наше прошлое" OR "наше будущее" OR "наша история" OR "азербайджанская идентичность" OR "гордость за наши корни" OR "азербайджанская душа" OR "азербайджанская природа" OR "наше наследие" OR "наш язык" OR "любовь к Азербайджану" OR "азербайджанские национальные танцы" OR "азербайджанская кухня лучшие блюда" OR "память предков" OR "традиции наших предков" OR "гордость за родину" OR "что значит быть азербайджанцем" OR "азербайджанская идентичность в современном мире" OR "быть азербайджанцем в XXI веке" OR "азербайджанская движуха" OR "азербайджанский вайб" OR "наши тусовки" OR "азербайджанский стиль" OR "наши традиции" OR "быть азером" OR "азерская душа" OR "азербайджанский колорит" OR "азерская культура" OR "наши корешки" OR "азерские приколы" OR "азербайджанская еда" OR "азербайджанские корни" OR "наши обычаи" OR "азербайджанская гордость" OR "азерские треки" OR "азербайджанские ритмы" OR "наш язык" OR "гордость за Азер" OR "азербайджанский патриотизм" OR "#Azerbaijan" OR "#Азербайджан" OR "#Baku" OR "#Азери" OR "#Новруз")

В результате работы поискового запроса было собрано 26071 сообщений по теме «идентичность» в СМИ и 21122 сообщений в социальных сетях за полгода (с 01.12.2023 по 01.06.2024 гг.). Информация собиралась с территориальной меткой «Азербайджан» для получения релевантных данных и уменьшения работ по предварительной подготовке текстов.

Так как в выборке содержалось большое количество мусорных текстов, было необходимо очистить набор данных. С помощью машинной обработки записи были очищены следующими методами: удаление дубликатов, обработка недостающих данных, исправление неверных данных, обработка выбросов и

индексирование текста. После очистки набор данных составил 16501 сообщений из СМИ и 9000 сообщений из социальных сетей и мессенджеров.

Анализ данных. Этап анализа данных является ключевым в исследовании, так как он позволяет извлечь ценные инсайты из собранной информации. Для реализации данного этапа исследования использовалась платформа PolyAnalyst [10], которая предоставляет мощные инструменты для обработки и анализа больших объемов текстовой информации. PolyAnalyst позволяет эффективно собирать, очищать и анализировать данные из различных источников, таких как СМИ и социальные сети. Анализ данных, собранных для исследования идентичностей Азербайджана в медиaprостранстве, представляет собой многоступенчатый и комплексный процесс, включающий в себя как качественные, так и количественные методы. Для наглядного представления результатов используются методы визуализации данных.

В самом начале исследования проводится количественный анализ сообщений из СМИ и социальных сетей, охватывающий аудиторию и активность. Такой анализ является фундаментальным шагом, который задает направление для более глубокого и детального исследования национальной идентичности через анализ контента в медиaprостранстве. Результаты представлены на рисунках 1 – 3.



Рис. 1. – Объем сообщений в СМИ

Среди традиционных СМИ, информагентства и тематические порталы активно освещают вопросы национальной идентичности (Рисунок 1). Печатные издания, агрегаторы, официальные источники, ТВ и сайты организаций имеют менее значительное присутствие в обсуждении данной темы, что может указывать на меньшую активность или популярность этих каналов для обсуждения вопросов национальной идентичности. Интернет-издания являются наиболее активными источниками сообщений по теме национальной идентичности, значительно опережая все остальные каналы с 10,488 сообщениями.

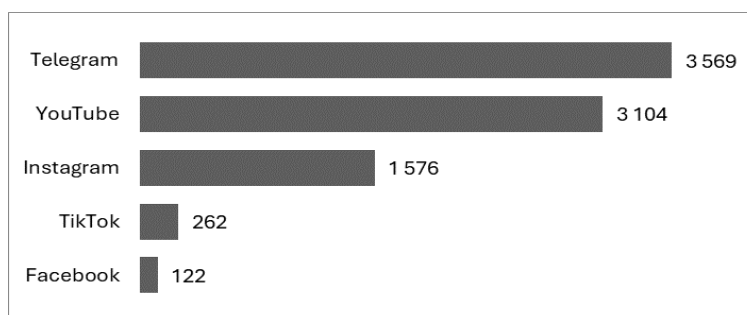


Рис. 2. – Объем сообщений по теме исследования в социальных сетях

Среди социальных сетей, Telegram и YouTube являются ведущими платформами с количеством сообщений 3,569 и 3,104 соответственно. Instagram* также показывает значительную активность с 1,576 сообщениями, однако TikTok* и Facebook* имеют гораздо меньшее количество сообщений по данной теме (262 и 122 соответственно). (*проект Meta Platforms Inc., деятельность которой в России запрещена)

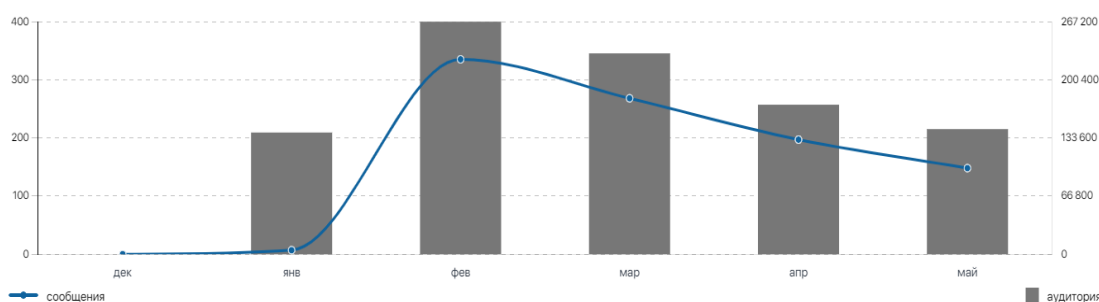


Рис. 3. – Динамика изменения интереса по теме исследования

На рисунке 3 представлено количество записей по теме идентичности Азербайджана с декабря 2023 года по конец мая 2024 года. Наблюдается значительный рост числа сообщений с декабря по февраль, достигший пика в феврале. Одной из возможных причин этого роста может быть проведение президентских выборов, что обычно вызывает усиленное обсуждение. После пика в феврале, количество сообщений постепенно снижается. Это может указывать на затухание интереса после завершения выборов, когда внимание общества переключается на другие вопросы. В апреле и мае уровень сообщений стабилизируется на относительно равном уровне, хотя и ниже, чем в пиковый период.

По данным агрегированным на рисунке 4, количество постов постепенно уменьшалось с декабря до апреля, но затем резко возросло в мае, что может быть связано с празднованием Дня Победы и проведением Международной выставки пищевой промышленности InterFood Azerbaijan.

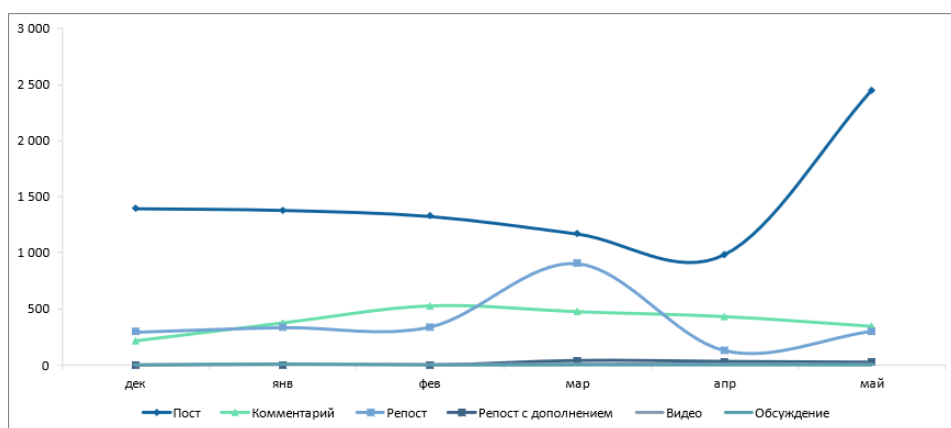


Рис. 4. – Динамика изменения количества интеракций

Комментарии и обсуждения оставались относительно стабильными с небольшими колебаниями, демонстрируя умеренный интерес к теме на протяжении всего периода, достигли пика в марте, что может свидетельствовать о временном росте интереса или важной информационной волне, затем их

количество снова уменьшилось. В марте 2024 года в Азербайджане произошло несколько значимых событий, включая подписание Меморандума о взаимопонимании по сотрудничеству в области ветровой энергетики между Азербайджаном и Европейским Союзом. Это мероприятие стало важным шагом в укреплении сотрудничества в области возобновляемой энергетики и было широко обсуждаемо в социальных сетях и СМИ.

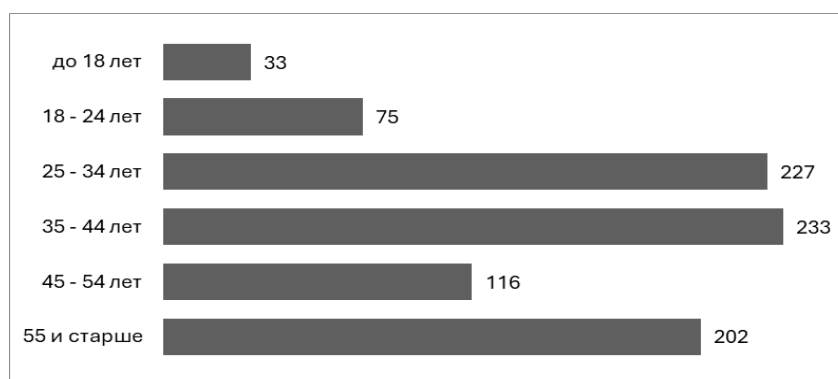


Рис. 5. – Распределение аудитории по возрасту

Анализ возрастной аудитории по теме национальной идентичности (Рисунок 5) показывает, что наибольшую активность проявляют люди в возрасте 35 - 44 лет и 25 - 34 лет. Важно отметить также значительное участие аудитории старше 55 лет. Молодежь до 18 лет и возрастная группа 18 - 24 года проявляют наименьший интерес, с 33 и 75 участниками соответственно. Группа 45 - 54 года имеет умеренную активность с 116 участниками. В зависимости от текущих событий и общественных движений, интерес к национальной идентичности может колебаться в различных возрастных группах.

На следующем этапе проводится детальный контент-анализ собранных материалов. Так тематический анализ позволяет выявить ключевые темы и вопросы, связанные с национальной идентичностью. На рисунке 6 анализируются частотность упоминаний популярных тем.

График показывает, что темы "Автоматизация", "Экономика" и "Политика" являются наиболее обсуждаемыми в СМИ, тогда как "Здравоохранение" и "Биология" получили меньше всего внимания.

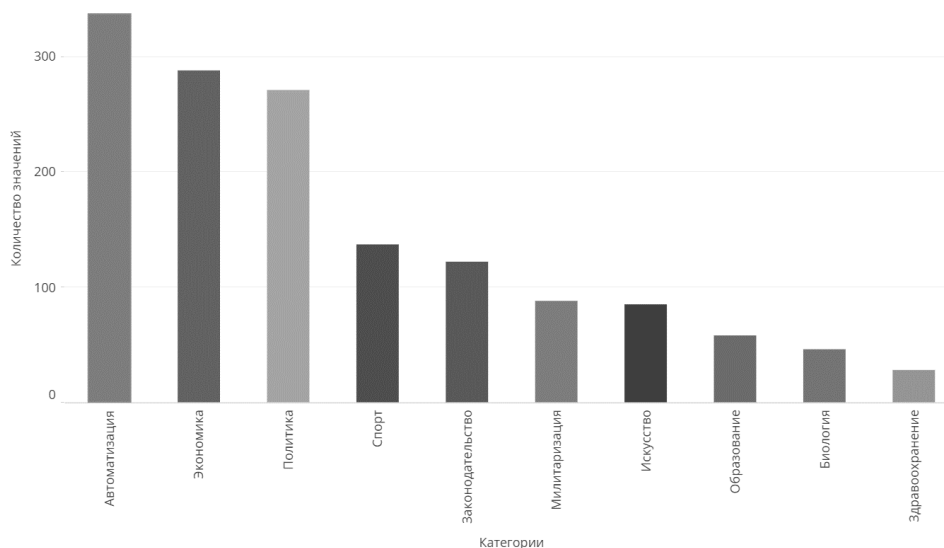


Рис. 6. – Тематический анализ текстов

Особое внимание уделяется тому, как различные медиа представляют и интерпретируют концепцию национальной идентичности, какие аргументы и метафоры используются для ее описания. Так, выделение и анализ часто упоминаемых ключевых слов и фраз, помогает понять, какие аспекты национальной идентичности наиболее важны для общества. Это включает использование таких методов, как частотный анализ и построение облаков слов. Наглядно результаты представлены на рисунке 7.

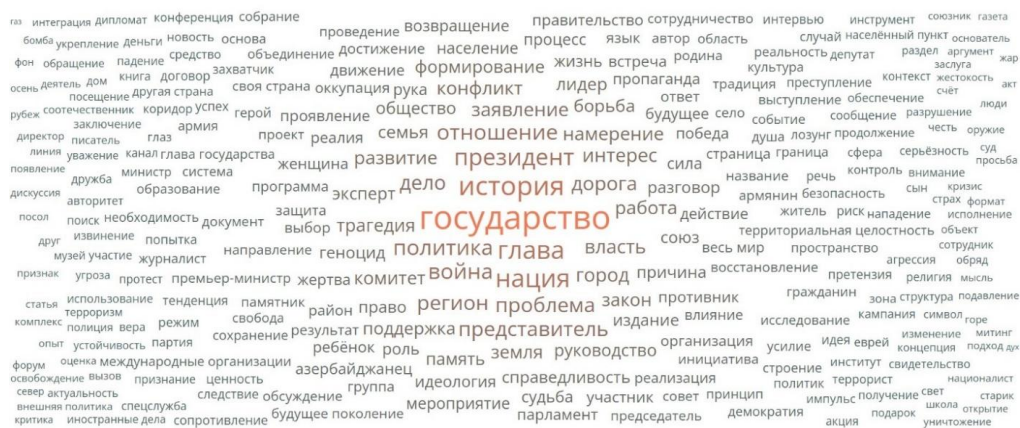


Рис. 7. – Выборка ключевых слов по теме «Политика»

Облако тегов визуализирует ключевые слова, часто используемые в политических обсуждениях. Наиболее значимыми являются: государство, история, президент, нация, политика, война – эти ключевые слова указывают на центральные темы и обсуждения, связанные с государственным устройством, историческими аспектами, лидерами и конфликтами. Слова: представитель, глава, регион, проблема, конфликт, безопасность подчеркивают значимость политических лидеров, административного деления и текущих вызовов. Общество, народ, гражданин акцентируют внимание на социально-политических аспектах. Закон, право, власть, правительство касаются системы управления и юридических аспектов. Союз, интеграция, сотрудничество указывают на внешнеполитические отношения.

В рамках исследования был проведен сентимент-анализ сообщений из СМИ и социальных сетей. Анализ тональности оценивает эмоциональную окраску материалов, определяя, какие темы вызывают положительные или отрицательные реакции (Рисунок 8). Это важно для понимания общественного восприятия национальной идентичности.

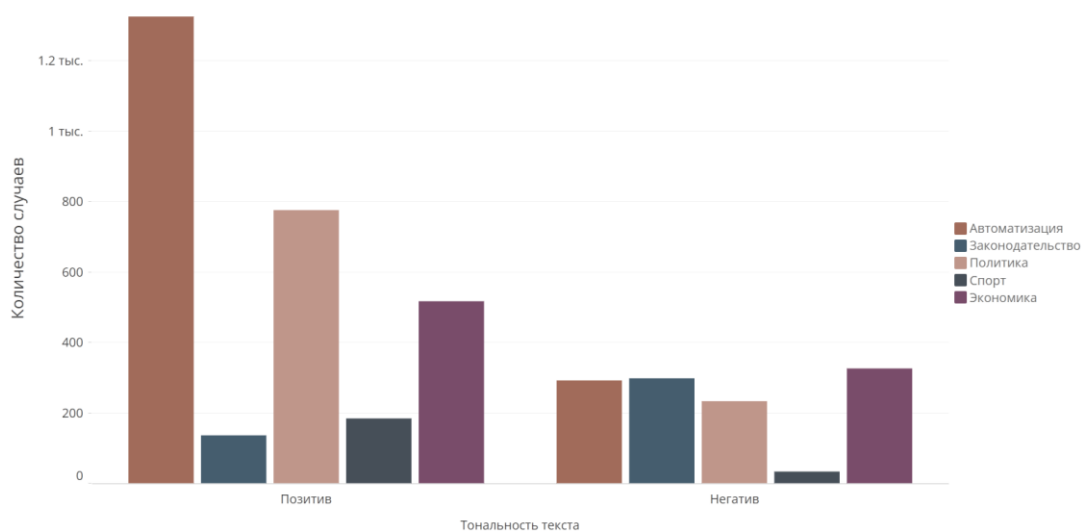


Рис. 8. – Сентимент-анализ набора данных по теме «национальная идентичность»

В рамках исследования был проведен сентимент-анализ сообщений из СМИ и социальных сетей. Анализ тональности оценивает эмоциональную окраску материалов, определяя, какие темы вызывают положительные или отрицательные реакции (Рисунок 8). Это важно для понимания общественного восприятия национальной идентичности. Тема автомобилизации вызывает наибольшее количество позитивных откликов. Политика и экономика вызывают почти одинаковое количество как позитивных, так и негативных постов. Законодательство, спорт и экономика также активно обсуждаются, с преобладанием позитивной окраски в каждой из этих тем. Это может указывать на то, что аудитория в основном позитивно настроена к обсуждаемым темам, за исключением политики и экономики, где присутствует значительное количество негативных постов.

Для анализа данных из социальных сетей применяется сетевой анализ, который включает изучение структуры взаимодействий и влияния ключевых пользователей (лидеров мнений). Граф на рисунке 9 визуализирует структуру и содержание взаимодействий в социальных сетях, помогая понять, какие темы и какие лидеры мнений являются наиболее значимыми.

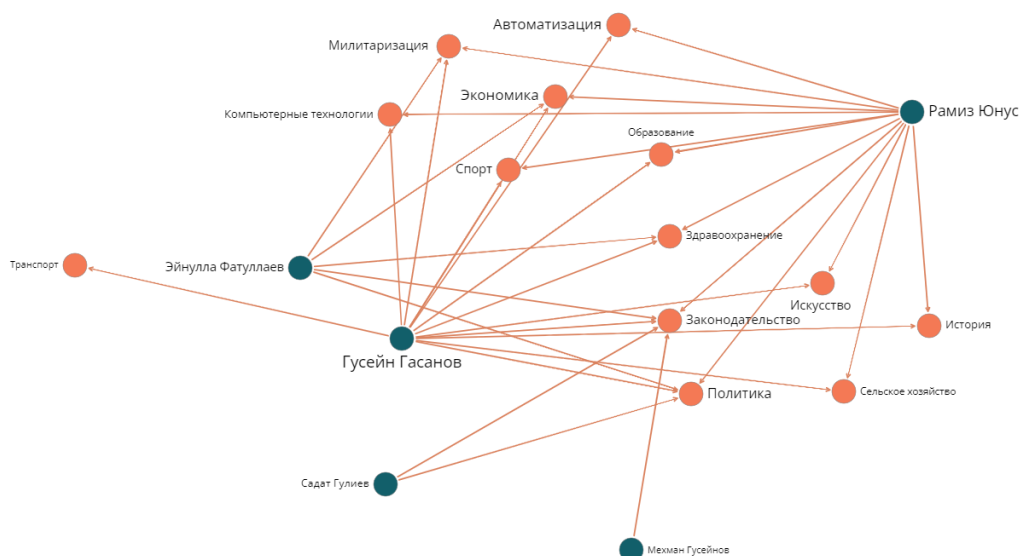


Рис. 9. – Сетевой анализ лидеров мнений

На графе видно, что Рамиз Юнус и Гусейн Гасанов являются наиболее влиятельными фигурами с широким охватом обсуждаемых тем. Экономика, политика и законодательство занимают центральное место в обсуждениях лидеров мнений. Некоторые лидеры мнений сосредоточены на узком круге тем, тогда как другие охватывают более широкий спектр вопросов.

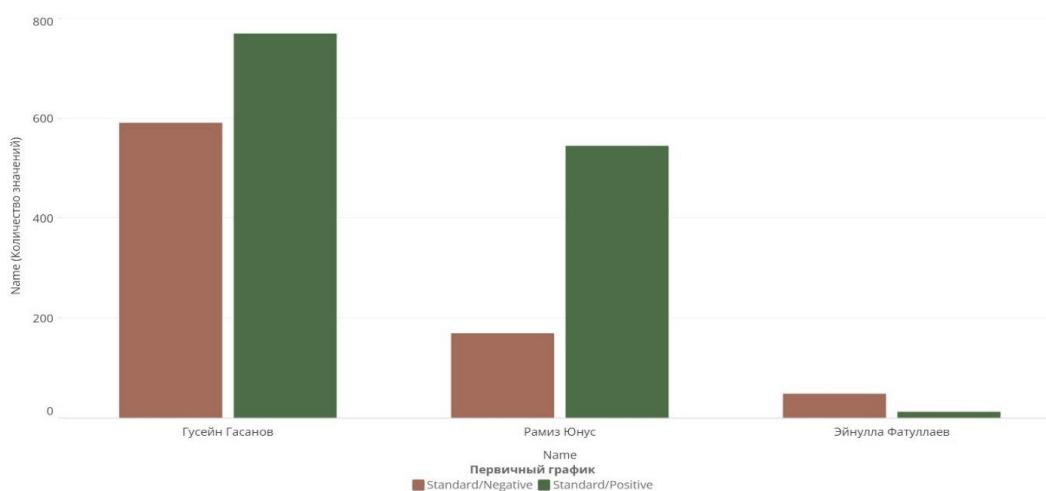


Рис. 10. – Сентимент-анализ сообщений с упоминанием лидеров мнений

Гусейн Гасанов и Рамиз Юнус являются наиболее активными лидерами мнений, причем у обоих преобладают позитивные высказывания. Рамиз Юнус

особенно выделяется своей позитивной активностью, что может способствовать его влиянию и популярности в социальных сетях. Эйнулла Фатуллаев демонстрирует умеренную активность и более сбалансированный подход к позитивным и негативным комментариям. Эти данные подчеркивают, что ведущие лидеры мнений в основном ориентированы на позитивное взаимодействие со своей аудиторией, что может способствовать созданию более благоприятного и конструктивного информационного пространства.

Базовая модель конструирования национальной идентичности в Азербайджане как части Каспийского региона. Государства постсоветского пространства столкнулись с вызовами конструирования новых идентичностей, причем не только национальных, хотя в первую очередь именно их. К сожалению, в ряде государств этот процесс происходил в рамках матрицы негативной идентичности, построенной на отрицании советского опыта и перенесении этого отрицания на Россию, вплоть до открытой русофобии. Государства включаются в новые трансграничные пространства, новые политические проекты, которые требуют легитимизации, в том числе через идентичности. Геополитические события последнего года ускорили политическое время, обострили конкуренцию, породили новые вызовы.

В современном мире идентичность становится ключевым элементом социетальной безопасности, трансформируясь или в ресурс развития, или в фактор роста конфликтности. Траектории конструирования новых идентичностей не только определяют ориентиры развития государств и регионов, но и влияют на отношения с носителями иных идентичностей как внутри государства, так и за его пределами. Национальная идентичность может подвергаться кардинальным изменениям, особенно если она формируется на обломках старой государственной системы. В периоды общественных трансформаций достаточно часто происходит политизация различных видов территориальной идентичности, региональной или

локальной. Национальная идентичность характеризуется набором специфических черт, отличающих одну нацию от другой, переживанием общей судьбы, коллективной памятью – всем тем, что способствует формированию коллективного «мы» [11]. «Объектом самоидентификации может быть, как определенная страна, так и очерченная реальной или воображаемой границей территория... имеющая общие ориентиры идентичности» [12]. Таковой территорией является Каспийский регион, имеющий на сегодняшний день важное геополитическое и экономическое значения, а также входящий в последние годы в сферу политико-экономико-культурных интересов и влияний различных «мировых игроков».

В данном разделе необходимо отметить, что конструирование национальной идентичности является довольно сложным процессом, а факторами ее конструирования являются не только глобализации и социальные сети, но также и ряд различных политик государства (образовательная, культурная, языковая, политика памяти и др.), диаспоры, внешние и внутренние факторы, и т.д. Поэтому в полной мере ответить на вопрос о специфике конструирования национальной идентичности в азербайджанской Республике мы не можем.

Поэтому, в рамках данной статьи нами была представлена базовая модель по выделенным нами наиболее крупным критериям. Современная национальная идентичность Азербайджана формируется под воздействием множества факторов, включая возрастную структуру общества, актуальные социально-экономические и политические темы, а также активную роль лидеров мнений в социальных сетях. Экономика, политика, законодательство, технологические, социальные и культурные изменения – являются центральными темами, которые формируют восприятие национальной идентичности. Позитивная деятельность лидеров мнений играет важную роль как в процессах конструирования новой национальной идентичности Азербайджанской Республики, так и в формировании

позитивного образа страны в медиапространстве, несмотря на присутствие негативного контента, который также необходим для развития и укрепления общественного диалога.



Рис. 11. – Базовая модель конструирования национальной идентичности в Каспийском регионе

Социальные медиа и новые коммуникационные технологии способствуют более широкому и динамичному обмену культурной информацией, что оказывает значительное влияние на представления о национальной идентичности не только на граждан Азербайджана, но и среди азербайджанских диаспор, проживающих вне страны, а также жителей других стран. В этом контексте, сохранение исторических традиций и адаптация к современным реалиям становятся ключевыми аспектами формирования национальной идентичности Азербайджана.

Таким образом, национальная идентичность Азербайджана является результатом сложного взаимодействия исторических, культурных, религиозных и

политических факторов, которые продолжают конструироваться в условиях современной действительности.

Выводы. В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что глобализация становится новой ветвью, значительно влияющей на конструирование национальной идентичности. Процессы глобализации, такие, как миграция, распространение технологий, интернет-коммуникации и глобальные экономические связи, играют ключевую роль в изменении и переосмыслении национальной идентичности.

Количественный анализ показал, что интернет-издания и социальные сети являются основными платформами для обсуждения вопросов национальной идентичности. Наибольшее количество сообщений по данной теме было обнаружено в Telegram и на YouTube, что указывает на важность этих платформ в современном медиaprостранстве. Проведенный сентимент-анализ выявил разнообразие эмоциональной окраски сообщений, что позволяет понять настроения и восприятие темы национальной идентичности в азербайджанском обществе. Это помогает выявить ключевые моменты и события, вызывающие сильные эмоции и активные обсуждения. Постоянное формирование и изменение национальной идентичности требуют применения современных методов исследования, таких, как анализ данных из СМИ и социальных сетей с использованием платформы PolyAnalyst. Эти методы позволяют эффективно собирать и анализировать большие объемы данных, что необходимо для глубокого понимания процессов формирования идентичности в условиях глобализации.

Таким образом, данное исследование подчеркивает значимость глобализации как нового фактора формирования национальной идентичности и необходимость использования современных подходов для его изучения.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00301 «Процесс конструирования новых идентичностей в Каспийском макрорегионе в контексте социальной безопасности».

Литература

1. Volukbasi S. Azerbaijan: a political history. Bloomsbury Publishing, 2023. С. 21-39.
2. Керимова-Коджаева Т. С. Становление востоковедных исследований в Азербайджане: история, традиции, школы (XIX–XX вв.) Ориенталистика. 2023. Т. 6. №. 1. С. 97-117.
3. Айвазян Д. С. Внешнеполитические векторы Азербайджанской Республики Россия и мир: научный диалог. 2024. №. 1. С. 54-65.
4. Кринко Е. Ф. Советское прошлое в мемориальной культуре Азербайджана: от отрицания к использованию Новое прошлое The New Past. 2023. №. 3. С. 173-187.
5. Бугай Н. Ф. Азербайджан: прошлое уступает место настоящему (советский и постсоветский периоды) Историческая и социально-образовательная мысль. 2023. Т. 15. №. 3. С. 16-57.
6. Семенов И.С., Лапкин В.В., Морозова Е.В. Идентичность: личность, общество, политика. Новые контуры исследовательского поля. Москва: ООО "Издательство "Весь Мир", 2023, С. 512.
7. Vladimirovna B. E., Petrovich G. D., Aleksandrovna V. I. Metaphorical nominations of national leaders of the past as a phenomenon of actual political communication. 3 изд. Litera, 2024. pp.140-144.
8. Логинова А. О., Горожанов А. И., Алейникова Д. В. Программные инструменты создания и анализа массивов текстов коротких электронных

сообщений пользователей социальных сетей. Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2023. Т. 16. №. 11. С. 3641-3647.

9. Крибрум. URL: kribrum.ru/ (дата обращения: 10.03.2024).

10. PolyAnalyst. URL: megaputer.ru/ (дата обращения: 15.03.2024).

11. Андреева Л.А., Бардин А.Л., Баринов И.И., Вайнштейн Г.И., Вахрушева Е.А., Веретевская А.В., Виноградов А.В., Володин А.Г., Гаман-Голутвина О.В., Гнедаш А.А., Гриценко А.А., Довбыш Е.Г., Дробижева Л.М., Казаринова Д.Б., Кимберг А.Н., Колосов В.А., Котта Маурицио, Крылов М.П., Кудряшова И.В., Лапкин В.В., Малинова О.Ю., Мартьянов В.С., Мирошниченко И.В., Морозова Е.В., Мухарямов Н.М., Мчедлова М.М., Назукина М.В., Панов П.В., Перегудов С.П., Пантин В.И., Плотичкина Н.В., Подвинцев О.Б., Попов М.Е., Прохоренко И.Л., Работяжев Н.В., Ракитянский Н.М., Рашковский Е.Б., Ровинская Т.Л., Саворская Е.В., Садовая Е.С., Самаркина И.В., Сауткина В.А., Семененко И.С., Сулимов К.А., Труфанова Е.О., Тхагапсоев Х.Г., Фадеева Л.А., Федотова Н.Н., Филиппова Е.И., Харитоновна Е.М., Холодковский К.Г., Цапенко И.П., Чернышов Ю.Г., Попова О.В. Идентичность: Личность, общество, политика. Москва: «Весь Мир», 2017. С 195.

12. Anthony D. Smith Nationalism and Modernism: A Critical Survey of Recent Theories of Nations and Nationalism. 3 изд. 1998: Routledge, 2000. pp. 59-76.

References

1. Bolukbasi S. Bloomsbury Publishing, 2023. pp. 21-39.
2. Kerimova-Kodzhaeva T. S. Orientalistika. 2023. Т. 6. №. 1. pp. 97-117.
3. Ajvazjan D. S. Rossiya i mir: nauchnyj dialog 2024. №. 1. pp. 54-65.
4. Krinko E. F. The New Past. 2023. №. 3. pp. 173-187.
5. Bugaj N. F. Istoricheskaja i social'no-obrazovatel'naja mysl'. 2023. Т. 15. №. 3. pp. 16-57.

6. Semenenko I.S., Lapkin V.V., Morozova E.V. Identichnost': lichnost', obshhestvo, politika. Novye kontury issledovatel'skogo polja [Identity: personality, society, politics. New contours of the research field]. Moskva: OOO "Izdatel'stvo "Ves' Mir", 2023, P. 512.
7. Vladimirovna B. E., Petrovich G. D., Aleksandrovna B. I. Litera, 2024. pp.140-144
8. Loginova A. O., Gorozhanov A. I., Alejnikova D. V. Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2023. T. 16. №. 11. pp. 3641-3647.
9. Kribrum. URL: kribrum.ru/ (date assessed: 10.03.2024).
10. PolyAnalyst. URL: megaputer.ru/ (date assessed: 15.03.2024).
11. Andreeva L.A., Bardin A.L. , Barinov I.I., Vajnshtejn G.I. , Vahrusheva E.A., Veretevskaja A.V., Vinogradov A.V., Volodin A.G., Gaman-Golutvina O.V., Gnedash A.A., Gricenko A.A., Dovbysh E.G., Drobizheva L.M., Kazarinova D.B., Kimberg A.N., Kolosov V.A., Kotta Mauricio, Krylov M.P., Kudrjashova I.V., Lapkin V.V., Malinova O.Ju., Mart'janov V.S., Miroshnichenko I.V., Morozova E.V., Muharjamov N.M., Mchedlova M.M. , Nazukina M.V., Panov P.V. , Peregudov S.P., Pantin V.I. , Plotichkina N.V., Podvincev O.B., Popov M.E., Prohorenko I.L., Rabotjazhev N.V., Rakitjanskij N.M., Rashkovskij E.B., Rovinskaja T.L., Savorskaja E.V., Sadovaja E.S., Samarkina I.V. , Sautkina V.A., Semenenko I.S. , Sulimov K.A., Trufanova E.O., Thagapsoev H.G., Fadeeva L.A., Fedotova N.N., Filippova E.I., Haritonova E.M., Holodkovskij K.G., Capenko I.P., Chernyshov Ju.G., Popova O.V. Identichnost': Lichnost', obshhestvo, politika [Identity: Person, Society, Politics]. Moskva: «Ves' Mir», 2017. P 195.
12. Anthony D. Theories of Nations and Nationalism. 3 izd. 1998: Routledge, 2000. pp. 59-76.

Дата поступления: 1.07.2024

Дата публикации: 10.08.2024