

УДК 81.27

DOI 10.17506/dipi.2018.32.3.2537

ДИСКУРСИВНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В НОВОГОДНИХ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ОБРАЩЕНИЯХ ПРЕЗИДЕНТА К ГРАЖДАНАМ РОССИИ



Кожемякин Евгений Александрович,

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, заведующий кафедрой коммуникативистики, рекламы и связей с общественностью, доктор философских наук, доцент, Белгород, Россия,
E-mail: kozhemyakin@bsu.edu.ru

Аннотация

Новогоднее телеобращение Президента относится к жанру политического дискурса, в котором происходит конструирование национальной идентичности. На лексическом уровне обращений Президента национальная идентичность представлена преимущественно категорией граждане России, которая репрезентируется в номинациях мы, люди, граждане, народ. С помощью корпусного дискурс-анализа была определена частота использования и языковые контексты этих номинаций. Номинация мы является наиболее частотной в новогодних телеобращениях и конструируется в субъектных, агентивных, интегративных характеристиках. Номинация люди моделируется в социально-экономических и социально-психологических категориях; номинация граждане становится предметом социально-экономической и политической категоризации; номинация народ относится адресантом к политическим и историческим категориям. Таким образом, национальная идентичность россиян моделируется преимущественно в социально-экономических и политических категориях.

Ключевые понятия:

дискурсивное конструирование, национальная идентичность, новогоднее телеобращение, политический дискурс.

Национальная идентичность и политический дискурс: концептуальные связи

Национальная идентичность традиционно является на протяжении многих десятилетий объектом активного исследовательского интереса в социально-гуманитарных науках. Теоретические интерпретации этого феномена варьируются от эссенциалистских (примордиалистских) подходов [1; 8] до прагматико-инструменталистских теорий идентичности [14]. В данной статье мы обратимся к эвристическому потенциалу социально-конструктивистского подхода к анализу национальной идентичности как наиболее гибкому в отношении сущностных признаков изучаемого явления.

Аналитический по своей сути конструктивистский подход к национальной идентичности позволяет описать её не как онтологический объект, а как продукт дискурсивно-коммуникативных практик. С конструктивистской точки зрения национальная идентичность есть не что иное, как продукт дискурсивных практик, устойчивых, систематически повторяющихся речемыслительных операций, в ходе которых (вос)производятся смысловые структуры национальности [17]. Идентичность с конструктивистской точки зрения не «дана», а «делается» [2].

Идентичность конструируется индивидами вместе в совместной деятельности [6; 9; 11]. При этом важно отметить, что совместная деятельность – это не только совокупность некоторых операций, поведенческих паттернов и действий, но и система речевых паттернов, дискурсивных схем [12], определяющих, оформляющих и семантически структурирующих принадлежность к нации. Одним из важных элементов этого – дискурсивного – пласта национальной идентичности является *нарратив, история* как «алгоритм» рассказывания о своей идентичности (происхождение, биография, самоназвание, самоописание, а также номинации, описания и оценки других, т. е. тех, кто не относится к определенной нации). Иными словами, *идентичность – это образ собственной принадлежности к нации, конструируемый в совместной практической деятельности, в частности, в дискурсивной практике*. В определенном смысле национальная идентичность – это дискурсивная идентичность, поскольку определение себя в аспекте нации может быть выражено, зафиксировано и определено исключительно посредством речевых маркеров.

Уточним, что дискурсивная практика понимается нами как «место» борьбы за смыслы, интерпретации, определения и, в конечном итоге, картину мира и мировоззрение. Публичный «разговор о нации» и репрезентация национальных феноменов, с точки зрения дискурс-анализа, есть не что иное, как символическая борьба за определение и переопределение принципов общности, а значит – принципов легитимации общественного порядка, распределения ресурсов и т. п. [7; 10].

Как писал Стюарт Холл, «национальная культура представляет собой *дискурс* – способ конструирования значений, который определяет и организует как действия индивидов, так и наши представления о нас самих... Национальные культуры конструируют идентичности путём производства значений «нации», с которой мы себя *идентифицируем*; эти значения заключены в рассказах (stories) о ней, коллективной памяти, которая связывает прошлое нации с её настоящим, и в образах, которые сформированы из них» [13, с. 613].

Уточним, что подобные идентификационные схемы предполагают не спонтанный рассказ о нации и своей принадлежности к ней, а определенным образом организованную дискурсивную практику, которая имеет свои *дискурсивные (системообразующие) узлы*.

Во-первых, это *номинации*, фиксирующие семиотический статус национальной принадлежности: самоназвания, институциональные номинации, а также таксоны, уточняющие и типологизирующие номинативные категории (например, номинация «американцы» может включать в себя таксономические субкатегории «нью-йоркец», «южанин», «калифорниец» и т. п. или – в другом дискурсивном «режиме» – субкатегории «wasps», «hispanics», «afroamericans» и т. д.).

Во-вторых, это *исторический нарратив*, в котором предъясняется / описывается происхождение, официальная хронология, ключевые события в истории нации. В качестве необходимых конструирующих эпистемических ресурсов выступают категории *прошлого, настоящего и будущего*. Поскольку идентичность как динамичный, а не статичный конструкт реализуется в темпоральности.

В-третьих, это использование *категорий «мы» – «они» («свои» – «чужие»)*. В речи происходит дифференциация своих и чужих, дискурсивное различие своей группы и тех, кто в нее не входит. Иными словами, в дискурсивной практике происходит *конструирование национальных различий*. При этом категория «мы» наделяется, чаще всего, позитивными характеристиками, часто персонафицированными признаками (например, смелость, щедрость, гостеприимство, доброта и т. п.).

В-четвертых, это *образы культуры и территории*, с которыми ассоциируются или к которым относятся идентичности. В дискурсивной практике происходит конструирование культурно-территориальных образов нации. Эти образы, как правило, включают в себя репрезентации языка, культуры, искусства, науки, технологий, повседневной жизни и привычек, кухни и спорта, а также природы, населенных пунктов, географических особенностей, масштаба территории и т. д.

В-пятых, дискурсивное конструирование национальной идентичности предполагает обращение к *социально-политическим аспектам* национального сообщества. В дискурсе репрезентируются особенности политической системы, социального устройства государства, социально-политических проблем и перспектив.

Эти «дискурсивные узлы» участвуют в реализации функций конструирования национальной идентичности, которое имеет различные формы и средства: от музеев и «институционализированной» народной культуры до публичных политических обращений и комментариев в социальных сетях.

Далее мы обратимся к распространенному и важному в политическом смысле жанру политического дискурса: *новогоднему телеобращению Президента страны к гражданам*. Этот жанр рассматривается нами, с одной стороны, как типический для всего жанрового разнообразия политического дискурса, поскольку определяет тематическую и концептуальную структуру для политических текстов других жанров в силу своего властного статуса, и, с другой стороны, как массовый, вовлекающий широкую аудиторию – как элиты, так и обычных граждан. Роль этого жанра, скорее, ритуальная: политик таким образом фиксирует смысловую структуру, проводит «инвентаризацию» базисных национальных концептов, резюмирует общественные дискуссии,

артикулирует ключевые дискурсивные формулы, которые впоследствии могут быть использованы для «строительства» все новых и новых текстов о национальной идентичности.

В этом контексте мы обратились не к кейсам как наиболее ярким или типичным примерам реализации этого политического жанра, а к корпусу всех текстов данного рода.

Национальная идентичность в новогодних телеобращениях Президента РФ

Прежде чем мы обратимся к обсуждению результатов корпусного дискурс-анализа новогодних телеобращений Президента, кратко опишем общий социокультурный контекст применения этого жанра политического дискурса.

Как было отмечено нами ранее [16], новогодние телеобращения к гражданам были интегральной частью системы отечественного ритуализированного политического дискурса – сначала в СССР, а затем в Российской Федерации. По мнению Н.В. Кондратенко, жанр новогоднего телеобращения институционально относится к политическому дискурсу, а его ритуальный характер основывается на принципах текстовой, темпоральной и событийной локализации [3]. Для большинства россиян Новый год и его празднование относится к базисным культурным практикам, интегрированным в «ткань» повседневной жизни. Празднованию Нового года предшествует ряд приготовлений, особой организации семейной и личной жизни, а сам момент праздника представляет собой, в том числе, важное семейное событие, маркированное не только культурными, но и экзистенциальными смыслами. Члены семьи собираются за праздничным столом, дарят друг другу подарки, делятся пожеланиями и загадывают желания на следующий год. Практика встречи Нового года включает в себя ряд других «маленьких» ритуалов: «проводы старого года», открытие шампанского в момент боя курантов, пожелания и т. п. Праздник переживается индивидами как своего рода момент перехода от прошлого к будущему.

Политический аспект праздника представлен телеобращением Президента страны к гражданам. Большинство празднующих Новый год включают телевизор и следят за речью Президента. Её предваряет торжественная музыка и сопровождается демонстрация праздничных и государственных атрибутов. Телеобращение в таком контексте является важным элементом празднования Нового года как культурной, социальной и экзистенциальной практики индивидов. В тот момент, когда Президент произносит речь, многие индивиды молча, стоя с бокалом шампанского в руке, вспоминают свой «личный» уходящий год и строят планы на будущее. Этот момент можно трактовать как момент символического единения семьи, Президента и нации. В этой связи новогоднее поздравление Президента рассматривается как эффективное средство формирования и поддержки политических смыслов и в том числе – конструирования национальной идентичности.

С целью определения основных дискурсивных элементов и средств конструирования национальной идентичности нами был сформирован корпус текстов, в который вошли все новогодние обращения Президентов Российской Федерации с 2000 по 2018 годы. Тексты взяты с официального сайта Президента РФ. Для обработки корпуса, поиска ключевых слов (лемм), кластеров (n-грамм) и кон-

кордансов, включающих в себя основные языковые маркеры национальной идентичности, была использована программа AntConc.

Концептуальная структура новогоднего телеобращения Президента представлена последовательностью следующих элементов: обращение; поздравление; высказывания о достижениях государства и/или о ключевых событиях уходящего года; обращение к семейному и эмоционально-личностному контексту праздника; обращение к государственному и национальному контексту праздника; пожелания и поздравление.

В результате обработки корпуса телеобращений были выявлены наиболее частотные существительные, включая местоимения-существительные (таблица 1).

Таблица 1 – Наиболее частотные существительные в новогодних обращениях Президента

№ пп	Наиболее частотные существительные	Частота в корпусе
1	Мы (нас, нам)	181
2	Год (года, годом, году)	137
3	Россия (России, Россией, Россию)	61
4	Вы (вас, вам)	48
5	Я (мне, мной)	42
6	Друзья (друзей)	42
7	Страна (стране, страной, страну)	20
8	Люди (людей, людям, людьми, людях)	20
9	Они (их, им)	17
10	Праздник (праздника, праздником)	17

Результаты показывают специфику корпуса телеобращений Президента: контекстуальный характер коммуникативной ситуации (обращение представителя высшей власти к гражданам страны по поводу Нового года и праздничный контекст ситуаций) выражается в частотном использовании слов *страна*, *Россия*, *праздник*.

Нация как «мы»

Важным является то, что местоимение *мы*, достаточно частотное в русском языке, является наиболее частотной и в дискурсе новогоднего телеобращения. Это подтверждает известную гипотезу о коммуникативной прагматике этого жанра политического дискурса (см., например: [3; 4]): обращаясь к гражданам посредством телевидения, Президент осуществляет символическое конструирование национальной общности, интеграцию адресантов в институционально-дискурсивное пространство. На это указывает также наиболее частотный конкорданс со словом *мы*: *вместе* (9 случаев). Показательно, что значение суммы лемм *я* и *вы* не превышает значения частотности леммы *мы*: в этом проявляется интегрирующая, а не дифференцирующая функция новогоднего обращения (таблица 2).

Таблица 2 – Наиболее частотные местоимения в новогодних обращениях

№ пп	Наиболее частотные местоимения	Частота в корпусе
1	Мы (нас, нам, наш) («нас», «наш», «нам»)	181
2	Вы (вас, ваш, вам)	48
3	Я (мне, мой, меня)	42
4	они (их, им, ими)	17

Местоимение *они* также присутствует среди наиболее частотных элементов корпуса. Конкордансы местоимения *они* (в порядке убывания частоты): *дети, праздники, родители, планы, перемены, радости и потери, жители Крыма и Севастополя* и некоторые другие. Очевидно, что местоимение *они*, которое часто используется в политическом дискурсе в качестве идеологического противопоставления местоимению *мы*, в этом жанре используется в качестве позитивного идентификационного маркера («они» – это тоже «мы»).

Наиболее частотные п-граммы со словом *мы*: *вместе, друзья, год, новый, наши*; самые частотные конкордансы: *мы вместе, мы будем, мы вспоминаем, мы делаем, мы думаем*. Данные конкордансы и кластеры указывают на интегрирующий, проективный, рефлексивный и акциональный характер высказываний Президента.

Наиболее частотные п-граммы со словом *я*: *не, хочу, вас, России*; самые частотные конкордансы: *я хочу, я желаю, я всегда*.

Наиболее частотные п-граммы со словом *вы*: *счастье, счастливы, заслужили, я*; самые частотные конкордансы: *вы были, вы заслужили*.

Очевиден дисбаланс в темпоральном моделировании адресанта адресатов: адресант моделируется в настоящем, тогда как адресаты – преимущественно в прошлом. При этом моделирование интегративного пространства «я» + «вы» (т. е. «мы») происходит в настоящем (*мы вспоминаем, мы делаем, мы думаем*), то есть, в соответствии с речевым позиционированием говорящего.

Наиболее частотные п-граммы в корпусе, выражающие адресацию: *дорогие друзья, граждане России, уважаемые граждане*. Такое распределение значений указывает на межличностный, интимный, но в то же время дистанцированный характер обращений к аудитории.

Собственно *номинации национальной идентичности* представлены в корпусе следующим образом (таблица 3).

Таблица 3 – Номинации национальной идентичности

№ пп	Номинация	Частота в корпусе
1	люди	20
2	граждане России	19
3	народ	10
4	россияне	4
5	соотечественники	1

Очевидно, что наделение значениями национальной принадлежности номинаций *люди*, *соотечественники* и *народ* осуществляется в коммуникативно-речевых контекстах их употребления, в частности, в ситуации обращения Президента России к гражданам, которые контекстуально интерпретируют эти номинации как маркирующие их самих в отношении к российской нации; в то же время номинации *россияне* и *граждане России* являются внеконтекстуальными. Однако далее мы не будем акцентировать внимание на этом различии, имея в виду, что коммуникативный контекст новогоднего телеобращения позволяет адресатам воспринимать все указанные номинации как равнозначно указывающие на национальную принадлежность.

Рассмотрим подробнее три наиболее частотные номинации: *люди*, *граждане России* и *народ*.

Нация как «люди»

Номинации нации как общности людей репрезентированы в тексте следующим образом (таблица 4).

Таблица 4 – Номинации нации как общности людей

№ пп	Номинация	Частота в корпусе
1	Люди	7
2	Самые дорогие и близкие люди (семейно-родственные коннотации)	7
3	Люди нашей страны / люди в нашей стране	2
4	Люди старшего поколения	2
5	Наши люди	1
6	Молодые люди	1

Наиболее частотные n-граммы со словом *люди*: *старшего поколения*, *страна*, *близкие*, *верили*, *обеспечение*. Наиболее частотные конкордансы: *самые родные люди*, *самые близкие люди*, *люди старшего поколения*, *улучшение жизни людей*.

Очевидно, что категория *люди* реализуется преимущественно в контексте *семейно-родственных* и *патерналистских* отношений: согласно речевой практике этого типа политического дискурса *люди* трактуются как скорее персонализированные индивиды, главным образом, родители, а также те, кто требует помощи, особого отношения, и которые при этом выступают в качестве скорее объекта, а не субъекта действия.

Об объектном, но при этом положительно маркированном характере концепта *люди* свидетельствуют более частотные языковые конструкции, выражающие не агентивность, а адресатность (*поздравим людей*, *возможности для людей*, *улучшить жизнь людей*, *разделить чувства с людьми*, *сделать так, чтобы людям жилось чуточку лучше* и т. п.).

Объектный характер этого концепта проявляется также и в том, как он тематизируется в новогодних телеобращениях. Выделим несколько *тематических блоков*, связанных с употреблением слова *люди*:

– забота, помощь и внимание к близким людям (*мы всегда стараемся быть рядом с близкими и дорогими нам людьми; современные технологии позволяют разделить наши чувства с дорогими людьми; сегодня мы думаем о самых близких людях, о наших родителях; государство обязано и будет поддерживать и помогать людям старшего поколения*);

– улучшение жизни людей (*удалось пусть немного, но всё-таки улучшить жизнь людей; нам многое предстоит сделать: в экономике, в улучшении жизни людей; что нужно сделать, чтобы людям хотя бы чуточку, хотя бы немного жилось легче и лучше; раскрытие возможностей каждого, улучшение жизни людей – это главная задача*);

– надежды и возможности людей (*мы видим, как... открываются новые возможности для людей; люди в нашей стране уверенней смотрят в будущее; эти минуты всегда объединяют людей <...>, потому что каждый <...> надеется <...> на лучшее; с какой надеждой и верой люди проголосовали на выборах*).

Можно резюмировать, что результатом тематизации категории *люди* является преимущественно его *социально-экономическая* (улучшение жизни) и *социально-психологическая категоризация* (забота, помощь и внимание, а также надежды и возможности): люди – это те, экономическое положение которых должно вызывать заботу, и кто требует персонализированного, особого внимания и отношения.

Нация как «граждане»

Номинации нации как общности граждан представлены в текстах телеобращений следующим образом (таблица 5).

Таблица 5 – Номинации нации как граждан

№ пп	Номинация	Частота в корпусе
1	Граждане России	14
2	Граждане нашей страны	2
3	Наши граждане	2
4	Граждане	1

Наиболее частотные n-граммы со словом *граждане*: *Россия, страна, уважаемые, дорогие, убеждён, друзья*. Наиболее частотные конкордансы с леммой *граждане*: *наши граждане, все граждане, жизнь граждан*.

Категория *граждане*, в отличие от категории *люди*, реализуется в новгодних телеобращениях в *государственном* и *социальном* контекстах. Примечательно, что именно эта номинация используется в качестве обращения (*уважаемые граждане; именно вам, её гражданам*), что, с одной стороны, определяется культурно-речевыми конвенциями (принятой формой обращения является именно эта, а не *уважаемый народ* или *уважаемые люди*), но с другой стороны, имеет смысловой эффект наделения индивида как объекта адресации государственными и социально-экономическими характеристиками. В известной степени институционализированный характер обращения *уважаемые граждане*

смягчается за счёт следующего за ним обращением *дорогие друзья*, что объясняется праздничной, семейно-приватной, личностно-значимой атмосферой коммуникативной ситуации и придаёт коммуникативному контакту с Президентом более неформальный и даже интимный тон.

Тематизация нации как граждан подразумевает выделение следующих тематических блоков:

- интересы граждан и их защита (*мы будем <...> в самом широком смысле защищать интересы наших граждан*);
- трудовая деятельность граждан (*немало наших граждан, в том числе и вдали от родного дома, обеспечивают безопасность России, работают на предприятиях и дежурят в больницах, ведут поезда и самолёты*);
- жизнь граждан, благополучие граждан (*государство, удобное и комфортное для жизни граждан; я желаю всем гражданам России прежде всего благополучия; в этом году не все наши граждане стали жить лучше*);
- демография (*отрадно, что в уходящем году у нас родилось больше новых граждан России, чем в прошлом*);
- испытания (*наша Родина прошла через драматические испытания <...> благодаря вам, её гражданам*).

Выделенные тематические блоки свидетельствуют о том, что концепт *граждане* подвергается *социально-экономической* (трудовая деятельность, жизнь и благополучие, демография, а также *(гео) политической категоризации* (защита интересов граждан, испытания, упоминание военнослужащих первыми при перечислении категорий занятых граждан): граждане – это те, чьи интересы взаимно связаны и определены интересами государства, и кто образует с государством единое структурное целое.

Нация как «народ»

Номинации нации в значении «народ» репрезентированы в новогодних телеобращениях следующим образом (таблица 6).

Таблица 6 – Номинации нации в значении «народ»

№ пп	Номинация	Частота в корпусе
1	Российский народ / Народ России	4
2	Наш народ	3
3	Великий народ	1
4	Единый народ	1
5	Многонациональный народ	1

Наиболее частотные n-граммы со словом *народ*: *российский, Россия, великий, сможем, здоровье*. Наиболее частотные конкордансы с леммой *народ*: *наш народ, российский народ*.

Тематизация нации как народа:

- «путь народа» и его достижения (*путь, выбранный народом России; мы, народ России, сможем уверенно идти вперёд; [в российской истории] отразились свершения всего российского народа*);

– достоинство народа и авторитет страны (*все это послужило нашему общему успеху; прибавило авторитета стране в целом, достоинства всему российскому народу*);

– положительные качества народа (*мужество, трудолюбие и интеллектуальный потенциал нашего великого народа*);

– чувство единства (*мы <...> вновь почувствовали себя единым народом*).

Судя по выделенным блокам, в которых тематизируется концепт *народ*, его смысловая структура подвергается *политической* (авторитет страны и народа, единство народа) и *исторической категоризации* («путь народа» и его достижения). Следует подчеркнуть, что в новогодних обращениях *народ*, в отличие от категории *люди*, конструируется скорее в субъектных, а не объектных, агентивных, а не адресатных характеристиках. Народ активен, един, не персонализирован, выбирает свой путь, обладает достоинством и определёнными (положительными) качествами.

В отношении новогодних телеобращений Президента на условной шкале «объектность – субъектность» мы можем расположить рассмотренные нами категории следующим образом: *люди – граждане – народ*, где *люди* наделяются скорее объектными, а *народ* – субъектными характеристиками.

Результаты проведенного исследования позволяют прийти к следующим выводам:

1. Новогоднее телеобращение Президента как жанр политического дискурса выполняет ритуально-фатическую и моделирующую (конструирующую) функции. Объектом дискурсивного конструирования является национальная идентичность как система индивидуальных и коллективных представлений о принадлежности к нации.

2. На лексическом уровне национальная идентичность в обращении Президента представлена в основном категорией *граждане России*, которая репрезентируется в номинациях *мы, люди, граждане, народ*. С помощью корпусного дискурс-анализа были определены частота использования и языковые контексты этих номинаций (конкордансы, коллокации и кластеры (n-граммы)), что позволило выявить основные стратегии тематизации национальной идентичности и определить стратегии дискурсивной категоризации исследуемого феномена.

3. Номинация *мы* является наиболее частотной в новогодних телеобращениях, в чём находит отражение интегрирующая функция этого жанра политического дискурса. Категория *мы* конструируется в субъектных, агентивных, интегративных характеристиках.

4. Номинация *люди* моделируется в социально-экономических и социально-психологических категориях; номинация *граждане* становится предметом социально-экономической и политической категоризации; номинация *народ* относится адресантом к политическим и историческим категориям. Таким образом, национальная идентичность россиян моделируется преимущественно в социально-экономических и политических категориях.

5. На дискурсивно-риторическом уровне используемые средства языкового моделирования национальной идентичности нацелены на персонально-

коллективное вовлечение (*интерпелляцию* в терминологии Л. Альтюссера [5, с. 34]) адресата в символическо-ментальное пространство нации. Это достигается за счёт политической контекстуализации экзистенциальных и культурных практик празднования Нового года. Конструирование национальной идентичности происходит посредством дискурсивной интеграции субъекта власти в семейно-личные и общественные практики, формируя эффект создания идентичности «изнутри» социальной и культурной ткани общества.

1. Бромлей Ю.В. Очерки теории этноса. М.: Наука, 1983. 418 с.
2. Брубейкер Р., Купер Ф. За пределами «идентичности» // Брубейкер Р. Мифы и заблуждения в изучении империи и национализма. М., 2010. С. 131–192.
3. Кондратенко Н.В. Новогоднее обращение как ритуальный жанр политического дискурса: макроструктурные компоненты и средства их выражения. Режим доступа: <http://www.dialog-21.ru/dialog2007/materials/html/45.htm>.
4. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. 326 с.
5. Althusser, L. Ideology and Ideological state of apparatuses // L. Althusser. Essays on Ideology. London: Verso, 1984. Pp. 1–60.
6. Anderson B. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London, N.Y.: Verso, 1991. 240 p.
7. Barker C., Galasinski D. Cultural Studies and Discourse Analysis. A Dialogue on Language and Identity. London: Sage, 2001. 192 p.
8. Berghe P.L. van den. The Ethnic Phenomenon. N.Y., 1981. 301 p.
9. Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture. Volume II. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. 538 p.
10. De Cillia R., Reisigl M., Wodak R. The discursive construction of national identities // Discourse and society. Vol. 10 (2). London: Sage Publications, 1999. P. 149–173.
11. Epstein C. Who speaks? Discourse, the subject and the study of identity in international politics // European Journal of International Relations. 2011. № 17 (2). P. 327–350.
12. Hall, S Cultural identity and diaspora. In: Mongia, P (ed.) Contemporary Postcolonial Theory: A Reader. London: Bloomsbury Academic, 1996. PP. 110–121.
13. Kohn H. Nationalism: its Meaning and History. Princeton, NJ: D. van Nostrand Publishing, 1955. 192 p.
14. Le E. Human rights discourse and international relations: Le Monde's editorials on Russia // Discourse and society. Vol. 13 (3). London: Sage Publications, 1999. P. 373–408.
15. Pereverzev E., Kozhemyakin E. New Russian identity in president's new year's address to the nation // Современный дискурс-анализ. – 2009. – № 1. – Т. 2. – С. 24–37.
16. Wodak R., de Cilia, Reisigl M, Liebhart K. Discursive construction of national identity: 2nd edition. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009. 287 p.
17. Wodak, R. Meyer M. Methods of Critical Discourse Analysis. London: SagePublications, 2001. 216 p.

References

1. Bromlej Yu. V. Ocherki teorii e'tnosa. M.: Nauka, 1983. 418 s.
2. Brubejker R., Kuper F. Za predelami «identichnosti» // Brubejker R. Mify i zabluzhdeniya v izuchenii imperii i nacionalizma. M., 2010. S. 131–192.
3. Kondratenko N.V. Novogodnee obrashhenie kak ritual'nyj zhanr politicheskogo diskursa: makrostrukturnye komponenty i sredstva ix vyrazheniya. Rezhim dostupa: <http://www.dialog-21.ru/dialog2007/materials/html/45.htm>.
4. Shejgal, E.I. Semiotika politicheskogo diskursa. M.: Gnozis, 2004. 326 s.
5. Althusser, L. Ideology and Ideological state of apparatuses // L. Althusser. Essays on Ideology. London: Verso, 1984. Pp. 1–60.
6. Anderson B. Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London, N.Y.: Verso, 1991. 240 p.
7. Barker C., Galasinski D. Cultural Studies and Discourse Analysis. A Dialogue on Language and Identity. London: Sage, 2001. 192 p.
8. Berghe P.L. van den. The Ethnic Phenomenon. N.Y., 1981. 301 p.
9. Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture. Volume II. Oxford: Wiley-Blackwell, 2009. 538 p.
10. De Cillia R., Reisigl M., Wodak R. The discursive construction of national identities // Discourse and society. Vol. 10 (2). London: Sage Publications, 1999. P. 149–173.
11. Epstein C. Who speaks? Discourse, the subject and the study of identity in international politics // European Journal of International Relations. 2011. № 17 (2). P. 327–350.
12. Hall, S Cultural identity and diaspora. In: Mongia, P (ed.) Contemporary Postcolonial Theory: A Reader. London: Bloomsbury Academic, 1996. PP. 110–121.
13. Kohn H. Nationalism: its Meaning and History. Princeton, NJ: D. van Nostrand Publishing, 1955. 192 p.
14. Le E. Human rights discourse and international relations: Le Monde's editorials on Russia // Discourse and society. Vol. 13 (3). London: Sage Publications, 1999. P. 373–408.
15. Pereverzev E., Kozhemyakin E. New Russian identity in president's new year's address to the nation // Sovremennyyj diskurs-analiz. – 2009. – № 1. – T. 2. – S. 24–37.
16. Wodak R., de Cilia, Reisigl M, Liebhart K. Discursive construction of national identity: 2nd edition. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009. 287 p.
17. Wodak, R. Meyer M. Methods of Critical Discourse Analysis. London: SagePublications, 2001. 216 p.

UDC 81.27

DOI 10.17506/dipi.2018.32.3.2537

DISCURSIVE CONSTRUCTION OF NATIONAL IDENTITY IN PRESIDENTIAL NEW YEAR TELEVISED ADDRESSES TO RUSSIAN CITIZENS

Kozhemyakin Evgeny Alexandrovich,

Belgorod National Research University,
Head of Department of Communication Studies,
Advertising and Public Relations,
Doctor of Philosophy,
Belgorod, Russia,
E-mail: kozhemyakin@bsu.edu.ru

Annotation

The Presidential New Year televised address is a genre of political discourse where the national identity is discursively constructed. On the lexical stage, the national identity is modeled in Presidential messages predominately by the category citizens of Russia represented by nominations we, people, citizens, nationhood. By means of corpus discourse analysis, we defined the frequency of usage and linguistic contexts of these nominations. The nomination we is the most frequent in TV addresses and is constructed in subjective, agentive and integrative terms. The nomination people is modeled in socio-economic and socio-psychological categories; the nomination citizens is under the socio-economic and political categorization; and the nomination nationhood refers to political and historical categories. Thus, the national identity of Russians is generally modeled in socio-economic and political categories.

Key concepts:

discursive construction, national identity, New Year televised address, political discourse.