DOI: 10.18287/2542-0445-2020-26-2-169-175
УДК 81'42(811.111)
Научная статья / Scientific article

Дата: поступления статьи / Submitted: 15.03.2020
после рецензирования / Revised: 18.04.2020
принятия статьи / Accepted: 30.05.2020

М.С. Мосягина
Национальный исследовательский Мордовский государственный университет
имени Н.П. Огарева, Саранск, Российская Федерация
E-mail: mmashamos@yandex.ru. ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7481-8978

Национальная идентичность и ее вербальное отражение в англоязычном медиадискурсе

Аннотация: В статье анализируется отражение национальной идентичности в современном англоязычном медиадискурсе. Проблема национальной идентичности является в наши дни одной из приоритетных в гуманитарном знании, однако в лингвистике она, как правило, остается вне поля зрения исследователей. Между тем в лингвистической литературе неоднократно отмечалось, что в современном мире в условиях его глобализации возрастает интерес ко всему национальному. Осуществленное в статье рассмотрение национальной идентичности на основе лингвистических подходов содействует как введению вопросов национальной идентичности в сферу лингвистического анализа, так и установлению ее специфики конкретно в англоязычном медиадискурсе. В роли последнего выступили новостные медиатексты ведущих изданий британской прессы за 2019 год (конкретно ежедневных газет The Independent и The Guardian). Отмеченные факты свидетельствуют о новизне и актуальности исследования. Было уточнено лингвистическое понятие идентификации как соотнесения индивида с социальной группой или этносоциальной общностью. В статье был также развит подход к дифференциации жанров медиадискурса; особо подчеркнуто, что выявленные лингвистические способы актуализации национальной идентичности касаются только жанра новостных сообщений, в которых субъективное представление фактов исключается. Тем не менее автор находит способы выразить свою сопричастность британской нации средствами модальности, а также через подбор цитат, которые соответствуют его пониманию событий и, как следствие, оказываются средством авторской национальной самоидентификации в плане его солидарности с авторами цитат как представителями британской нации. Данное исследование осуществлялось с использованием контекстуального метода, описательного метода и метода коммуникативного анализа, которые позволили выявить разнообразные средства-репрезентанты национальной идентичности автора.
Ключевые слова: национальная идентичность, самоидентификация, дискурс, медиадискурс, новостной медиатекст, модальность, оценочность.
Цитирование. Мосягина М.С. Национальная идентичность и ее вербальное отражение в англоязычном медиадискурсе // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. 2020. Т. 26. № 2. С. 169–175. DOI: http://doi.org/10.18287/2542-0445-2020-26-2-169-175.
Информация о конфликте интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

M.S. Mosyagina
Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russian Federation
E-mail: mmashamos@yandex.ru. ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7481-8978

National identity and its verbal reflection in the English media discourse

Abstract: The article analyzes the reflection of national identity in modern English-language media discourse. Nowadays the problem of national identity is one of foreground issues in the field of humanistic knowledge, however, it has usually escaped the attention of linguists. Meanwhile, it was pointed out many times in linguistic literature that there is an increasing trend towards all national in the context of globalization in the world today. Consideration of national identity based on the linguistic approach undertaken in this article contributes to both the introduction of national identity issues in the field of linguistic analysis and the establishment of its specificity in the English-language media discourse. News media texts' fragments of "The Independent" and "The Guardian" dated 2019 were analyzed in this article. It demonstrates the novelty and relevance of the research. In order to clarify linguistic framework for the analysis the linguistic concept of identification was clarified as a correlation of an individual with a social group or ethnic and social community. The approach to genres differentiation of media discourse was developed under this article. It was especially emphasized that identified linguistic methods for actualization of national identity relate only to the genre of news reports which are characterized as non-subjective. Nevertheless, the author finds ways of expressing his/her complicity in British nation by means of modality and through the selection of quotes that correspond to his/her understanding of events. As a result, it all turns out to be a means of author's national self-identification in terms of its solidarity with the authors of quotations as representatives of the British nation. This study was carried out with the use of the contextual method, the descriptive method and the method of communicative analysis which made it possible to identify a variety of means representing the national identity of the author.
Key words: national identity, self-identification, discourse, media discourse, news media text, modality, evaluation.
Citation. Mosyagina M.S. National identity and its verbal reflection in the English media discourse. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istoriia, pedagogika, filologiia = Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*, 2020, vol. 26, no. 2, pp. 169–175. DOI: http://doi.org/10.18287/2542-0445-2020-26-2-169-175. (In Russ.)
Information on the conflict of interests: author declares no conflict of interest.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

© **Мосягина Мария Сергеевна** – аспирант кафедры английской филологии, факультет иностранных языков, Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева, 430005, Российская Федерация, Республика Мордовия, г. Саранск, ул. Большевистская, 68/1.

© **Mosyagina Maria Sergeevna** – postgraduate student of the Department of English Philology, Foreign Languages Faculty, Ogarev Mordovia State University, 68/1, Bolshevistskaya Street, Saransk, 430005, Republic of Mordovia, Russian Federation.

Введение

В рамках актуальной для современного языкознания антропоцентрической парадигмы обнаруживаются в наши дни все новые грани исследований языка. В этой связи особую актуальность приобретает включение в их диапазон социокультурных и коммуникативных факторов. На пересечении данных факторов особый интерес вызывает проблема национальной идентичности и ее проявление в границах медиадискурса. Последний в силу исключительной популярности и широчайшего охвата читающей аудитории в состоянии отразить национальные аспекты антропоцентризма с наибольшей полнотой.

Проблема национальной идентичности является в наши дни одним из ведущих направлений в работе психологов, этнологов, культурологов, антропологов и лингвистов, становясь, таким образом, важным аспектом гуманитарных исследований. Актуальность данного вопроса определяется возрастающим интересом к изучению национального фактора, который, как отмечается в ряде работ, оказывается особо ощутимым в эпоху глобализации [Бурдина 2011; Ордокова, Хамурзова, Хунтхужева 2016; Герасимова, Ивахнов 2017]. На фоне глобализации можно отметить устойчивый интерес к вопросам изучения специфики отражения национальной идентичности в поле масс-медиа, так как именно данный вид дискурса и проявление в нем национальной идентичности остаются вне поля зрения лингвистов.

Проблема национальной идентичности в лингвистическом рассмотрении

Национальная идентичность в современной лингвистике рассматривается в самых различных направлениях и на разном материале. В частности, идентичность исследована в русле разных видов дискурса, и медиадискурс при этом учитывается лишь частично, дифференцируясь в разных подвидах. Например, О.А. Блинова говорит о национально-культурных особенностях политического дискурса англоязычной прессы [Блинова 2017]. Подобным же образом сквозь призму медиадискурса С.В. Лукьянова рассматривает национально-культурные особенности кулинарно-гастрономического дискурса [Лукьянова 2019]. Выдвигает интересную точку зрения Т.Ю. Быкова относительно национальной идентичности в российском спортивном медиадискурсе [Быкова 2019]. Работа Н.С. Ширяева, где он определяет коммуникативные стратегии репрезентации национальной идентичности, была выполнена на базе политического дискурса, который также находит отражение и в медиадискурсе (Ширяев 2017). Помимо этого, зафиксирован термин *дискурс национальной идентичности* в статьях Е. Кауганова и Д.Н. Батырева [Кауганов 2013; Батырев 2007], в которых тот обосновывается как отдельная тематическая область дискурса.

Делая медиадискурс основным исследовательским полем, в котором так или иначе отражается национальная идентичность, необходимо подчеркнуть, что ее освещение в медиадискурсе будет связано с детальным выделением его жанровых особенностей. Национальная идентичность может иметь специфическое проявление в каждом из таких жанров, и что свойственно одному жанру, не будет характерным для другого. Жанры медиадискурса можно соотнести с такими рубриками газет, как *News, Opinion, Indi/Lifestyle* и т. д. В русле отмеченных выше факторов цель настоящей статьи видится в выявлении специфики национальной идентичности лишь в одном жанровом аспекте англоязычного медиадискурса, а именно в новостных сообщениях (*News*).

Некоторого уточнения требует понятие медиадискурса. В настоящее время могут быть выделены как минимум два подхода к определению понятия *медиадискурс*. Согласно первому, медиадискурс представляет собой специфичный тип речемыслительной деятельности, характерный исключительно для информационного поля масс-медиа. Согласно второму подходу, медиадискурс трактуется как любой вид дискурса, реализуемый в поле массовой коммуникации и продуцируемый средствами СМИ [Кожемякин 2010, с. 16]. Как представляется, второе определение является более полным, и именно оно было положено в основу предпринятого ниже анализа.

Существенно учесть, что в современной лингвистике разграничивают разные типы медиадискурса, выделяемые в зависимости от используемых коммуникативно-информационных каналов, а именно – публицистический дискурс, рекламный дискурс и PR-дискурс. Иногда также дифференцируют жанрово-функциональные особенности медийного пространства, в котором реализуется дискурс, при этом выделяются следующие его типы: новостной, рекламный, PR-дискурсы; информационный, аналитический, публицистический дискурсы; идентифицирующий, репрезентирующий, идеологический дискурсы и т. д. [Кожемякин 2010, с. 17].

В свете того факта, что ведущим направлением современной лингвистики является антропоцен-

тризм, необходимо подчеркнуть, что национальная идентичность в антропоцентрическом ракурсе еще не была рассмотрена. Между тем нельзя не признать, что национальный фактор в целом может расцениваться как особо важный с антропоцентрической точки зрения, поскольку, как было справедливо отмечено российским философом Н.А. Бердяевым, «национальность – это индивидуальное бытие, вне которого, невозможно существование человечества» [Бердяев 1990].

Прежде чем перейти к изложению конкретных результатов исследования, необходимо также остановиться на определениях национальной идентичности, которые сильно варьируются в имеющихся работах. Во второй половине XX в. понятие *национальной идентичности* стало одним из ключевых в разных областях гуманитарного знания и по этой причине может считаться универсальной константой современного знания. Однако следует отметить, что в преобладающем числе работ национальная идентичность становится объектом психологических и социологических исследований, в то время как с чисто лингвистической точки зрения она рассматривается исключительно редко. Говоря о проблематике национальной идентичности с позиции лингвистики, ученые рассматривают понятие национальной идентичности (часто именуемой самоидентификацией) наряду с изучением языковой картины мира и важную роль в репрезентации идентичности отводят национальному языку [Елина 2010, с. 163]. Самым ярким свидетельством языкового подхода к национальной идентичности является мнение Дж. Джозефа, который называет феномен идентичности языковым понятием [Joseph 2004], так как осознание человеком самого себя определяется в большей степени тем, что и как тот говорит о себе самом или о ком-то другом. Именно такой подход, основывающийся на том, что и как было сказано по проблемам национальности в новостных сообщениях англоязычного медиадискурса, является краеугольным в данной статье.

Обзор материала для исследования и его методология

Анализ был основан на новостных сообщениях, помещенных в выпусках 2019 года таких ежедневных англоязычных изданий, как The Independent и The Guardian. Вышеперечисленные издания были взяты в качестве источников фактического материала не случайно, поскольку данные газеты относятся к числу самых авторитетных англоязычных изданий, завоевавших авторитет в мировой журналистике. Принимая во внимание тот факт, что названные издания имеют высокую степень влияния, можно признать возможным, что они формируют общественное мнение относительно различных событий в мире и определяют отношение к тем или иным национальностям.

Новостные сообщения иногда имеют указание на конкретного автора и подписаны его именем. В этом случае вполне очевидно, что и как тот или иной автор говорит по проблемам национальностей. Однако автор указывается не всегда, но за текстом всегда стоит редактор или издатель газеты, которого также можно квалифицировать как индивида. Для большей конкретизации лингвистического подхода к национальной идентичности, необходимо опереться на определение собственно *идентичности* в словаре лингвистических терминов, где под идентичностью подразумевается соотнесение индивида с социальной группой или этносоциальной общностью (Жеребило 2010, с. 114). Одним из моментов проявления национальной идентичности в новостных сообщениях является то, как автор сообщения (или другой индивид, имеющий отношение к газете) соотносит себя с британской нацией, считая себя сопричастным ей. В этом случае внимание сосредотачивается на самых различных языковых выражениях такой сопричастности, что и является одним из лингвистических подходов к изучению национальной идентичности.

В настоящей статье были отобраны и проанализированы новостные статьи, которые освещают общую ситуацию в мире, в частности экономические и политические вопросы. Упоминание национальностей в большинстве случаев связано с определенными событиями в стране или мире в целом, в связи с чем можно сделать вывод, что внимание мировой общественности и, как следствие, авторов и редакции данных изданий сфокусировано на избирательном использовании наименований национальностей.

Методологическую основу анализа составляют контекстуальный метод, описательный метод и метод коммуникативного анализа.

Ход исследования и полученные результаты

Самым ярким и одновременно самым простым проявлением национальной идентичности, лежащим на поверхности текста, является использование наименований наций и национальностей. В текстах сообщений, посвященных актуальным новостям о Брексите, можно встретить разнообразные лексические единицы, которые использованы при упоминании национальностей. *Number of **Brits** moving to the continent has spiked since Brexit. Increasing numbers of **Britons** are avoiding the news because Brexit items drag down their mood, a new report suggests* (The Independent). Кроме того, в текстах сообщений были зафиксированы и другие способы лексических номинаций национальности, такие как British people и the British, которые, например, фигурировали в контексте Брексита. *If Brexit ends in no deal, many **British people** who live in the EU will become foreigners overnight – «third-country nationals» in legal language* (The Guardian). *Did **the British** ever understand Europe?* (The Independent). Основываясь на мнении Дж. Джозефа, назвавшего феномен идентичности языковым понятием [Joseph 2004], можно заключить, что разно-

образие выше приведенных лексических наименований свидетельствует о стремлении автора отразить англоязычный социум во множестве его проявлений. Данный факт особо знаменателен в том плане, что типично журналистским термином является только *Briton* (Macmillan Dictionary). Стилистические нюансы использованных наименований помогают всесторонне идентифицировать нацию и могут квалифицироваться как одно из выражений национальной идентичности в новостных сообщениях англоязычного медиадискурса. В данном случае мы наблюдаем проявление национальной идентичности в том, как в данном типе дискурса говорится о конкретной национальности.

Помимо вышеупомянутого момента, фактор идентичности может рассматриваться с точки зрения модальности, а именно текстовой модальности. Определения понятия «модальность» многочисленны и разнообразны. Приведем определение модальности, выдвинутое Е.Е. Анисимовой: «Модальность – это категория, включающая самые разные виды квалификации сообщаемого, в том числе наряду с субъективной (эмоциональной, положительной, отрицательной и др.) также и объективную (логическую, интеллектуальную и др.) оценку содержания текста» (Анисимова 2003, с. 30). Таким образом, текстовая модальность и категория оценки находятся в непосредственной взаимосвязи. Кроме того, стоит добавить, что оценочность может рассматриваться как составная часть модальности или представлять отдельный вид оценочной модальности.

В нашем исследовании в рамках новостных статей англоязычного медиадискурса под модальностью понимается двуаспектная категория, выражающая, с одной стороны, отношение субъекта, то есть автора к объекту, предмету речи и его целевую установку (субъективная модальность), а с другой – отражающая то, каким образом говорящий, т. е. автор, квалифицирует действительность (объективная и ситуативная модальности) [Кривошеева 2013, с. 194].

При освещении событий, происходящих в мире, автор должен придерживаться нейтральной манеры изложения, поэтому понять его отношение к происходящему бывает довольно сложно. В большинстве случаев оно выражается имплицитно. При этом читателю необходимо приложить немало усилий для распознания нежелательной субъективности автора.

Субъективность автора может проявляться на самых разных этапах создания новостного медиатекста. Благодаря этапу отбора фактов автору удается выделить определенные события, расставляя по-своему акценты на происходящее. Субъективность оценки автора проявляется также и на следующем этапе, а именно на этапе интерпретации событий. Автор новостного медиатекста решает, какими лингвистическими средствами будет представлено выражение мнения, оценки и какой будет идти сопровождающий комментарий.

Как правило, специфика новостной журналистики заключается в четком разграничении фактов и комментария, информации и мнения, информации и оценки. Таким образом, комментариии мнения колумнистов газет относительно событий, представленных в разделе *News,* публикуются в специальных разделах, таких как *Analysis, Opinion, Comment.* Так, в газете The Independent данный раздел носит название *Voices,* в The Guardian – *Opinion.*

Тем не менее в некоторых случаях автор новостного сообщения указывается, но оно тем не менее помещается в раздел *News*: *There is only one message to the British people: you are wise, undaunted and quite magnificent;Our arrogant political class holds the British people in open contempt.* Субъективность имеет недвусмысленное отражение в использовании местоимения *our*.

Оценочную семантику высказывания и общую тональность текста можно выделить как отдельный тип субъективности в журналистских текстах. Следует указать на заголовок новостных медиатекстов, поскольку, занимая уникальное положение в тексте и аккумулируя смысл текста, он сразу же заостряет внимание читателя. В ходе анализа было установлено, что в ряде статей выпуска 2019 года определенный процент новостных медиатекстов освещает события, которые могут оцениваться как события отрицательного характера. Заголовки в этом случае представляют собой акцент на отрицательную информацию. При этом они достаточно частотны и демонстрируют явное преобладание над позитивными заголовками. Значительная часть заголовков содержит в своем составе наименования британской нации, что, несомненно, указывает на модальность сообщения, когда автор обнаруживает свою сопричастность британской нации, фокусируя внимание на острых проблемах, касающихся ее. В качестве примера можно указать на следующие заголовки: *Majority of people in Britain think the country is on the wrong track, global survey finds; A beautiful dream destroyed: Britons in EU on no-deal Brexit.*

Следует отметить, что в новостных текстах сопричастность автора британской нации выражается через конструкции с модальностью сомнения, уверенности / неуверенности. В этом случае оценка выражается с помощью **модальных эквивалентов.** На первом месте по частотности находится модальный эквивалент *to be likely to*, далее они указываются в порядке убывания *to be supposed to, be expected to*. Известно, что новостные сообщения призваны максимально объективно передать информацию читателю сообщения, не оказывая на него эмоционального воздействия, по этой причине автор не может утверждать с уверенностью, что именно текущая политическая нестабильность и неопределенность относительно такого события, как Брексит, способствовали упадку духа британского народа. Однако использование модального эквивалента *to be likely to* в рамках данного но-

востного сообщения непосредственно демонстрирует, именно что и как говорит о нем автор.

And the pollster's research director Keiran Pedley said that the current political instability and uncertainty over Brexit were likely to be «significant contributing factors» to the negative mood (The Independent). Использование to be expected to обосновано в следующем примере тем фактом, что автор, приводя данные статистики, вынужден использовать эту конструкцию, избегая субъективных средств модальности. *The number of people in the UK is expected to rise by 4.5 per cent over the next 10 years, from an estimated 66.4 million in mid-2018 to 69.4 million in mid-2028, the Office for National Statistics (ONS) has said* (The Independent).

Помимо этого, можно отметить широкое использование модального глагола *should*, имеющего семантику необходимости, желательности. *The British public remains firmly behind efforts to support people in poorer countries, with almost two-thirds of people canvassed in a survey of EU citizens believing that maintaining overseas aid at its current level should be «a major priority»* (The Guardian). Автор новостного сообщения поддерживает британскую публику, передает свое отношение, делая акцент на необходимости сохранения зарубежной помощи на прежнем уровне.

Примечательно, что глагол *should* в рамках одной новостной статьи имеет устойчивое использование практически в каждом абзаце, например, *The results from Eurobarometer, the EU's polling organisation, also found that almost 90% of people thought helping people in developing countries should be a priority of the EU and national governments* (The Guardian). В данном случае модальный глагол *should* передает что-то среднее между рекомендацией и обязательством. Однако благодаря статистике, на которую опирается автор, ему удается сделать это имплицитно.

Несмотря на то что модальный глагол *should* квалифицируется как слабый вид долженствования, он обычно воспринимается реципиентом скорее как рекомендация. *In line with the EU average, British citizens think that the EU should strengthen its partnership with African countries and increase financial investment in the continent* (The Guardian).

Повторное использование модального глагола *should* на данном отрезке новостного сообщения способствует более глубокому проникновению в суть размышлений автора, его наблюдений и выводов. Автор демонстрирует свой собственный взгляд на описываемую ситуацию. Модальный глагол в данном случае служит целям убеждения читателя в авторской точке зрения.

Благодаря использованию модальных глаголов в текстах новостных сообщений усиливается экспрессивная тональность текста. Таким образом, формируется специфическая модальность новостного сообщения с выраженной позицией автора.

В новостной медиатекст авторами информационных сообщений нередко могут быть вставлены гиперссылки, комментарии третьих лиц и даже видео- и аудиофрагменты, не говоря уже об обязательных ссылках на источник информации. Это делается не всегда с целью уточнения материала, в большинстве случаев автор дополняет текст цитатной речью эксперта по поводу освещаемого события. Зачастую подобные комментарии добавляют свою интерпретацию происходящего. Смысловая нагруженность сообщения становится более объемной и многомерной, а в информационной канве текста появляется дополнительная модальность: в ней прослеживаются семантические элементы положительной или отрицательной оценки, модальности вероятности, оценки тождества, экспрессивности, эмоциональной напряженности. Другими словами, комментарии передают субъективную модальность, которая понимается как отношение пользователя к сообщаемому, то есть она лишь выражает ту оценку адекватности отражения действительности, которая дается субъектом мысли [Колесникова, 2018, с. 42].

Таким образом, сопричастность автора выражается через подбор им высказываний представителей экспертного мнения. В некоторых случаях автор использует отдельные слова или фразы из цитаты. В одном из примеров автор употребляет одно только слово из речи директора Британского правозащитной группы Ромилли Гранхилл, а именно *heartening*, которое можно отнести к группе эмоционально-оценочных: *Romilly Greenhill, UK director of the advocacy group the One Campaign, said it was «heartening» that the vast majority of British people believe that helping people in developing countries is the right thing to do* (The Guardian). Не имея возможности выразить свою точку зрения и продемонстрировать свое отношение к данной ситуации в связи с жанровыми особенности новостных медиатекстов, автор использует цитату, тем самым показывая, что это не его мнение, не его слова. Однако выбор именно этого слова в приведенной цитате подчеркивает неравнодушие автора и его сопричастность теме.

Автор данного сообщения приводит и другие цитаты, в частности высказывание Ромилли Гранхилл. В его первой части было употреблено прилагательное *gloomy*, с помощью которого описывается ситуация, сложившаяся в стране из-за Брексита: *«Despite the gloomy picture of ten painted, British people support building a more peaceful, progressive and prosperous world for all» she said* (The Guardian). Однако будущее страны британского народа просматривается в цитате как «мирное, прогрессивное и процветающее» (*peaceful, progressive and prosperous*), и автор новостного медиатекста полностью разделяет данную точку зрения, о чем свидетельствует его выбор приведенной цитаты.

Известно, что использование местоимения первого лица множественного числа *we* крайне нехарактерно для данного жанра, однако с его помощью актуализуется коллективная идентичность, авторская соотнесенность себя с британским на-

родом: «*While Britain's relationship with the world is changing, this shows we are still an outward looking country», Greenhill said* (The Guardian). Поскольку автору в связи с жанровыми особенностями новостного сообщения не рекомендуется использование местоимения *we*, то он делает это через речь другого лица, идентифицирует себя тем самым как часть британского народа.

Таким образом, авторы новостных сообщений, осуществляя целенаправленный отбор цитат, находят способ выразить свою сопричастность важным событиям в жизни британского народа обходным путем.

Заключение

Как показало исследование, национальная идентичность в современном англоязычном медиадискурсе представляет собой многоаспектное явление, которое с лингвистических позиций может быть раскрыто с учетом языковой модальности и коммуникативных факторов. Национальная идентичность в модальном ракурсе проявляет себя как завуалированное высказывание автором о каком-то событии с использованием самых разных модальных конструкций, посредством которых автор выражает сопричастность британской нации. Несмотря на то что автору медиастатей раздела *News* не рекомендуется выдерживать субъективность изложения, тем не менее он осуществляет подборку цитат, которая солидарна с его мнением, и еще раз идентифицирует себя с британской нацией.

Суммируя сказанное, представляется возможным заключить, что на фоне объективного изложения фактов автор тем или иным образом включает в состав новостного медиатекста субъективно-авторский компонент. Посредством включения в текст комментариев других лиц, употребления модальных глаголов и модальных эквивалентов автор в намеренно скрытой форме показывает свою сопричастность британской нации. Национальная идентичность в лингвистическом отражении проявляется имплицитно, часто на уровне подтекста, но, даже несмотря на этот факт, реципиенту удается эксплицировать ее.

Источники фактического материала

Macmillan Dictionary – *Macmillan Dictionary*. URL: https://www.macmillandictionary.com (дата обращения: 13.01.2019).

The Guardian – *The Guardian.* URL: https://www.theguardian.com.

The Independent – *The Independent.* URL: https://www.independent.co.uk.

Ширяев 2017 – *Ширяев Н.С.* Коммуникативные стратегии репрезентации национальной идентичности в политическом медиадискурсе (на материале английского и французского языков): дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2017. 195 с. URL: https://www.sgu.ru/sites/default/files/dissertation/2017/09/28/dissertaciya_shiryaeva.pdf.

Библиографический список

Анисимова 2003 – *Анисимова Е.Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материалах креолизованных текстов): учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. Москва: Издательский центр «Академия», 2003. 128 с. URL: https://www.studmed.ru/anisimova-e-e-lingvistika-teksta-i-mezhkulturnaya-kommunikaciya-na-materiale-kreolizovannyh-tekstov-_023761b0b6f.html.

Жеребило 2010 – *Жеребило Т.В.* Словарь лингвистических терминов. Изд. 5-е, испр. и доп. Назрань: ООО «Пилигрим», 2010. 486 с. URL: http://uchitel-slovesnosti.ru/slovari/5.pdf.

Joseph 2004 – *Joseph J.E.* Language and Identity: National, Ethnic, Religious. Basingstoke, UK and New York: Palgrave Macmillan, 2004. pp. 11–12. URL: https://www.benjamins.com/catalog/aral.30.2.11tay/fulltext/aral.30.2.11tay.pdf.

Батырев 2007 – *Батырев Д.Н.* Дискурс национальной идентичности в эпоху глобализации // Гуманитарные и социально-гуманитарные науки. 2007. № 4 (35). С. 10–14. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=12159729.

Бердяев 1990 – *Бердяев Н.А.* Судьба России. Москва: Советский писатель, 1990.

Блинова 2017 – *Блинова О.А.* Национально-культурные особенности политического дискурса англоязычной прессы (на материале статьи журнала «The Economist») // Научный диалог. 2017. № 3. С. 19–30. DOI: http://doi.org/10.24224/2227-1295-2017-3-19-30.

Бурдина 2011 – *Бурдина О.Б.* Национальный компонент в фармацевтическом дискурсе (на примере Российской номенклатуры лекарственных средств) // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 33 (248). Вып. 60. С. 34–36. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17798973.

Быкова 2019 – *Быкова Т.Ю.* Национальная идентичность в российском спортивном дискурсе (на примере чемпионата мира по футболу 2018) // Поволжский вестник науки. 2019. № 2 (12). С. 51–53. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41306496.

Герасимова, Ивахнов 2017 – *Герасимова И.А., Ивахнов В.Ю.* Проблема сохранения культурной идентичности в условиях глобализации // Сервис plus. 2017. №.2. С. 66–76. DOI: http://doi.org/10.22412/1993-7768-11-2-9.

Елина 2010 – *Елина Л.В.* Идентичность в лингвистических исследованиях: когнитивный подход // Известия Уральского государственного университета. Сер.: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. Т. 81. № 4. С. 162–168. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15255282.

Кауганов 2013 – *Кауганов Е.* Дискурс национальной идентичности в послевоенной Германии // Очерки о европейской идентичности и многокультурности: сборник / под ред. М.Ю. Мартыновой. Москва: ИЭА РАН, 2013. С. 11–73. URL: http://static.iea.ras.ru/books/Ocherki_identichnosti_Martynova.pdf.

Кожемякин 2010 – *Кожемякин Е.А.* Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. 2010. № 12 (83). Вып. 6. С. 13–21. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15167728.

Колесникова 2018 – *Колесникова Н.Л.* Субъективная модальность в современном новостном медиатексте // Коммуникация в современном поликультурном мире: культура, образование, политика: сб. / под ред. Т.А. Барановской, Е.Н. Соловой. Москва: Pearson, 2018. С. 40–44. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37060476.

Кривошеева 2013 – *Кривошеева Ю.М.* Языковая реализация категории модальности посредством перфектным форм английского языка в газетной статье (на материале британской прессы) // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2013. № 7 (11). С. 193–197. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21269677.

Лукьянова 2019 – *Лукьянова С.В.* Национально-культурные особенности кулинарно-гастрономического дискурса (на материале региональных СМИ) // Современные проблемы социальной коммуникации и журналистики: сб. науч. ст. / сост. Л.А. Капитанова, В.В. Фролов. Псков: Псковский государственный университет, 2019. С. 62–69. URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39554055.

Ордокова, Хамурзова, Хунтхужева 2016 – *Ордокова М.А., Хамурзова А.Г., Хунтхужева И.Х.* Отражение национального характера во фразеологической картине мира (на материале французского, русского и кабардино-черкесского языков) // Историческая и социально-образовательная мысль. 2016. Т. 8. № 1 (1). С. 176–180. DOI: http://doi.org/10.17748/2075-9908-2016-8-1/1-176-180.

References

Joseph 2004 – *Joseph J.E.* (2004) Language and Identity: National, Ethnic, Religious. Basingstoke, UK and New York: Palgrave Macmillan, pp. 11–12. Available at: https://www.benjamins.com/catalog/aral.30.2.11tay/fulltext/aral.30.2.11tay.pdf.

Batyrev 2007 – *Batyrev D.N.* (2007) Discourse of national identity in the era of globalization. *The Humanities and social sciences*, no. 4 (35), pp. 10–14. Available at: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=12159729. (In Russ.)

Berdyaev 1990 – *Berdyaev N.A.* (1990) The fate of Russia. Moscow: Sovetskiy pisatel'. Available at: https://librebook.me/sudba_rossii. (In Russ.)

Blinova 2017 – *Blinova O.A.* (2017) National-Cultural Features of Political Discourse of English Press (on Material of Article from «The Economist»). *Nauchnyi dialog = Scientific Dialogue*, no. 3, pp. 19–30. DOI: http://doi.org/10.24224/2227-1295-2017-3-19-30. (In Russ.)

Burdina 2011 – *Burdina O.B.* (2011) National component in pharmaceutical discourse (on the example of the Russian nomenclature of medicines). *Bulletin of Chelyabinsk State University*, no. 33 (248), pp. 34–36. Available at: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=17798973. (In Russ.)

Bykova 2019 – *Bykova T.Yu.* (2019) The national identity in the Russian sports discourse (on the example of the World Cup 2018). *Volga Herald of Science*, 2019, no. 2 (12), pp. 51–53. Available at: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41306496. (In Russ.)

Gerasimova, Ivakhnov 2017 – *Gerasimova I.A., Ivakhnov V.Yu.* (2017) The problem of preservation of cultural identity in conditions of globalization. *Service plus*, no. 2, pp. 66–76. DOI: http://doi.org/10.22412/1993-7768-11-2-9. (In Russ.)

Elina 2010 – *Elina L.V.* (2010) Identity in the linguistic research: cognitive. *Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture,* vol. 81, no 4, pp. 162–168. Available at: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15255282. (In Russ.)

Kauganov 2013 – *Kauganov E.* (2013) Discourse of national identity in post-war Germany. In: *Martynova M.Yu. (Ed.)* Essays on European identity and multiculturalism: collection. Moscow: IEA RAN, 2013, pp. 11–73. Available at: http://static.iea.ras.ru/books/Ocherki_identichnosti_Martynova.pdf. (In Russ.)

Kozhemyakin 2010 – *Kozhemyakin E.A.* (2010) Mass communication and media discourse: on the research methodology. *Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences*, no. 12 (83), pp. 13–21. Available at: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15167728. (In Russ.)

Kolesnikova 2018 – *Kolesnikova N.L.* (2018) Subjective modality in a modern news media text. In: *Boronovskaya T.A., Solovova E.N. (Eds.) Communication in the modern multicultural world: culture, education, politics: collection*. Moscow: Pearson, pp. 40–44. Available at: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37060476. (In Russ.).

Krivosheeva 2013 – *Krivosheeva Yu.M.* (2013) The linguistic manifestation of the category of modality by means of English perfect forms in a newspaper article (based on the English press). *XXI Century: Resumes of the Past and Challenges of the Present plus*, no. 7 (11), pp. 193–197. Available at: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=21269677. (In Russ.)

Lukyanova 2019 – *Lukyanova S.V.* (2019) National and cultural features of culinary and gastronomic discourse (on the basis of regional media). In: *Kapitanova L.A., Frolov V.V. (Eds.) Modern problems of social communication and journalism: collection of scientific articles*. Pskov: Pskovskii gosudarstvennyi universitet, pp. 62–69. Available at: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=39554055. (In Russ.)

Ordokova, Khamurzova, Khuntkhuzheva 2016 – *Ordokova M.A., Khamurzova A.G., Khuntkhuzheva I.Kh.* (2016) Reflection of national character in the phraseological picture of the world (on the material of French, Russian and Kabardin-Circassian languages). *Historical and Social-Educational Idea*, vol. 8, no. 1 (1), pp. 176–180. DOI: http://doi.org/10.17748/2075-9908-2016-8-1/1-176-180. (In Russ.)