

УДК 316.34/35

**К вопросу о национальной идентичности:
теоретико-методологические подходы исследования**

Шевлякова Дарья Александровна

Доктор культурологии,
доцент кафедры итальянского языка,
факультет иностранных языков и регионоведения,
Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова,
119991, Российская Федерация, Москва, Ленинские горы, 1;
e-mail: scevliakova@mail.ru.

Аннотация

В статье на примере изучения история культуры Италии производится сегментирование объекта исследования – национальной идентичности на предметные области исследования. Выделяются пять предметных областей исследования: национальная символика государственного ранга (флаг, герб, гимн), а также символика, исторически воспринимаемая всей нацией как репрезентативная (символы, запечатленные на денежных знаках, марках); средства создания и медийного освещения образа главы государства; лингвистическая политика государства: внутренняя, направленная на сохранение существующей языковой нормы, внешняя, имеющая своей целью максимальное продвижение итальянского языка в качестве проводника итальянской культуры в мире; макротопоним, этноним, концепты, связанные с семантическим полем «родина» («родная земля», «родной город», «народ»); коллективные представления национального сообщества касательно общей истории, значимых событий, традиций и обычаев, ритуалов повседневности (на материале авторской эстрадной песни и учебников итальянского языка для начинающих).

Для цитирования в научных исследованиях

Шевлякова Д.А. К вопросу о национальной идентичности: теоретико-методологические подходы исследования // Культура и цивилизация. 2018. Том 8. № 1А. С. 248-256.

Ключевые слова

Национальная идентичность, национальная символика, языковая политика государства, концепты национального самоопределения, коллективные представления нации, структуры повседневности, Италия.

Введение

Культурная идентификация человека является фундаментом его мировоззрения, актуализируясь через процесс идентификации индивидуума с другими людьми или группами людей. И несмотря на то, что в современном обществе меняется соотношение групповых и индивидуальных идентификаций человека, – последние приобретают все большую правомочность, – национальная идентичность является одним из самых глубинных пластов в структуре личности, так как соединяет отдельного человека с социальным сообществом сограждан в плане синхронии, а также предоставляет ему связь с историческим прошлым данного сообщества в плане диахронии.

В зарубежной и российской традиции представлено значительное количество теоретических работ, посвященных структуре, параметрам и характеристикам национальной идентичности, однако встает проблема методологического разрыва между теоретическими знаниями и практическим описанием культуры определенной нации через призму идентичности. В связи с этим ощущается недостаточность фундаментальных, комплексных и четко структурированных исследований идентичности отдельно взятой, конкретной нации, комплексные изучения национальной идентичности итальянцев отсутствуют.

Задачей статьи является определение потенциальной предметной области (или областей) в изучении национальной идентичности. Принцип подбора конкретного материала к предметным областям будет продемонстрирован на примере изучения национальной идентичности итальянцев второй половины XX – начала XXI вв.

Государственная символика в конструировании национальной идентичности

Наиболее продуктивным для поиска компонентов национальной идентичности является символический фонд нации, сопричастность которому перцептивно тождественна сопричастности данному сообществу. Символ является словесным, событийным и предметным носителем идеи национального единства, отражая значимые ценности и образы. Наличие общей символики обеспечивает универсальность средств коммуникации внутри национального сообщества, становясь, таким образом, идентифицирующим фактором. Символическое пространство гражданской общности складывается из официальной государственной символики, исторических героев и современных политических лидеров (национально прецедентных имен), наиболее знаменательных исторических и современных событий, фиксирующих этапы развития общности, а также бытовых и природных символов, отражающих особенности жизнедеятельности общности. Важность символов заключается также и в том, что они потенциально обеспечивают мотивацию совместных действий, то есть задают векторную направленность в будущее, формируя таким образом поведенческий компонент национальной идентичности.

Для прославления союза нации и государства требуется выбрать, украсить или даже придумать элементы истории. В любом случае мы сталкиваемся с определенным процессом мифологизации, который является неотъемлемым атрибутом процесса формирования национальной идентичности [Загряжская, 2011]. Процесс мифологизации истории показателен в том смысле, что он указывает на релевантность исторических событий, персонажей, символов,

которые в силу своей значимости и потенциального инструмента идеологии бережно охраняются государством от забвения, ретранслируются нации, включаются в учебные материалы. Самыми осязаемыми символами национальной истории – и их успешно монополизует государство – являются государственный флаг, герб, гимн, история создания и продвижения которых должна изучаться в первую очередь при исследовании национальной идентичности.

Однако стоит обратить внимание и на более оригинальный материал для выявления исторических и архетипических символов итальянской идентичности: это денежные знаки (и лиры, и евро), филателистическая продукция, посредством которых государство не только формирует символический ряд национальной идентичности, но и ретранслирует его по территории как национальной, так и зарубежной. Предметом исследования остается национальная символика, отраженная на боннах казначейства и марках: это и национально-прецедентные имена (Гарибальди, Данте, Рафаэль, Галилей), аллегорические фигуры, символизирующие общее прошлое (Италия в короне из башен, Аббунданция – женская персонифицированная фигура изобилия), флора и фауна национальной территории (оливковая ветвь, пшеница, дельфин), достижения итальянской культуры разных эпох («Венера» Боттичелли, конная статуя Марка Аврелия с Капитолийской площади, плотина Сао Симао в Бразилии, спроектированная и построенная итальянскими инженерами), а также символы «итальянского духа» в коллективных представлениях (автомобиль «ФИАТ-500», паста «Аматричана» и др.).

Отдельной предметной областью в изучении национальной идентичности будет имидж политического лидера. Для создания политически эффективного национального государства важны представления о главных участниках (актерах) политического взаимодействия, которые формируются в коллективном сознании. Политический имидж национальных лидеров является одновременно и символической репрезентацией эффективности, и инструментом управления общественными настроениями. В этой связи особую значимость приобретает проблема формирования привлекательного образа главы государства, так как именно он во многом определяет восприятие власти и страны в целом.

Одним из признаков состоявшегося национального государства является наличие принятого всем сообществом единого языка (языков). В современной Италии наряду с официальным языком национального общения – итальянским в конце Второго тысячелетия упрочили свои позиции диалекты и миноритарные языки. Поэтому в случае с лингвистическим сегментом предметной области идентичности стоит изучать не исторический «вопрос о языке», о котором написано значительное количество трудов, но векторы государственной политики в области языкового регулирования. Языковую политику логично изучать в двух аспектах: внутренняя и внешняя языковая политика. Внутренняя языковая политика Итальянской республики направлена на сохранение нормы, в частности, на нахождение динамического баланса между региональным компонентом (диалектами) и национальным компонентом (итальянским литературным языком), подобный регулирующий вектор свойственен всем европейским странам начала XXI в. [Загрякина, 2016]. Внешняя языковая политика направлена на максимальное распространение итальянского языка в мире: в первую очередь, для соотечественников, проживающих за рубежом, во вторую очередь, итальянский язык продвигается как глашатай итальянской культуры в мире, ее привлекательности, в том числе и коммерческой. Лингвистическая политика является третьей предметной областью в изучении национальной идентичности.

Национальная идентичность и коллективная память сообщества

До этого момента понятие нации было тождественно понятию «государства», которое сознательно конструирует, создает идею национальной общности с целью сохранения своей территориальной и идеологической целостности, – лидирующим компонентом национальной идентичности в таком ракурсе становится общее историческое прошлое, понимаемое как национальная история. Однако есть моменты, когда изучение национального государства расходится с изучением самопредставлений наций о себе – национальной идентичности. Вслед за французским историком П. Нора и французским социологом М. Хальбваксом в данной статье разграничиваются понятия истории и коллективной памяти. М. Хальбвакс выдвигает постулат о зависимости коллективной памяти от социальной группы, которую память сплачивает, она укоренена в конкретном (образе, объекте) в отличие от истории, которая универсальна, принадлежит всем и никому, прикреплена к эволюции, хронологическим протяженностям [Хальбвакс, 2007]. Коллективные представления конструируются в привязке к ценностям конкретного сообщества и воспроизводятся другими средствами, нежели рассказы исторических лиц. Как правило, они лишены следов своего происхождения, производства, воспринимаются как расхожие мнения, возникшие «неизвестно когда», поскольку массовое или корпоративное сознание не просто не озабочено проблематикой генезиса этих представлений, а, напротив, всячески защищается от возможной их рационализации, вытесняет следы их идеологического производства, охраняет их священный статус в качестве символов коллективной идентичности. Это своеобразные «реконструкции» исторических процессов и событий, функция которых связана либо с ритуалами коллективной (национальной) солидарности, либо с изложением коллективных мифов, идеологием, символами, предназначенных легитимировать те или иные социальные институты или политические действия [Гудков, 2005].

Коллективная память включает в себя так называемые «места памяти»: согласно П. Нора, в это понятие входят не только материально локализованные места – как музеи, памятники, архивы, – но и национально-прецедентные имена, моменты общей истории, сохранившиеся не только в хрониках, но и в коллективных представлениях национального сообщества, а также различные институты, значимые для становления нации [Нора, 1999: 17-50].

В первую очередь, квинтэссенцией коллективной памяти будет выступать этноним народа. Имя человека и имя народа (антропоним и этноним) являются двумя центрами культурной и социальной системы, организующей жизнь и выживание индивида, сотрудничество и совместное выживание совокупности индивидов. «Это я» (имя) и «Это мы» (нация) – вот первичные элементы социального дискурса, определяющие границы внутреннего и внешнего микромира, среды обитания человеческой особи [Кашкин, Пейхенен, 2000]. Поэтому столь важными для становления национальной идентичности являются этноним и макротопоним нации. Благодаря древности происхождения они в большей степени, нежели гимн, флаг и герб, символизируют собой нацию как в диахроническом аспекте (нация – общие корни и история), так и в аспекте синхронии (нация – это совместное настоящее и перспективы развития). Этноним и макротопоним не просто обозначают народ как этническую общность, но вызывают в сознании свернутые в единый образ воспоминания о предшествующих контекстах его употребления, оценки

соответствующих референтов и отношение к ним. Этноним включает в себя мифы, которые служит потенциальным руководством к действию [там же]. Этноним приписывает участнику коммуникации классификационные признаки еще до вступления в общение, и последствия этой антиципации прослеживаются на протяжении всего коммуникативного акта, события или ряда событий, а в межкультурной коммуникации наличествуют оценочные пресуппозиции [Карасик, Шаховский, 1998].

Хотелось бы подчеркнуть важное значение этнонима и макротопонима для итальянской национальной идентичности, так как они возникли задолго до политического объединения Италии. До 1861 г. сферой функционирования макротопонима «Италия» и этнонима «итальянский» были литературные, философские и исторические произведения, что подводит исследователя к тщательному изучению развития литературного процесса и поиска доминант национальной идентичности в ней. Чрезвычайно значимым также является тот факт, что общенациональный язык зародился и существовал исключительно как язык литературы. Неудивительно, что именно в произведениях художественной литературы появляются и первые призывы к созданию единой нации, именно там создается ее образ. Такие концепты, как «нация», «родина», «страна» впервые появились и долгое время были в обращении исключительно в качестве литературных топонимов – и все они наряду с этнонимом и макротопонимом входят в самостоятельную предметную область исследования национальной идентичности; в период становления нации их следует выявлять в художественной литературе. Следует помнить, что значение концептов «родина» и «нация» в силу отсутствия национального государства будет размываться синонимическими концептами, такими как «народ», «республика», «государство», «королевство», «земля», что характерно не только для Италии, но и для других европейских стран: абсолютно идентичные концепты выделяет испанист М.М. Раевская в отношении Испании XVIII в., выявляя в качестве причины «концептуальную неупорядоченность и внутреннюю территориальную разобщенность» [Раевская, 2012, 76].

В XX в. литература уступает лидирующие позиции в национальной итальянской культуре другим видам искусства медийного характера – киноискусству, эстраднему искусству и шоу-бизнесу. О роли национального кинематографа в репрезентации концептов идентичности существует значительное количество исследований, в данной статье хотелось бы подчеркнуть продуктивность авторской эстрадной песни в качестве материала репрезентативного с точки зрения выявления доминант национальной идентичности. Во-первых, авторская песня обладает двойной силой воздействия на адресата: поэтическим словом и музыкой, которые представляют собой исключительное единство, будучи написаны одним человеком. Вторая причина – фольклорный или парафольклорный характер авторской песни, ведь автором-исполнителем может стать и непрофессиональный музыкант, дилетант, совмещающий занятия музыкой с другими видами профессиональной деятельности. К тому же, авторская песня адресована каждому представителю нации, а не избранному кругу, в этом смысле она является носителем коллективных представлений и принадлежит сфере «коллективной памяти» и формирует ее [Стернин, 2002]. Отличительными чертами авторской песни, благодаря которым жанр снискал огромную популярность, являются смысловая и качественная нагрузка на поэтический текст, напевность, естественность, мелодичность и гармоническая функциональность музыкального материала, настроение доверительного

общения и камерность исполнения. Певец и автор здесь сочетаются в одном лице, позволяя исполнителю выражать определённые взгляды в песне, настраивать слушателей на определённый лад – все это справедливо как в отношении российской, так и итальянской авторской песни. В Италии эстрадная авторская песня имеет полувековую историю, она была и остается чрезвычайно популярной. Свидетельством тому могут служить и объемы продаж дисков, и лидирующие места в хит-парадах, и значительное количество научных исследований, посвященных данному феномену [Borgna, 1995-2004; Deregibus, 2006; Bonanno, 2009]. Итальянская авторская песня становится объектом научного изучения, подтверждением тому может служить тематическая конференция «Поэзия и авторская песня в Италии. Современная эволюция и возможности объединения», проведенная в Сьенском университете в 2007 г. Предметная область остается все той же – это функционирование в художественном тексте концептов «родина», «родная земля», «моя страна», «народ», макротопонима «Италия» и этнонима «итальянец».

Для выявления символов и знаков общности нации, национально-прецедентных имен и общих моментов истории можно предложить достаточно необычный материал, а именно учебники итальянского языка для иностранцев. В учебниках синтетически представлен компактный образ итальянской истории, а также многие элементы коллективной памяти; являются показательными и некоторые закономерности в подаче страноведческого материала. Авторы подобных учебников не состоят на государственной службе, поэтому решение представить иностранцам образ своей страны соответствует как их профессиональным, так и глубоко личностным установкам, – можно говорить о выборе гражданском и профессиональном, общественном выборе. В подобных учебниках обязательно дается обобщенный и в разной степени стереотипизированный образ страны изучаемого языка «на экспорт». Создание положительного имиджа страны на страницах учебника напрямую связано с задачей мотивировать студента в процессе изучения иностранного языка. Как правило, на самом начальном этапе обучения уровень мотивации очень высок, но по мере освоения грамматического и лексического материала мотивацию необходимо постоянно поддерживать. Соответственно, авторы учебника просто обязаны предоставлять исключительно положительный, даже в чем-то идеализированный образ страны, делая акцент на тех символах, реалиях и явлениях, которые когда-то сформировали первый мотивационный импульс. Соответственно, на начальном уровне (A1-A2) авторам учебников не следует давать информацию негативного или даже проблемного характера, не нужна она и на уровне для продолжающих обучение (B1-B2), изученные итальянские учебники подтверждают этот вывод. А на «продвинутом» уровне (C1-C2), наоборот, многие итальянские авторы акцентируют внимание студента на «суровой» итальянской действительности и социальных проблемах современной Италии. В качестве примера можно привести учебник Л.Б. Ходгарт «Понять Италию и итальянцев», а также многие другие [Hodgart, 2002; De Giuli, Guastalla, Naddeo, 2009; Marin, 2010]. Таким образом, изучающие итальянский язык, которые в дальнейшем будут жить и работать в Италии, окажутся подготовленными к встрече с «настоящей» Италией и получают своеобразную прививку от излишней идеализации действительности. Учебники в качестве материалы выгодно отличаются конкретикой материала, необходимой для выявления такой расплывчатой предметной области, как нематериальные «места памяти» – коллективные представления национального сообщества.

Заключение

В качестве итога хотелось бы еще раз кратко представить предметные области в исследовании национальной идентичности, которые с методологической точки зрения могли бы облегчить труд исследователя. Первая предметная область – национальная символика как государственного ранга (флаг, герб, гимн), так и символика, исторически воспринимаемая всей нацией как репрезентативная и поэтому признаваемая государством (символы, запечатленные на денежных знаках, марках). Вторая предметная область – имидж главы государства, средства создания и продвижения запоминающегося образа. Третья предметная область – языковая политика государства, два ее вектора: внутренняя политика, направленная на поддержания баланса языковой нормы и стандарта, которые уравниваются и оттеняются диалектальным компонентом, и внешняя политика, направленная на максимальное распространение итальянского языка как ретранслятора итальянской культуры в мировом сообществе. Четвертая предметная область: макротопоним, этноним, концепты, связанные с семантическим полем «родина» («родная земля», «родной город», «народ»). Материалом для нее в эпоху исторического становления национального государства будет художественная литература, в XX в. – другие виды искусства и коммуникации: киноискусство, телевизионное искусство, эстрадное искусство, журналистика. И, наконец, для выявления самой трудноуловимой предметной области – коллективных представлений национального сообщества касательно общей истории, значимых событий, традиций и обычаев, ритуалов повседневности – предлагается такой нетрадиционный материал как авторская эстрадная песня и учебники иностранного (итальянского) языка для начинающих.

Библиография

1. Гудков Л. «Память» о войне и массовая идентичность россиян // Неприкосновенный запас. 2005. № 2-3. С. 46-57.
2. Загрязкина Т.Ю. Французская национальная идентичность: миф или реальность? // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2011. № 1. С. 39-54.
3. Загрязкина Т.Ю. Этнодискурс в пространстве языка и культуры // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2016. № 2. С. 52-65.
4. Карасик В.И., Шаховский В.И. Об оценочных пресуппозициях // Языковая личность: вербальное поведение. Волгоград: РИО, 1998. С. 3-13.
5. Кашкин В.Б., Пейхенен С. Этнонимы и территория национальной души // Русское и финское коммуникативное поведение. Вып. 1. Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. С. 62-70.
6. Нора П. Проблематика мест памяти // Нора П., Озуф М., Пюимеж Ж. де, Винок М. (ред.) Франция-память. СПб., 1999. С. 17-50.
7. Раевская М.М. Базовые символы национального самоопределения в испанской лингвокультуре (исторический ракурс) // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2012. № 4. С. 67-76.
8. Стернин И.А. Авторская песня и русское общение // Акаткин В.М., Пухова Т.Ф., Стернин И.А. Городской романс и авторская песня. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2002. С. 135-138.
9. Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. М.: Новое издательство, 2007. 348 с.
10. Bonanno M. Anni affollati. L'Italia e i cantautori 1973-1983. Foggia: Bastogi editrice italiana, 2009. 155 p.
11. Borgna G. Storia della canzone italiana. Milano: Mondadori, 1995-2004. 730 p.
12. De Giuli A., Guastalla C., Naddeo C.M. Magari. Firenze: Alma Edizioni, 2009. 400 p.
13. Derogibus E. Dizionario completo della canzone italiana. Firenze: Giunti, 2006. 479 p.
14. Hodgart L.B. Capire l'Italia e l'italiano (lingua e cultura italiana oggi). Perugia: Guerra Edizioni, 2002. 344 p.
15. Marin T. Progetto italiano 3. Corso multimediale della lingua e della civiltà italiana. Firenze: Edilingua, 2010. 132 p.

Subject domains in studying national identity (on the example of Italy)

Dar'ya A. Shevlyakova

Doctor of cultural studies,
Assistant professor of the Department of Italian,
Faculty of foreign languages and areal studies,
Moscow State University named after M.V. Lomonosov,
119991, 1 Leninskie Gory, Moscow, Russian Federation;
e-mail: scevliakova@mail.ru.

Abstract

Article is devoted to the principles of selection of material for studying of national identity. On the example of Italy segmentation of an object of a research – national identity on subject domains of a research is made. Five subject domains of a research are allocated: national symbolics of the state rank (a flag, the coat of arms, the anthem), and also the symbolics which is historically perceived by all nation as representative (the symbols imprinted on bank notes, brands); tool and media illumination of an image of the head of state; linguistic policy of the state: internal, directed to preservation of the existing language norm, external, intended for the maximum advance of Italian as the conductor of the Italian culture in the world; the macrotoponym, an ethnonym, concepts connected with the semantic field “homeland” (“the native earth”, “hometown”, “people”); collective representations of national community concerning the general history, significant events, traditions and customs, daily occurrence rituals (on material of an author's variety song and textbooks of Italian for beginners).

For citation

Shevlyakova D.A. (2018) K voprosu o natsional'noi identichnosti: teoretiko-metodologicheskie podkhody issledovaniya [Subject domains in studying national identity (on the example of Italy)]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 8 (1A), pp. 248-256.

Keywords

National identity, national symbols, the language policy of the state, the concepts of national self-determination, collective representations of the nation, the structure of everyday life, Italy.

References

1. Bonanno M. (2009) *Anni affollati. L'Italia e i cantautori 1973-1983*. Foggia: Bastogi editrice italiana.
2. Borgna G. (2004) *Storia della canzone italiana*. Milano: Mondadori, 1995-2004.
3. De Giuli A., Guastalla C., Naddeo C.M. (2009) *Magari*. Firenze: Alma Edizioni.
4. Deregibus E. (2006) *Dizionario completo della canzone italiana*. Firenze: Giunti.
5. Gudkov L. (2005) “Pamyat” o voine i massovaya identichnost' rossiyan [“Memory” about the war and the mass identity of Russians]. *Neprikosnovennyi zapas* [Inviolable stock], 2-3, pp. 46-57.
6. Halbwachs M. (1925) *Les Travaux de L'Année Sociologique*. Paris (Russ. ed.: Halbwachs M. (2007) *Sotsial'nye ramki pamyati*. Moscow: Novoe izdatel'stvo Publ.).
7. Hodgart L.B. (2002) *Capire l'Italia e l'italiano (lingua e cultura italiana oggi)*. Perugia: Guerra Edizioni.
8. Karasik V.I., Shakhovskii V.I. (1998) Ob otsenochnykh presuppozitsiyakh [On estimated presuppositions]. In: *Yazykovaya lichnost': verbal'noe povedenie* [Language personality: verbal behavior]. Volgograd: RIO Publ., pp. 3-13.

9. Kashkin V.B., Peikhenen S. (2000) Etnonimy i territoriya natsional'noi dushi [Ethnonyms and territory of the national soul]. In: *Russkoe i finskoe komunikativnoe povedenie* [Russian and Finnish communicative behavior], vol. 1. Voronezh: VGTU Publ., pp. 62-70.
10. Marin T. (2010) *Progetto italiano 3. Corso multimediale della lingua e della civiltà italiana*. Firenze: Edilingua.
11. Nora P. (1999) Problematika mest pamyati [Problems of places of memory]. In: Nora P., Ozuf M., Puimej J. de, Winok M. (eds) *Frantsiya-pamyat'* [Realms of Memory: Rethinking the French Past]. Saint Petersburg, pp. 17-50.
12. Raevskaya M.M. (2012) Bazovye simvoly natsional'nogo samoopredeleniya v ispanskoi lingvokul'ture (istoricheskii rakurs) [Basic symbols of national self-determination in Spanish linguoculture (historical perspective)]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [Bulletin of Moscow university. Series 19: Linguistics and intercultural communication], 4, pp. 67-76.
13. Sternin I.A. (2002) Avtorskaya pesnya i russkoe obshchenie [Author's song and Russian communication]. In: Akatkin V.M., Pukhova T.F., Sternin I.A. *Gorodskoi romans i avtorskaya pesnya* [Urban romance and author's son]. Voronezh, pp. 135-138.
14. Zagryazkina T.Yu. (2011) Frantsuzskaya natsional'naya identichnost': mif ili real'nost'? [French national identity: myth or reality?]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [Bulletin of Moscow university. Series 19: Linguistics and intercultural communication], 1, pp. 39-54.
15. Zagryazkina T.Yu. (2016) Etnodiskurs v prostranstve yazyka i kul'tury [Ethnodiscourse in the space of language and culture]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 19: Lingvistika i mezhkul'turnaya kommunikatsiya* [Bulletin of Moscow university. Series 19: Linguistics and intercultural communication], 2, pp. 52-65.