



HISTORICAL REALITIES AND PHILOSOPHICAL IDEALS: DIALOGUES ACROSS DISCIPLINES

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

**TASHKENT, SEPTEMBER
20, 2025**



TSUOS.UZ



TSUOS



TSUOS.UZ

**MINISTRY OF HIGHER EDUCATION, SCIENCE
AND INNOVATION OF REPUBLIC OF UZBEKISTAN
TASHKENT STATE UNIVERSITY
OF ORIENTAL STUDIES**

**RESEARCH CENTER FOR THE STUDY OF EASTERN
CULTURE AND HERITAGE**

**HISTORICAL REALITIES
AND PHILOSOPHICAL IDEALS: DIALOGUES ACROSS
DISCIPLINES**

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

Tashkent, September 20, 2025

СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ФАКТОР МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ЯПОНИИ)

Иззетова Эмине

Профессор Ташкентского государственного университета востоковедения, доктор философских наук

Омонова Махфурат

Доцент Ташкентского государственного университета востоковедения, PhD

Ключевые слова: социально-культурная идентичность, глобализация, цифровизация, межкультурная коммуникация, японская культура, гибридная идентичность, философия диалога, цифровая самопрезентация, коллективизм, культурная память

Аннотация: В современном мире глобализация, миграция и цифровизация радикально изменяют межкультурные коммуникации и структуру социально-культурной идентичности. Идентичность перестает быть статичной: она становится гибридной, многослойной и сетевой. Философский анализ показывает, что социально-культурная идентичность формируется и подтверждается через диалог культур, сочетая традиционные ценности, коллективизм и инновации. Японская идентичность выступает примером гармоничного синтеза традиции и глобальных влияний. Исследование подчеркивает, что успех межкультурного взаимодействия зависит от осознанности идентичности, готовности к признанию культурных различий и использования цифровых технологий как инструмента диалога, а не доминирования.

SOCIAL-CULTURAL IDENTITY AS A FACTOR OF INTERCULTURAL COMMUNICATION (ON THE EXAMPLE OF JAPAN)

Izzetova Emine

Professor at Tashkent State University of Oriental Studies, Doctor of Philosophy (PhD)

Omonova Mahfurat

Associate Professor, Tashkent State University of Oriental Studies, PhD

Key words: sociocultural identity, globalization, digitalization, intercultural communication, Japanese

Abstract: In the modern world, globalization, migration, and digitalization radically transform intercultural communication and the structure of sociocultural identity. Identity ceases to be static; it

cul-ture, hybrid identity, becomes hybrid, multilayered, and networked. philo-sophy of dialogue, Philosophical analysis shows that sociocultural digital self-presentation, identity is formed and confirmed through cultural collecti-vism, cultural dialogue, combining traditional values, collectivism, and innovation. Japanese identity serves as an example of a harmonious synthesis of tradition and global influences. The study emphasizes that successful intercultural interaction depends on the awareness of identity, readiness to recognize cultural differences, and the use of digital technologies as a tool for dialogue rather than domination.

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире процессы глобализации, миграции и цифровизации обостряют проблему межкультурного взаимодействия. Межкультурная коммуникация становится неотъемлемой частью социальной реальности: она проявляется в политике, экономике, образовании и повседневной жизни. Одним из ключевых факторов успешного диалога культур выступает социально-культурная идентичность, которая определяет способы восприятия «своего» и «чужого», формирует систему ценностей, норм и моделей поведения. Япония представляет собой уникальный пример страны, где социально-культурная идентичность формировалась в результате синтеза традиционных ценностей (синтоизм, буддизм, конфуцианство) и модернизационных влияний (вестернизация периода Мэйдзи, цифровизация XXI века).

В конце XX - начале XXI века глобализация, ускорение миграций и цифровизация радикально усложнили картину межкультурных контактов. Возникают новые формы сообществ, пересекаются ценностные системы, символические границы. На этом фоне социально-культурная идентичность перестаёт быть лишь «фоном» коммуникации: она превращается в активный фактор, который одновременно обуславливает возможность взаимопонимания и порождает конфликты.

Философский анализ данной категории позволяет осмыслить идентичность не только как индивидуальное, но и как коллективное явление, способное выступать фундаментом культурного диалога и одновременно источником конфликтов.

МЕТОДЫ

В исследовании использован междисциплинарный подход, включающий: философский анализ (герменевтика,

феноменология, философия диалога); социокультурный подход (теории идентичности К. Тейлора, А. Хоннета, М. Кастельса); компаративный метод, позволяющий сопоставить традиционные формы идентичности с новыми цифровыми практиками; контент-анализ научной литературы (Scopus, Web of Science) и философских источников.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В ходе исследования выявлены основные изменения, которые цифровизация вносит в структуру идентичности:

1. Формирование сетевой идентичности: личность существует в разных цифровых контекстах, создавая множественные образы «Я».

2. Гибридизация культурных практик: локальное и глобальное переплетаются, образуя новые формы социокультурной самости.

3. Возникновение цифровой памяти: культурное наследие сохраняется и транслируется через цифровые архивы и онлайн-платформы.

4. Медийная самопрезентация: социальные сети формируют новые стратегии признания и самоидентификации.

5. Разрыв между реальной и виртуальной идентичностью: появляется риск фрагментации и отчуждения личности.

ОБСУЖДЕНИЕ

Проблема социально-культурной идентичности занимает одно из центральных мест в современном философском знании. В условиях глобализации, культурной мобильности и цифровизации особое значение приобретает вопрос о том, как личность и сообщество осознают себя в многообразии культурных контекстов. Философский дискурс позволяет рассмотреть идентичность не только как социально-психологическое явление, но и как категорию, связанную с онтологией, аксиологией и герменевтикой человеческого существования. Философские истоки проблемы можно найти у Платона и Аристотеля, рассматривавших вопрос о соотношении «своего» и «чужого», о роли общины (полиса) в формировании самосознания личности. В дальнейшем европейская философия (Гегель, Фихте) связала идентичность с понятиями самосознания и признания. Гегелевская идея «борьбы за признание» в «Феноменологии духа» оказала прямое влияние на современные концепции культурной идентичности. Социально-культурная идентичность – это совокупность представлений индивида или группы о собственной

принадлежности к определённой культуре, социальной среде и системе ценностей. В философской традиции она тесно связана с понятием «самости» (Ч. Тейлор, Ю. Хабермас), а также с концепциями культурной памяти (Я. Ассман).

Эта идентичность проявляется в:

- усвоении языка, обычаев, традиций;
- восприятии исторического прошлого;
- принятии норм морали и этики;
- символических системах (мифах, религии, искусстве).

Социально-культурная идентичность – это динамическая система само-и внешнего отнесения индивида/группы к определённым культурным кодам (язык, обычаи, религия, нормы, символы, историческая память), признаваемая как «своя» и подтверждаемая практиками повседневности. Она существует на пересечении личной (биографической, нарративной) и коллективной (этнической, национальной, профессиональной, религиозной, региональной, цифровой) идентичностей.

Социально-культурная идентичность многослойна и включает когнитивный, аффективный и поведенческий уровни. В философском анализе когнитивный компонент занимает особое место, поскольку именно он задаёт основу осознанного восприятия человеком самого себя и своей принадлежности к определённой культуре.

Структура идентичности:

1. Когнитивный компонент – знания о «своём» и «чужом», культурные схемы, стереотипы и категории различия. В философии когнитивный компонент связывается с процессами самосознания и культурной рефлексии. Согласно М. Бахтину, личность не может быть понята вне «диалогического поля», где осмысление себя происходит через обращение к «другому».

2. Аффективный компонент чувство принадлежности / гордости / стыда, эмоциональная привязанность к символам и памяти. Аффективный компонент связан с эмоционально-ценностным отношением человека к собственной культуре, группе и представителям иных культур. Э. Дюркгейм подчеркивал, что солидарность и сплоченность общества держатся не только на знании норм, но и на эмоциональной вовлеченности индивида в культурное целое.

3. Нормативный компонент – ценности и правила (что «правильно/неправильно»), моральные ориентиры.

Нормативный компонент связан с системой правил, ценностей и норм, регулирующих поведение индивида и группы в межкультурном пространстве. Если когнитивный уровень даёт знание, а аффективный – эмоциональное отношение, то нормативный – задаёт обязательные ориентиры поведения, закреплённые в культуре. У Ю. Хабермаса нормативный аспект коммуникативного действия проявляется в идее «идеальной речевой ситуации», где нормы взаимного признания делают возможным диалог.

4. Поведенческий компонент -практики (ритуалы, языковые привычки, способы разрешения конфликтов, формы участия). Поведенческий компонент представляет собой практическое воплощение когнитивных знаний, аффективных установок и нормативных принципов в конкретных действиях индивида или группы. Если когнитивный уровень отвечает за знание, аффективный – за переживания, нормативный – за правила, то поведенческий отражает конкретные стратегии и модели поведения в реальных межкультурных ситуациях. М. Бахтин связывал культурное поведение с «ответственностью перед другим» - то есть действиями, которые всегда включены в диалог.

Таким образом, социально-культурная идентичность является динамической категорией: она формируется в процессе социализации, но способна трансформироваться под влиянием глобальных изменений.

Философский анализ межкультурной коммуникации показывает, что она не является внешним фактором, воздействующим на идентичность, а составляет её внутреннее условие. Социально-культурная идентичность формируется, развивается и укрепляется именно через межкультурное общение. Философия XX–XXI вв. активно обращается к проблеме «диалога культур». М. Бахтин утверждал, что культура по своей природе диалогична, а личность существует лишь во встрече с «другим». Это утверждение напрямую связано с социально-культурной идентичностью: идентичность индивида и группы не замыкается в себе, она формируется и подтверждается через взаимодействие с иными культурами.

Хабермас рассматривает коммуникацию как средство достижения взаимопонимания на основе рациональности, открытости и равноправия участников. Для межкультурного диалога это означает необходимость создания условий, в которых

идентичности различных культур признаются равными. Социально-культурная идентичность личности или группы проверяется именно в процессе коммуникации:

- она проявляется в способности к диалогу;
- укрепляется через признание другими;
- развивается, если коммуникация строится на принципах справедливости.

Таким образом, межкультурная коммуникация не угрожает идентичности, а наоборот, раскрывает её потенциал.

Японская идентичность изначально строилась вокруг идей гармонии (*wa*), коллективизма и уважения к иерархии.

- Синтоизм формировал чувство сакральной связи между человеком, природой и нацией.
- Буддизм развивал идеи духовного самосовершенствования и терпимости.
- Конфуцианство внесло акцент на социальные роли, долг и гармонию в обществе.

Эти элементы стали философским фундаментом японской идентичности и до сих пор определяют способы межкультурного взаимодействия.

Одним из важных моментов происходящих в мире – это процессы глобализации, которые непосредственно влияют на трансформацию социально-культурной идентичности. Современный мир переживает интенсивные процессы глобализации, которые затрагивают не только экономическую и политическую сферы, но и культурное бытие человека. Ускорение миграционных потоков, развитие цифровых технологий, транснациональные связи – всё это создает новые условия для формирования идентичности.

В центре этих процессов находится феномен межкультурной коммуникации, ставший важнейшим инструментом не только взаимодействия, но и самоопределения личности и общества. В условиях глобализации именно коммуникация между культурами определяет то, как формируется и трансформируется социально-культурная идентичность.

Глобализация – это не только экономический и политический процесс, но и культурный феномен, который коренным образом изменяет формы коммуникации. Межкультурное взаимодействие становится не исключением, а нормой повседневной жизни. Если в традиционных обществах

коммуникация происходила в рамках одной культуры, то в условиях глобализации межкультурная коммуникация превращается в главный механизм конституирования идентичности.

Глобализация расширила горизонты человеческого общения:

- мир стал пространством интенсивного культурного обмена;
- диалог культур превратился в норму, а не в исключение;
- идентичность перестала быть замкнутой и локальной.

Таким образом, глобализация не только создает предпосылки для межкультурного общения, но и делает его онтологическим условием идентичности. Если ранее культурная коммуникация носила преимущественно локальный характер (дипломатия, торговля, миссионерство), то сегодня она стала универсальной формой бытия человека.

Современные процессы глобализации и цифровизации радикально трансформируют природу социально-культурной идентичности. Если в традиционных обществах идентичность определялась устойчивыми факторами – этносом, религией, территорией, языком, то в условиях глобального мира она приобретает динамический и гибридный характер. Во-первых, глобализация способствует интенсивному культурному обмену, стиранию национальных и региональных границ. В результате человек оказывается включён в множественные культурные контексты, что порождает феномен «множественных идентичностей». Они не исключают друг друга, а формируют сложную мозаичную структуру самости. Во-вторых, цифровизация усиливает эти процессы, поскольку виртуальные среды создают новые пространства для самопрезентации и коммуникации. Социальные сети, цифровые медиа и виртуальные сообщества позволяют личности конструировать разные модели идентичности в зависимости от контекста и аудитории. Таким образом, возникает феномен «сетевой идентичности», характеризующийся пластичностью и многослойностью.

В контексте философии это означает, что идентичность больше не может пониматься как статичное раз и навсегда заданное состояние. Она представляет собой процесс постоянного становления, самоинтерпретации и коммуникации. Как отмечает М. Кастельс, «в условиях информационного общества

идентичность становится конструктом, возникающим в результате взаимодействия локального и глобального, традиционного и инновационного» (Castells, 2010). Именно поэтому анализ идентичности в эпоху глобализации и цифровизации требует обращения к философии диалога (Бахтин), герменевтике (Гадамер), а также к теориям признания (Тейлор, Хоннет), которые подчеркивают динамичность и реляционность человеческого самоопределения.

Цифровизация является одним из ключевых факторов трансформации современного общества. Она затрагивает не только экономику и политику, но и глубинные культурные структуры, в том числе феномен социокультурной идентичности. Если в индустриальную эпоху идентичность формировалась через традиционные институты – семью, школу, религию, локальное сообщество, то в условиях цифровой революции личность конструируется в виртуальных сетях, социальных медиа и глобальных информационных потоках. Цифровизация одновременно несёт в себе риск утраты культурных традиций и новые возможности для их сохранения. Опасность заключается в доминировании глобальной массовой культуры, которая может вытеснять локальные символы и смыслы. Потенциал состоит в цифровом архивировании, создании онлайн-баз культурного наследия, в использовании медиа как инструмента сохранения и популяризации национальной культуры.

Таким образом, цифровизация становится двойственным фактором: она может привести как к эрозии идентичности, так и к её возрождению через новые формы репрезентации.

Процессы глобализации и цифровизации коренным образом меняют природу идентичности: 1) глобальные медиа создают «виртуальные идентичности», которые не всегда связаны с традиционными культурными корнями; 2) миграционные процессы формируют гибридные идентичности, в которых сочетаются элементы разных культур; 3) интернет-пространство способствует развитию новых форм солидарности и сообществ, основанных не на национальных, а на ценностных признаках.

В то же время, именно в условиях глобализации возрастает потребность в сохранении национальной и культурной самобытности, что делает социально-культурную идентичность ключевым фактором устойчивого развития общества.

Цифровизация трансформирует природу социокультурной идентичности, делая её гибридной, многослойной и сетевой. Личность XXI века конструируется не только через локальные традиции, но и через цифровую коммуникацию. Философский анализ показывает, что цифровизация несёт в себе амбивалентность: она может приводить к унификации и утрате самобытности, но также открывает новые горизонты для сохранения, трансляции и творческого переосмысления культурных ценностей. Будущее социокультурной идентичности зависит от того, сможет ли человечество использовать цифровые технологии как инструмент диалога и взаимного признания, а не как средство доминирования и стандартизации

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование показало, что социально-культурная идентичность является одним из ключевых факторов межкультурной коммуникации. Она определяет способность личности и сообществ вступать в диалог, сохранять собственную культурную самобытность и одновременно быть открытыми к восприятию «другого». В условиях глобализации и цифровизации идентичность утрачивает статичность, приобретает гибридный и динамический характер, что отражается на межкультурных практиках. От степени осознанности своей идентичности и готовности к признанию культурных различий зависит успешность межкультурного взаимодействия.

Таким образом, социально-культурная идентичность выступает не только как личностное и коллективное свойство, но и как философско-коммуникативный ресурс, обеспечивающий баланс между локальной уникальностью и глобальной универсальностью. Социально-культурная идентичность Японии является мощным фактором межкультурной коммуникации. Она сочетает традиционные ценности, философию гармонии и коллективизма с открытостью к инновациям и глобальным практикам. Именно эта способность к синтезу позволяет Японии быть активным участником мирового диалога культур, сохраняя уникальность и одновременно способствуя взаимопониманию между цивилизациями.

Практические рекомендации

1. В сфере цифровой коммуникации:

Развивать цифровые платформы, которые позволяют транслировать традиционные ценности (онлайн-музеи, VR-экспозиции, цифровые архивы); создавать мультязычные образовательные онлайн-курсы о японской культуре и философии; использовать аниме, мангу, компьютерные игры как инструменты межкультурного диалога и продвижения японской идентичности в мире.

2. Для культурной дипломатии:

Расширять международные культурные обмены (фестивали, выставки, гастрольные театры и музыкальные коллективы); поддерживать проекты, ориентированные на молодежь, где сочетаются традиция и цифровая культура (например, дзен-медитация в формате мобильных приложений); акцентировать внимание на философских основах японской идентичности как факторе, способствующем пониманию и уважению различий.

3. Для межкультурного диалога:

Обучать специалистов навыкам межкультурной коммуникации с учетом японских особенностей; содействовать созданию международных исследовательских центров по изучению идентичности и коммуникации; поддерживать философско-культурные исследования, где Япония рассматривается как модель гармоничного сочетания традиции и модерна.

4. Для укрепления идентичности в условиях глобализации:

Сохранять культурное наследие Японии через цифровую архивацию и онлайн-доступ; вовлекать молодежь в культурные практики, сочетая традицию и инновации (например, современное искусство на основе каллиграфии); продвигать японскую модель «гибридной идентичности» как пример того, как можно сочетать национальное и глобальное в едином культурном поле.

Список использованной литературы:

1. Бахтин М. М. *Эстетика словесного творчества*. – М.: Искусство, 1986. – 445 с.
2. Гадамер Г. Г. *Истина и метод*. – М.: Прогресс, 1988. – 704 с.
3. Тейлор Ч. *Источники самости: формирование современной идентичности*. – СПб.: Издательство СПбГУ, 2002. – 860 с.
4. Хоннет А. *Борьба за признание: моральные грамматики социальных конфликтов*. – СПб.: Алетейя, 2011. – 544 с.
5. Кастельс М. *Власть коммуникации*. – М.: ГУ ВШЭ, 2016. – 564 с.

**Historical realities and philosophical ideals: dialogues between disciplines,
20 september, 2025**

6. Berger P. L., Luckmann T. *The Social Construction of Reality*. – New York: Anchor Books, 1966. – 219 p.
7. Hall S. *Cultural Identity and Diaspora*. In: Rutherford J. (ed.) *Identity: Community, Culture, Difference*. – London: Lawrence & Wishart, 1990.
8. Иззетова, Э. М., Ли, Е. В. (2022). Философский анализ образования и науки в контексте глобальных культурных трансформаций. In *Academic research in educational sciences, 3 (NUU Conference 2)* (pp. 326-331).
9. Kim Y. Y. *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*. – Thousand Oaks: Sage, 2001. – 328 p.
10. Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. – New York: McGraw-Hill, 2010. – 561 p.
11. Chen, G.-M. (2018). *Theorizing intercultural communication: A global perspective*. China Media Research, 14(3), 1–10.
12. Ting-Toomey, S. (2017). *Communicating across cultures*. Guilford Publications.
13. Collier, M. J. (2015). *Cultural identity and intercultural communication*. In: Jackson, J. (ed.), *The Routledge Handbook of Language and Intercultural Communication*. Routledge, pp. 53–67.
14. Dervin, F. (2016). *Interculturality in education: A theoretical and methodological toolbox*. Palgrave Macmillan.
15. Holliday, A. (2011). *Intercultural communication and ideology*. Sage.
16. Gudykunst, W. B. (2005). *An Anxiety/Uncertainty Management (AUM) Theory of Effective Communication: Making the Mesh of the Net Finer*. In: Gudykunst W. B. (ed.) *Theorizing About Intercultural Communication*. Sage, pp. 281–322.
17. Jackson, J. (2019). *Interculturality in International Education*. Routledge.
18. Rivenburgh, N. K. (2018). *Media, culture, and society in a globalized world: Globalization and identity*. International Journal of Communication, 12, 4353–4372.