

Научная статья

УДК 811.161.1

doi: 10.17223/19986645/79/4

Дискурсивная самоидентификация россиян в игровых жанрах Рунета (на материале демотиваторов)

Оксана Сергеевна Иссерс¹

¹ Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, Омск, Россия,
isserso@mail.ru

Аннотация. Рассматривается конструирование дискурсивной самоидентификации россиян на примере одного из популярных развлекательных жанров Рунета – демотиваторов. Цель исследования – проанализировать конструкции русской / российской идентичности, определить их основные блоки путем анализа репрезентаций в поликодовых текстах демотиваторов. Установлено, что обязательным компонентом модели национальной самоидентификации русских в рассматриваемой дискурсивной практике является демонстрация изобретательности, смекалки, силы русской женщины, ценности родного языка. Также самосознание россиян характеризуется через иронически осмысляемые негативные идентификаторы – внешнюю суровость, недостаточно комфортабельные условия жизни, особую ментальность.

Ключевые слова: идентичность, самоидентификация, этническая идентификация, национальная идентификация, демотиватор, интернет-дискурс, русские, дискурсивные практики

Источник финансирования: исследование проведено при финансовой поддержке гранта Санкт-Петербургского государственного университета (проект № 62890805 «Моделирование коммуникативного поведения жителей российского мегаполиса в социально-речевом и прагматическом аспектах с привлечением методов искусственного интеллекта»).

Для цитирования: Иссерс О.С. Дискурсивная самоидентификация россиян в игровых жанрах Рунета (на материале демотиваторов) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2022. № 79. С. 59–83. doi: 10.17223/19986645/79/4

Original article

doi: 10.17223/19986645/79/4

Discursive self-identification of Russians in the game genres of the Runet (on the example of demotivators)

Oxana S. Issers¹

¹ Dostoevsky Omsk State University, Omsk, Russian Federation, isserso@mail.ru

Abstract. Ethnic and national identities are one of the many possible forms of collective identity, and they have a discursive dimension as well. It is one of the main

markers of any type of identity and self-identification. It is possible to establish the representations of identity in language and speech by observing national discursive practices, as well as to reveal the features of self-reflection of native speakers in this respect. The article examines the design of the discursive self-identification of Russians on the example of one of the popular entertainment genres of the Runet – demotivators. The objective of the study is to analyze the Russian identity structures and determine their main blocks (clichés). The material was chosen according to the fact that game discourses and genres presented in them are spheres of the formation and transformation of national identity, they are less susceptible to ideological regulation than others, and therefore reflect spontaneously emerging stereotypes and attitudes of the mass consciousness of native speakers. The empirical base of the study was formed from the Internet sources through search inquiries that were aimed at various discursive identifiers (visual and verbal) associated with the problem under study: *Russian person / Russian people / every Russian / Russian woman / Russian man*; attributive ethnic characteristics, markers of territory and living conditions, as well as linguistic characteristics. The author infers that self-irony as a trait of the Russian national character is the motive for the creation of many demotivators. One can single out positive / ambivalent and negative self-identification among the topics and problems relevant to network creativity. It was found that the nationality meaning was given by a generalized ethnic identifier in the studied texts: *Russian person / Russian people*, etc., as well as indications of attributive features by key references: *only Russians ... / guess the country by the facial expression (from the photo) / this country can't be defeated*. An indispensable component of the Russian national self-identification model is the demonstration of ambivalent features – ingenuity, resourcefulness, the strength of a Russian woman, and the value of the native language. Moreover, the self-awareness of Russians is characterized by ironically interpreted negative identifiers such as external severity, insufficiently comfortable living conditions, and a special mentality. The author comes to the conclusion that the study of the peculiarities of the self-identification of Russians in discourses not regulated by the authorities allows designing the corresponding ideas in their dialectical diversity and thereby revealing the specifics of ethno-national self-awareness.

Keywords: identity, self-identification, ethnic identification, national identification, demotivator, Internet discourse, Russians, discursive practices

Financial Support: The present study was carried out with the financial support of a grant from St. Petersburg State University (Project No.62890805: Modelling the Communicative Behavior of Russian Metropolis Residents in the Social, Speech and Pragmatic Aspects Using Artificial Intelligence Methods).

For citation: Issers, O.S. (2022) Discursive self-identification of Russians in the game genres of the Runet (on the example of demotivators). *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 79. pp. 59–83. (In Russian). doi: 10.17223/19986645/79/4

Введение

Специалисты считают, что мы живем в мире сложных идентичностей. Постоянно находясь в состоянии изменения и трансформации, они становятся все более множественными, фрагментарными, зависимыми от контекста.

В современных гуманитарных исследованиях понятие «идентичность» представлено в таком многообразии различных концепций, что делает за-

труднительным описание всех теоретических подходов, предложенных даже за последние 20–30 лет. Тем не менее возможно выделить две методологически различающиеся группы: эссенциалистские и конструктивистские концепции идентичности [1. Р. 96]. Приверженцы первого подхода исходят из предположения, что идентичность является чем-то естественным, ее свойства и другие измерения заданы изначально и, следовательно, в значительной степени постоянны. Скептическая оценка идентичности как однородной и постоянной структуры была выражена Р. Водак и ее соавторами [2. Р. 48–49].

Сторонники конструктивистского подхода предполагают, что идентичность является главным образом конструкцией и может быть составлена из целого ряда блоков (или клише) [3. Р. 16]. С этой точки зрения идентичность – это не то, чем являются человек или группа (коллектив), а то, чем они – лицо или группа – *хотят быть* [3. Р. 16].

В качестве отправной точки исследования представляется актуальным следующее определение идентичности: «Это концепция, используемая для построения сообщества и чувства сплоченности и целостности <...> позволяющая создать впечатление, что все люди равны в данном воображаемом сообществе» [4. Р. 387]. Аналогичное определение с более выраженным акцентом на национальную идентичность содержится в [5].

Для анализа нашего материала необходимо учитывать историю концепции коллективной идентичности применительно к самосознанию жителей России, в частности ее проявления как русской национальной идентичности (относящейся к этносу) и/или российской национальной идентичности (по отношению к государству). Особенности самоидентификации россиян в разных ситуациях и контекстах требуют рассмотрения соответствующего концепта в его диалектическом взаимодействии применительно к специфике рассматриваемых дискурсов и условий их функционирования.

Многие исследователи обращают внимание на механизмы построения коллективной идентичности, отмечая, что индивидуальные и коллективные идентичности многократно перекрещиваются в личности человека [2, 6–13]. Однако в отличие от личности человека коллективные идентичности не имеют физической основы и поэтому требуют постоянного строительства внутреннего и внешнего образа группы (или коллектива) [10. Р. 132]. Группа воспринимает себя как группу только при выполнении действий по конструированию признаков групповой идентификации и их репрезентации в дискурсах. Это означает, что такие действия, а также их репрезентации являются составными элементами коллективной (национальной) идентичности.

Коллективная идентичность всегда фрагментарна: она состоит из различных блоков в зависимости от ситуации и контекста и вряд ли может стать логически завершенной, даже если именно такая целостность и завершенность являются целью конструкции идентичности.

Ввиду выбора в качестве материала исследования одного из популярных игровых жанров Рунета – демотиваторов особого внимания заслужи-

вает вопрос о возможностях контроля за построением коллективной идентичности. Это процесс, в значительной степени развивающийся независимо от индивидуальных действий и в этом сопоставимый с изменениями языка [14]. Его результаты подвергаются эффективному контролю в разной степени – в зависимости от сферы функционирования (ср., например, политическую коммуникацию и взаимодействие в социальных сетях и мессенджерах).

Существенный аспект коллективной идентичности касается вопросов власти в дискурсе и над дискурсом, точнее, вопросов о том, кто строит коллективную идентичность исходя из его / ее позиции силы и какими средствами, опираясь на какие ресурсы и для какой цели [15]. Коллективная идентичность, таким образом, является объектом борьбы между различными политическими и социальными агентами, имеющими различные ресурсы в своем арсенале, призванные определять, кто принадлежит к данной группе (или коллективу), а кто нет. Это делает идентичность инструментом создания социальной сплоченности внутри группы (коллектива) и в то же время инструментом постулирования различий между собой и другими, поскольку каждая идентичность основывается на взаимодействии «вовлечения и исключения» как важнейших социальных практик [16]. Следствиями этих практик являются отношения между «своими» и «чужими», поскольку личность всегда соотносит себя с другим / другими [2. Р. 59; 17. Р. 233]. Для нашего анализа важно иметь в виду, что коллективные идентичности основаны на процессах диссимилиации и ассимиляции как в социальных практиках, так и в дискурсивных [6. Р. 151–152].

Аспект различия в коллективной идентичности требует маркировки границ, разделяющих «свое» и «чужое». Границы могут представлять собой как «жесткие факты», например территориальные границы, так и «мягкие факты», например культурные и/или социальные границы между группами (коллективами) [18. Р. 255–256; 19. С. 51]. Естественно, что без границ нет идентичности.

Указанные выше аспекты концептуализации идентичности являются методологически значимыми для данного исследования и позволяют сфокусировать внимание на теоретических предпосылках, актуальных для описания дискурсивных конструкций национальной самоидентификации.

Под дискурсивными конструкциями идентичности мы будем понимать набор дискурсивных знаков, которые обнаруживаются в дискурсивных практиках на определенном этапе развития конкретного социума и позволяют установить тождество либо различие субъектов и объектов с другими субъектами и объектами. Дискурсивные знаки могут иметь как вербальную, так и невербальную природу, и их сочетание в поликодовом тексте может создавать различные эффекты взаимодействия, контраста и др., которые в конечном счете определяют динамику и неоднозначность интерпретации рассматриваемых конструкций.

Национальная самоидентификация и ее репрезентация в дискурсивных практиках

Национальная идентичность является одной из множества возможных форм коллективной идентичности и воспринимает себя как нацию только при совершении актов строительства идентичности и их репрезентаций [20. С. 178–180; 21. С. 121–125; 22. С. 359–363; 23. С. 122–125].

Один из основных компонентов конструкции идентичности – самоидентификация. Отнесение себя к этнической, конфессиональной, территориальной, государственной общности формирует представления о своей группе – «образ Мы».

В «образ Мы» включаются автостереотипы (представления о себе), которые формируются на основании соотнесения с гетеростереотипами (представления о других), а также представления о культуре, языке, территории проживания, историческом прошлом, государственности. Весь этот набор представлений присутствует на групповом уровне идентичности. Вопрос «кто мы?» – это вопрос о системе приоритетов и символах, способствующих осознанию общности, сплочению ее в единое целое.

Л.В. Русских определяет идентичность как «результат процесса идентификации, устойчивость индивидуальных, социокультурных, национальных и цивилизационных параметров, их самоидентичность» и отмечает, что «приписывание этническим общностям определенных культурных и социальных характеристик», формирование стереотипов, «с помощью которых легче объяснять культурное своеобразие того или иного этноса, является необходимым этапом формирования идентичности» [20. С. 183]. Заметим, что это в полной мере относится и к процессу самоидентификации.

Таким образом, можно сказать, что самоидентификация, как и идентичность, – это символическое средство объединения с одними и дистанцирования от других.

Этот подход актуален для анализа этнической / национальной идентичности жителей современной России. Понятия этнической и национальной идентичности нередко отождествляются – в силу того, что процесс национальной самоидентификации является многоуровневым и включает в том числе и этап дифференциации и классификации этносов, формирующих нацию. В отличие от национальной идентичности, как отмечают исследователи, этническая идентичность более постоянна, поскольку основана на общем происхождении и общей культуре, а не на экономических, политических и идеологических характеристиках, которые могут со временем изменяться [20. С. 180; 24. С. 20].

Философ Ю.Г. Волков, анализируя теоретические основания социальной идентичности на примере самоидентификации россиян, пришел к выводу, что российская идентичность выявляется скорее в социокультурном измерении, выборе духовных ценностей, но «амбивалентна по отношению к гражданско-правовому состоянию»: это проявляется в том, что «духовно-нравственное измерение идентичности доминирует над формально-

правовым, социальным и территориальным» [25. С. 13–22]. Российская идентичность видится автору как групповая принадлежность к истории, культуре, цивилизации, которая «дает наибольшую возможность для ощущения национального консенсуса» [25. С. 13–22].

С этим подходом согласуется мнение Л.В. Русских, которая на основании изучения проблемы российской идентичности приходит к выводу, что в сознании россиян существует противоречие двух типов идентичности, а преобладает этническая, а не национальная идентичность [20. С. 181].

В исследовании С.В. Крюковой и Е.А. Кожемякина, выполненном на материале президентских новогодних обращений к россиянам и посланий Федеральному Собранию, отмечается, что «за последние сто лет национальная идентичность россиян претерпевала фундаментальные трансформации как минимум дважды: после революции 1917 г. и после распада СССР в 1991 г. Даже за последние несколько десятилетий очевидны идентификационные изменения, которые можно наблюдать на лингвистическом уровне: в 1980-е гг. руководство страны обращалось к соотечественникам как к “советским гражданам”, в 1990-е – как к “россиянам”, сегодня – как к “российским гражданам”, “гражданам России”. В то же время для всего мира соотечественники всегда оставались “русскими”» [26. С. 2].

В нашем материале именно эти номинации (*русские, русский человек, русские люди*) являются преобладающими для самоидентификации, т.е. репрезентируют базовый идентифицирующий признак. Из рассмотренных демотиваторов лишь в единичных используются номинации *россияне, россиянин, россиянка*. С другой стороны, идентификация страны проживания и особенностей российской жизни дает основания для установления признаков национальной идентичности граждан России. В связи с этим в исследовании потенциальная двойственность идентичности жителей России, вслед за Ю.Г. Волковым, Э. Хобсбаумом и др., может быть обозначена как этнонациональная, поскольку в материале не прослеживаются четкие различия этих типов.

Этническая и национальная идентичности имеют особое дискурсивное «оформление» – это один из основных маркеров любого типа самоидентификации. Наблюдая национальные дискурсивные практики, можно установить репрезентации идентичности в языке и речи, а также выявить особенности авторефлексии носителей языка по этому поводу. Ведь представления о своем народе, его характерных чертах, культуре часто не нейтральны, они эмоционально окрашены, к ним вырабатывается определенное отношение, причем не только позитивное, как, например, чувство гордости. Это может быть в том числе и самоирония, смущение, стыд и др.

Анализ конструкций этнической и национальной идентичности предполагает изучение различных типов дискурсов (как институциональных, так и межличностных), которые специфичны по своим функциям, структурам, принадлежности к социальным практикам. В качестве источников для исследования языкового моделирования национальной идентичности используются тексты разных жанров. Однако чаще всего в поле зрения попа-

дают «серьезные» жанры, в первую очередь политического дискурса (выступления высших должностных лиц государства, пресс-конференции, интервью и др.) [26]. В качестве перспективного материала для наблюдения за конструированием идентичности можно рассматривать рекламные тексты (см., например, [27]). В последние годы в фокусе исследовательского интереса оказались также медиатексты и комментарии к ним [28, 29].

В то же время осмысление феномена национальной идентичности в «несерьезных» жанрах (анекдотах, частушках, мемах, карикатурах и т.п.) обладает особым объяснительным потенциалом, поскольку позволяет выявить структуры национального самосознания, отражающие стихийную социальную рефлексию (см., например, исследование этностереотипов в русских анекдотах [30]). Развлекательные, игровые жанры не ставят целью вскрыть причины и пути формирования национальной ментальности, они лишь показывают (явно или опосредованно) те или иные черты идентификации и самоидентификации носителей языка [31].

В качестве источника данных о национальной идентичности можно рассматривать такие малые поликодовые юмористические тексты, как демотиваторы, мемы, интернет-комиксы, являющиеся примером сетевого творчества, получившего в последние годы широкое распространение. Исследование таких жанров в аспекте репрезентации в них структур идентичности сделает картину национально-этнического самоопределения более полной. Иными словами, скажи мне, над чем ты смеешься, и я пойму, кто ты!

Игровые дискурсы и представленные в них жанры рассматриваются как репрезентативные сферы формирования и трансформации этнонациональной идентичности, они менее других подвержены идеологическому регулированию, а потому отражают стихийно складывающиеся стереотипы и установки массового сознания.

Цель, материал и методы

Цель исследования – проанализировать конструкции русской / российской идентичности в одном из развлекательных поликодовых жанров интернет-коммуникации – демотиваторах, определить их основные блоки (клише) путем анализа репрезентаций в поликодовых текстах демотиваторов.

Демотиваторы представляют собой поликодовые тексты, сочетающие обязательные элементы – как вербальный, так и визуальный (последний может иметь также вербальный характер, например фото объявления). Классический демотиватор «включает в себя три основных элемента: изображение в рамке на чёрном фоне, выступающее иллюстрацией; лозунг, набранный крупным шрифтом и представляющий тему демотиватора; более мелкую расшифровывающую надпись, которая объясняет идею демотиватора и одновременно вносит элемент иронии через противоречие всех трёх элементов» [32. С. 102–103] (рис. 1).



Рис. 1. Структура демотиватора

Как было указано во Введении, в конструктивистских концепциях исходят из того, что идентичность динамична, фрагментарна и может быть составлена из целого ряда клише (блоков). В рамках когнитивного подхода этнонациональную идентификацию можно рассматривать как структуру, включающую существенные для группового сознания идентификаторы, устанавливающие тождество или различие с кем-либо / чем-либо [33]. Семантическое наполнение выделенных единиц определяется исходя из характера рассматриваемых текстов (вербального или поликодового), сложившихся дискурсивных практик и дискурса в целом. Дискурсивная идентификация может быть осуществлена различными методами: за счет выявления ряда идентифицирующих признаков, путем анализа нарративов, а также через выявление субъектной позиции в дискурсе [34–37]. Дискурсивные практики репрезентации «своих» и «чужих» могут быть описаны и через стратегии их конструирования [38]. Для анализа нашего материала целесообразным представляется «признаковый» подход, суть которого заключается в выявлении конструирующих идентичность значимых признаков, каждый из которых получает «узнаваемую форму в соответствии с именем или мандатом, принимаемым субъектом и/или налагаемым на него» [34. С.109]. Маркерами идентичности в этом аналитическом подходе выступают тематические доминанты. Данная методика, в основе которой лежит выделение тематических доминант репрезентации идентичности, продуктивно используется при исследовании этнической, национальной, межкультурной и других видов идентичности в различных типах дискурсов [28, 29, 35]. Она позволяет выявить на репрезентативном материале основные идентифицирующие признаки, актуальные для рассматриваемого объекта в конкретных дискурсивных практиках. Не исключено, что в других дискурсивных формациях объект может идентифицироваться по другим показателям.

В соответствии с задачами и предметом нашего исследования к числу значимых идентифицирующих признаков можно отнести внешние признаки (поведенческие, в том числе физиономические), условия проживания и

быта, а также внутренние (личностные) признаки, в число которых входит и ментальность.

Исходя из этой гипотезы материал исследования был извлечен из нескольких интернет-источников путем направленной выборки. В качестве репрезентативных для сбора материала рассматривались те сайты и платформы с демотиваторами, тематика которых соответствовала задачам исследования – проблеме самоидентификации россиян, т.е. в фокусе внимания были «демотиваторы про русских» (<https://kaifolog.ru/demotivatory/6878-demotivatory-pro-russkih-279-45-foto.html>; <https://kaifolog.ru/demotivatory/5609-chisto-russkie-demotivatory-203-45-demotivatorov.html>; <https://demotivatorium.ru/demotivators/tags/%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F/>; <https://demotos.ru/russkie-demotivatory> и др.). Представленные на сайтах коллекции включают более 800 демотиваторов указанной тематики. Это количество не является конечным, поскольку пользователи Интернета располагают «конструктором демотиваторов», который позволяет генерировать все новые поликодовые тексты. Для формирования эмпирической базы исследования необходимо было отобрать в первую очередь те примеры, в которых идентифицирующие признаки были эксплицированы, причем наиболее убедительно.

Поисковые запросы были сформированы так, чтобы выявить различные дискурсивные идентификаторы (визуальные и вербальные), ассоциируемые с исследуемой группой:

1) обобщенный (базовый) этнический идентификатор: *русский человек / русские люди / каждый русский / наши люди / русская женщина / русский мужчина*;

2) атрибутивные этнонациональные признаки: *только русские... / угадай страну по выражению лица / эту страну не победить*;

3) идентификаторы территории и условий проживания: *угадай страну по фотографии / по картинке*;

4) языковые признаки (*«великий и могучий русский язык»*);

Некоторые коллекции демотиваторов включают другие идентифицирующие маркеры, которые не содержат указанных лексем и словосочетаний, однако имплицитно идентифицируют русских (например, *мужик, баба, Министерство образования* – имеется в виду РФ). Однако для целей нашего исследования были отобраны те идентификаторы, которые являются «ядерными» для рассматриваемой дискурсивной практики. Общее количество анализируемого материала – более 300 поликодовых текстов. Они были отобраны путем отсева полностью тождественных примеров, представленных в коллекциях различных сетевых ресурсов (не менее 30% демотиваторов повторяются), а также тех образцов, в которых варьируется визуальный либо вербальный компонент. Например, текст «Угадай страну по фотографии / картинке» может сопровождаться различными фотографиями – с изображением аварийного состояния российских дорог, иронически оцениваемых условий проживания (фото улиц, домов, детских площадок и др.) и т.п. В материале с этой целью для анализа было достаточно

использовать несколько примеров, репрезентирующих конкретный идентифицирующий признак. С другой стороны, инвариантная семантика обнаруживается и в вербальном компоненте демотиваторов. Так, изобретательность русских как идентификатор актуализирована не только в серии «Как тебе такое, Илон Маск?», но и в других – «Только русские...», «Русский тюнинг, бессмысленный и беспощадный», «Эту страну не победить» и т.д. Для представительной выборки важно было включить в эмпирическую базу те образцы, которые демонстрируют один и тот же идентифицирующий признак, но различаются по вербальному компоненту.

Количественная оценка частотности тех или иных идентифицирующих признаков, актуализированных в демотиваторах о русских, представляется проблематичной в силу того, что во многих случаях в конструировании самоидентификации участвуют иронически осмысляемые амбивалентные признаки (например, изобретательность и разгильдяйство). В то же время можно отметить, что наибольшая частотность зафиксирована по поисковым запросам с базовым этническим идентификатором (*русский человек, русские, только русские* и др.) – около 40% выборки. Менее 30 % примеров получено по запросу 2, нацеленному на выявление атрибутивных этнонациональных признаков. Остальные запросы (в том числе и с косвенно идентифицирующими русскую идентичность маркерами) представлены в выборке приблизительно 30% примеров.

Разумеется, список запросов, которые позволяют собрать репрезентативный материал, является открытым – возможны иные формулировки, которые дадут возможность выявления не представленных в нашем материале идентифицирующих признаков. Дискурсивная конструкция всегда предполагает сеть множественных идентификаций.

После формирования эмпирической базы исследования была выполнена тематическая классификация, на основании которой были сгруппированы примеры, где одинаковое семантическое наполнение различалось лишь визуальной составляющей либо вариацией текстовой части. В результате установлено, что конструкцию самоидентификации в рассматриваемой дискурсивной практике Рунета формируют несколько тематических направлений, которые актуализированы в многочисленных контекстах. Для иллюстрации каждого из них были выбраны от одного до трех наиболее показательных примеров. Описание строится с учетом взаимоотношений вербального и визуального компонентов демотиватора, что позволяет выявить потенциал иронического осмысления тех или иных особенностей дискурсивной самоидентификации россиян через призму рассматриваемой дискурсивной практики.

Результаты и обсуждение

Самоирония и самокритика как черты русского национального характера являются мотивом для создания многих произведений комических жанров, в том числе анекдотов, частушек, мемов, демотиваторов и т.п. Но по-

добная «дискредитация идентичности» встречается не только в них. Основываясь на анализе комментариев к медиатекстам, Т.Л. Каминская отмечает, что дискредитация идентичности регулярно встречается в данной дискурсивной практике и выражается при помощи лексики с отрицательным значением, риторических вопросов и восклицаний, иронии, сравнения, игры слов [29. С. 13].

Среди тем и проблем, актуальных для сетевого творчества, можно выделить позитивную / амбивалентную и негативную самоидентификацию. В первом случае акцент делается на адаптивности русского человека и «компенсаторных» возможностях иронического осмысления проблемной ситуации. В иных случаях внимание сфокусировано на проблемах, которые связаны с русским / российским безразличием к условиям своего существования, безответственностью, разгильдяйством, «пофигизмом» и др.

Позитивная и негативная самоидентификация

Популярная тема юмористического (и не только сетевого) творчества о России и русских – это анекдоты, житейские истории, байки, посвящённые изобретательности русского человека, его умению найти выход в любой ситуации – адаптивности в широком смысле. Эта тема не менее актуальна и для жанра демотиваторов (рис. 2, а, б). Взаимоотношения вербального и визуального компонентов обнаруживают разные соотношения. Так, на рис. 2, а наблюдается контраст между пафосом вербальной части поликодового текста и абсурдностью визуального компонента, на чем и строится комический эффект. На рис. 2, б базовый идентификатор *русский* применительно к слову *тюнинг* ('техническое усовершенствование внешнего или внутреннего оборудования автомобиля') создает эффект ожидания какого-то специфического решения. Его демонстрирует изображение автомобиля с картонкой («Russian winter картонка») в качестве утеплителя двигателя. Расшифровывающая надпись, основанная на отсылке к прецедентному тексту А.С. Пушкина (*бессмысленный и беспощадный*), объясняет идею демотиватора и вносит элемент иронии через противоречие всех трёх элементов.

Примером русской изобретательности в интернет-среде является получившая широкое распространение в Рунете серия мемов «Как тебе такое, Илон Маск?» (они есть и в англоязычных версиях в Интернете). Мем появился после запуска в космос американским миллионером-изобретателем электрокара Tesla – как юмористическая попытка составить этому событию конкуренцию. Прототипом фразы стал твит популярного блогера под ником Сталингулаг, который в октябре 2017 г. опубликовал скрин новости о том, что ученые из Новосибирска научились коптить селедку в коллайдере. Текст заканчивался вопросом: «Как ты на это ответишь, Илон Маск?».

Мемы этой серии строятся на «отстройке» от реального изобретения Илона Маска через демонстрацию так называемых русских «лайфхаков» разной степени абсурдности (рис. 3).



Рис. 2. Русская изобретательность



Рис. 3. Наш ответ Илону Маску

«Признаковый» метод идентификации возможен не только через утверждение, но и через отрицание признака – «самоконституция от противного, от другого значимого предмета или представления, но выраженная в форме отрицания каких-либо качеств или ценностей у их носителей» [35. С. 271]. Примеры негативной самоидентификации, высмеивающие разгильдяйство, безответственность, пренебрежение к условиям собственного существования и безопасности, обнаруживаются в нескольких ключевых темах демотиваторов: 1) условия жизни; 2) российские дороги; 3) ненавязчивый сервис.

Один из самых популярных объектов самокритики – городская среда, условия жизни, состояние дорог и дорожные знаки. Негативная оценка условий собственного существования транслируется в традиционных для русских демотиваторов форматах «Угадай страну по фотографии», «Умом Россию не понять», «Эту страну никому не победить» с импликацией алогичности, хаоса, а иногда и невозможных условий жизни россиян (рис. 4, а, б). В этой серии ирония формируется за счет несоответствия нейтральной оценочности вербального компонента демотиватора и экспрессии визуального образа. По сути, мы имеем запрос об идентифицирующем признаке (*угадай страну*) либо патриотическое утверждение, содержащее признак национальной идентификации (*Эту страну никому не победить*). Ответ (подтверждение либо отрицание) содержится в визуальном образе. Та-

ким образом, оценочный иронический смысл возникает за счет контраста вербального и визуального компонентов. В этом смысле демотиватор реализует традиционную для юмористического текста структуру: вначале задается некоторая ситуация, контекст, затем рассказывается история, похожая на задачу, имеющую несколько решений, а в последней фразе предлагается нестандартное, юмористическое решение данной задачи. Эта фраза и содержит в себе соль анекдота, его «пуанту» [30. С. 27]. В демотиваторах функцию контекста выполняет тема демотиватора, а визуальный компонент выполняет функцию «нарратива» и дает ключ к интерпретации.



Рис. 4. Условия жизни как компонент самоидентификации

Путь и дорога – не только ключевые концепты русского национального сознания, но и яркий идентифицирующий признак русской жизни. Типичные тексты демотиваторов на эту тему: «Иностранцам не дано понять российских дорог». «Для тех, кто хочет завоевать Россию. Вы сначала до нас доедьте». «Русские дорожные знаки, бессмысленные и беспощадные» (рис. 5, а, б). Дискредитация идентичности в данной тематической группе в большинстве случаев осуществляется за счет визуального компонента, но может также поддерживаться расшифровывающей стандартной надписью-цитатой «бессмысленные и беспощадные», содержащей пейоративную оценку.

Обязательный объект саморефлексии в жанре демотиваторов – «ненавязчивый русский сервис», который так же, как и российские дороги, свидетельствует об адаптации русских к некомфортным условиям существования (рис. 6, а–в). Пренебрежение русского человека к комфорту, привычка к бытовым трудностям отмечаются во многих исследованиях русской ментальности как национальная черта. Так же, как и в рассмотренных выше тематических группах, самоидентификация строится на основе запроса на установление идентифицирующего признака и ответа на него через иллюстрацию – демонстрацию какой-то абсурдной ситуации.



Рис. 5. Дороги России в контексте национальной самоидентификации



Рис. 6. Сервис в России как идентифицирующий признак

Атрибутивные признаки

В качестве отдельного признака этнонациональной самоидентификации можно рассматривать образы русских женщин (заметим, что мужчины, как правило, не идентифицируются в демотиваторах по признаку «русскости»). В данном случае мы можем говорить о множественной идентификации – не только этнонациональной, но и гендерной, которые совмещаются в рассматриваемом материале. Русские женщины чаще всего обозначаются как «суровые». Эта характеристика соответствует семантике «сильная (во всех смыслах) женщина», выполняющая «мужские» обязанности, способная за себя постоять (рис. 7, а–в). Контрапункт подобных демотиваторов возникает во многих случаях за счет контраста в одном поликодовом тексте визуальных образов симпатичных женщин славянской внешности и семантического наполнения вербального компонента (*коня на скаку оставит, надежный тыл* и т.п.).

Суровость русских подчеркивается не только в устойчивом словосочетании «суровые русские женщины», но поддерживается и визуальным ко-

дом – изображением русских людей. Внимание акцентируется на внешних признаках: русские не улыбаются, суровы (рис. 8).

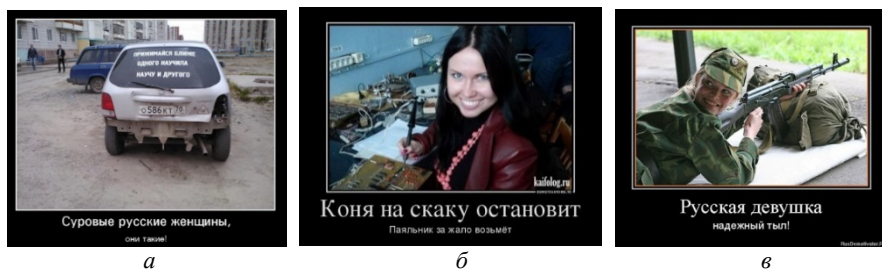


Рис. 7. Образ русской женщины как компонент этнонациональной самоидентификации

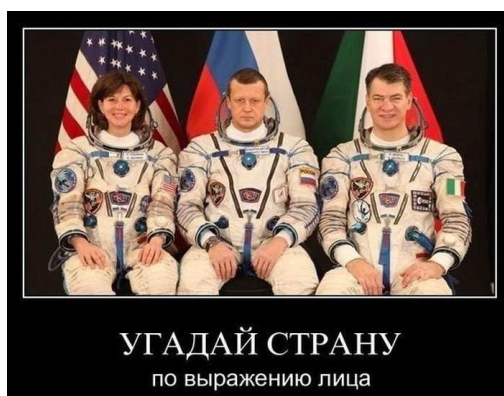


Рис. 8. Внешние идентифицирующие признаки: не улыбаются

Однако, несмотря на внешнюю серьезность и даже суровость, в числе черт характера русских присутствует чувство юмора – об этом можно судить по демотиваторам, отмечающим комическое в обыденной жизни россиян (рис. 9).

Русские люди любят шутить, в том числе и про политику – традиции юмора на политические темы сложились в «доцифровую» эпоху и активно поддерживаются в интернет-коммуникации. Столкновение в одном поликодовом тексте нешуточного контекста (*русские санкции*) с поддержкой визуального ряда – озадаченных и огорченных лиц известных политических деятелей США – вступает в противоречие с возможными «тяжелыми» последствиями этих санкций для представленных персон: Б. Обамы (*Не побываю в Усть-Ижевске*), его жены (*мои дети не смогут учиться в Калуге*) и т.д.

Комический эффект строится на контрасте драматической международной ситуации и ее юмористического осмысления в комментариях к образам политиков (рис. 10).

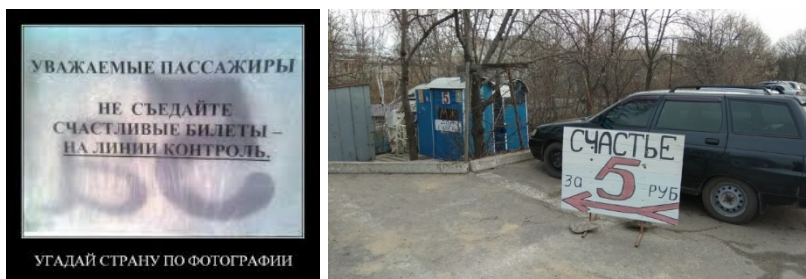


Рис. 9. Русским присуще чувство юмора



Рис. 10. Русские любят шутить на политические темы

Русские готовы шутить и про собственный патриотизм, в том числе и с опорой на русских классиков: «Когда в России начинают говорить о патриотизме, знай: где-то что-то украли (М.Е. Салтыков-Щедрин)» (рис. 11, а). В качестве проявления патриотизма русских и отстройки от «других» рассматривается и пренебрежение к элементарным удобствам жизни, о чем упоминалось выше в связи с «ненавязчивым сервисом» (рис. 11, б).

Анализ материала позволяет сделать выводы о том, какие черты характера определяют русскую ментальность.

Эти идентификационные признаки можно назвать амбивалентными, поскольку в различных ситуациях они могут быть оценены как позитивно, так и негативно.

1. Русские – не слишком работающие (на службе), но в то же время активно занимаются физическим трудом, если это касается личных потребностей, например на даче (рис. 12).

2. Русских отличает своеобразный «прагматизм», специфическое отношение к установлениям, правилам, регламентирующим поведение; они

недисциплинированы и не думают о безопасности, полагаются «на авось» (рис. 13).



Рис. 11. «Патриотическая» тема в самоидентифицирующих шутках



Рис. 12. Демотиваторы про трудолюбие русских

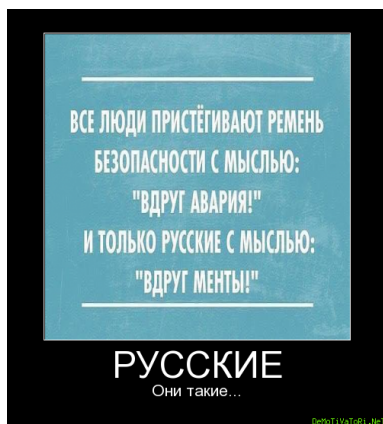


Рис. 13. Прагматизм по-русски

3. В России нет четких границ между институциональным и межличностным общением, что является отличительной чертой национального коммуникативного стиля. Это можно наблюдать по тому, как неформально в стране общаются с покупателями, клиентами («деформализация»), какого типа сообщения размещаются в сфере институциональной коммуникации (рис. 14).



Рис. 14. Примета национального коммуникативного стиля: общение с клиентами / покупателями

4. Русские злоупотребляют спиртным. Тема выпивки может быть репрезентирована через языковой код: *Только русский человек знает, какой глагол объединяет дрова, хлам, стельку и жопу*¹ (рис. 15). В данном случае вербальный компонент демотиватора оформлен в жанре лингвистической задачи-загадки и имплицитно указывает на сферу функционирования данных устойчивых выражений, а визуальный образ помогает ее решению.

5. Отдельный идентифицирующий признак – национальный язык. Для развлекательного сетевого дискурса ключевой является тургеневская цитата про «великий и могучий русский язык». Шутки не ограничиваются иронией по поводу графики и лексики (рис. 16, а). Так, в демотиваторе (рис. 16, б) обыгрываются прямое и переносное значение идиомы.



Рис. 15. Злоупотребление спиртными напитками как идентифицирующий признак

¹ Имплицируются известные устойчивые выражения с глаголом *напиться*, означающие употребление спиртного: *напиться в дрова, в хлам, в стельку, в жопу*.



Рис. 16. «Великий и могучий русский язык»
в аспекте юмористической самоидентификации

Наиболее яркой приметой национального языка и коммуникации, без чего трудно представить разговор «по-русски», его носители считают русский мат. Знание нецензурной лексики всеми носителями языка не подвергается сомнению, что имплицитно подтверждается содержанием демотиватора на рис. 17.

Отметим существенную дискурсивную особенность всех рассмотренных тематических групп, имеющих отношение к самоидентификации: в них активно используются прецедентные тексты, среди которых самый популярный прием – трансформация пушкинской цитаты про русский бунт: *Не приведи Бог видеть русский бунт, бессмысленный и беспощадный!* (А.С. Пушкин. Капитанская дочка).

В качестве признака русскости вместо слова «бунт» называют *русский тюнинг, спорт, маркетинг, бизнес, патриотизм, дизайн, автопром, гламур, сервис* и др. (рис. 18, а, б). Заметим, что само появление маркера *русский* (реже – *отечественный*) в сочетании с какими-либо номинациями объектов в контексте дискурсивной практики демотиваторов уже само по себе имплицитно ироническое осмысление визуального образа.



Рис. 17. Специфика использования русскими языкового кода



Рис. 18. Варьирование прецедентного текста

Выводы

Таким образом, дискурсивные практики развлекательного Рунета являются ценным источником для изучения процессов формирования представлений об этнонациональной идентичности. Демотиваторы позволяют реконструировать МЫ-образ россиян по основному этническому идентификатору – «русские».

Анализ показал, что наделение значениями этнонациональной принадлежности осуществлялось в исследуемых текстах с помощью определенных номинаций через обобщенный этнический идентификатор: *русский человек / русские люди* и др. Данный идентификатор выступает в поликодовых текстах демотиваторов как базовый, на основе которого устанавливаются наиболее яркие, маркирующие объект признаки и разворачивается «дискурсивная конкуренция» за присвоение оценочных смыслов. Указания на атрибутивные признаки осуществляются посредством ключевых отсылок: *только русские... / угадай страну по выражению лица / эту страну не победить*.

Смысловое развитие базовой идентификации происходит по нескольким тематическим направлениям. Компонентами дискурсивной конструкции этнонациональной самоидентификации русских, репрезентированной в рассматриваемых текстах, является демонстрация амбивалентных признаков – изобретательности, смекалки, силы русской женщины, ценности родного языка. В конструировании самоидентификации также участвуют иронически осмысляемые негативные идентификаторы – внешняя суровость, условия жизни («угадай страну по фотографии»), ментальность.

Специфической особенностью демотиваторов является их поликодовый характер. Наличие вербального и визуального компонентов, которые могут вступать в отношения контраста и взаимодополнения, формирует потенциал иронического осмысления идентифицирующих признаков, репрезентированных в рассматриваемом материале.

Изучение особенностей самоидентификации россиян в не регулируемых властными структурами дискурсах позволяет реконструировать соот-

ветствующие представления народа в их диалектическом разнообразии применительно к специфике этнонационального самосознания на конкретном хронологическом срезе.

Список источников

1. *Lutter Ch., Reisenleitner M.* Cultural Studies. Eine Einführung. 3-rd ed. Wien : Turia – Kant, 2001. 158 p.
2. *Wodak R., Cillia R., Reisigl M. etc.* Zur diskursiven Konstruktion nationaler Identität. Frankfurt a. M. : Suhrkamp, 1998. 567 p.
3. *Krossa A.S.* Kollektive Identitäten in Ostmitteleuropa: Polen, Tschechien und Ungarn und die Integration der Europäischen Union. Berlin : Wissenschaftlicher Verlag Berlin, 2005. 240 p.
4. *Stråth Bo.* A European Identity. To the Historical Limits of a Concept // *European Journal of Social Theory*. 2002. № 5 (4). P. 387–401.
5. *Barker Ch.* National identity // *Sage Dictionary of Cultural Studies*. 1st ed. London : Sage. 2004. URL: https://search.credoreference.com/content/entry/sageukcult/national_identity/0
6. *Cillia R., Reisigl M., Wodak R.* The discursive construction of national identities // *Discourse & Society*. 1999. № 10 (2). P. 149–173.
7. *Berghold J., Menasse E., Ottomeyer K.* Einleitung // *Trennlinien. Imagination des Fremden und Konstruktion des Eigenen*. Klagenfurt/Celovec : Drava, 2000. 272 p.
8. *Лебедева Н.М.* Теоретико-методологические основы исследования этнической идентичности и толерантности в поликультурных регионах России и СНГ // *Идентичность и толерантность* / под ред. Н.М. Лебедевой. М., 2002. С. 10–34.
9. *Стефаненко Т.Г.* Индивидуальные стратегии конструирования этнической идентичности // *Идентичность и толерантность* / под ред. Н.М. Лебедевой. М., 2002. С. 35–48.
10. *Assmann J.* Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen. 7th ed. München : Beck, 2013. 344 p.
11. *Alekseev V.V.* The Russian Idea // *Russian Social Science Review*. 2015. № 56 (3). P. 2–17. doi: 10.1080/10611428.2015.1070624
12. *McCrone D., Bechhofer F.* Understanding national identity. Cambridge : Cambridge Univ. Press, 2015. URL: <https://permalink.obvsg.at/AC12305788>
13. *Slobodchikoff M.* Roots of Russian Soft Power: Rethinking Russian National Identity // *Сравнительная политика*. 2017. № 8 (2). С. 19–36.
14. *Keller R.* On Language change. The invisible hand in language. London : Routledge, 1994. URL: <https://permalink.obvsg.at/AC01249217>
15. *Чернявская В.Е.* Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия : учеб. пособие для студентов вузов. М. : Директ-Медиа, 2014. 134 с.
16. *Humphrey C.* Inequality and exclusion. A Russian case study of emotion in politics // *Anthropological Theory*. 2001. № 1 (3). P. 331–353.
17. *Massey D., Jess P.* Places and cultures in an uneven world // *A Place in the World? Places, Cultures and Globalization*. Oxford ; Milton Caynes : Oxford University Press – The Open University, 1995. P. 215–239.
18. *Eder K.* Europe's Borders. The Narrative Construction of the Boundaries of Europe // *European Journal of Social Theory*. 2006. № 9 (2). P. 255–271.
19. *Герд А.С.* Введение в этнолингвистику: Курс лекций и хрестоматия. 2-е изд., испр. СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 2005. 457 с.
20. *Русских Л.В.* Идентичность: культурная, этническая, национальная // *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки*. 2013. Т. 13. № 2. С. 178–180.

21. Ланно М.А. Дискурс идентичности и национальное самосознание («русский европеец» Андрей Тарковский) // Лингвокультурология. 2014. № 8. С. 121–125.
22. Ланно М.А. Национально-культурная самоидентификация В.Я. Проппа в автобиографическом дискурсе // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. № 8-2 (86). С. 359–363.
23. Каргаполов Е.П. Русская национальная идентичность: вопросы теории // Евразийский союз ученых. 2015. № 7 (16). С. 122–125.
24. Хобсбаум Э. Нации и национализм после 1780 года. СПб. : Алетея, 1998. 310 с.
25. Волков Ю.Г. Российская идентичность: особенности формирования и проявления // Социологические исследования. 2006. № 7. С. 13–22.
26. Крюкова С.В., Кожмякин Е.А. Языковое моделирование национальной идентичности в политическом медиадискурсе (на материале новогодних обращений президента РФ и посланий В.В. Путина к Федеральному Собранию) // Современный дискурс-анализ. 2020. Вып. 20. Т. 1. URL: http://www.discourseanalysis.org/ada20_1/st140.shtml
27. Хоффманн Э. Коммерческая реклама и национальная идентичность // Корпоративная коммуникация в России: Дискурсивный анализ / отв. ред. Т.А. Мелехина, Р. Ратмайр. М., 2017. С. 373–391.
28. Асташкина П.Г. Феномен идентичности в современном филологическом знании и перспективы медиалингвистики // Вестник Череповецкого государственного университета. 2017. № 4 (79). С. 40–47.
29. Каминская Т.Л. Идентичность медиа адресата: способы выражения в комментариях // Стилистика сегодня и завтра : материалы международной научной конференции. М., 2016. С. 249–250.
30. Шмелева Е.Я., Шмелев А.Д. Русский анекдот: Текст и речевой жанр. М. : Языки славянской культуры, 2002. 144 с.
31. Степанова А.С. Русская национальная идентичность (на материале демотиваторов и мемов) // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2021. № 1 (30). С. 96–100.
32. Иссерс О.С. Дискурсивные практики нашего времени. 2-е изд. М. : ЛЕНАНД, 2015. 262 с.
33. Матузкова Е.П. Проблематика идентичности в когнитивно-дискурсивной парадигме // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. 2012. С. 228–235.
34. Жижек С. Возвышенный объект идеологии. М. : Художественный журнал, 1999. 236 с.
35. Гудков Л. Негативная идентичность: Статьи 1997–2002 годов. М. : Новое литературное обозрение, 2004. 816 с.
36. Рикер П. Я-сам как другой: пер. с фр. М. : Изд-во гуманит. лит., 2008. 416 с. (Французская философия XX века).
37. Енина Л.В. Идентичность как дискурсивный концепт и механизмы дискурсивной идентификации // Политическая лингвистика. 2016. № 6 (60). С. 159–167.
38. Дискурсивные практики современной институциональной коммуникации / под науч. рук. Л.В. Куликовой. Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2015. 182 с.

References

1. Lutter, Ch. & Reisenleitner, M. (2001) *Cultural Studies. Eine Einführung*. 3rd ed. Wien: Turia – Kant.
2. Wodak, R. et al. (1998) *Zur diskursiven Konstruktion nationaler Identität*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

3. Krossa, A.S. (2005) *Kollektive Identitäten in Ostmitteleuropa: Polen, Tschechien und Ungarn und die Integration der Europäischen Union*. Berlin: Wissenschaftlicher Verlag Berlin.
4. Sträth, Bo. (2002) A European Identity. To the Historical Limits of a Concept. *European Journal of Social Theory*. 5 (4). pp. 387–401. DOI: 10.1177/13684310276051396
5. Barker, Ch. (2004) National identity. In: *Sage Dictionary of Cultural Studies*. 1st ed. London: Sage. [Online] Available from: https://search.credoreference.com/content/entry/sageukcult/nati-onal_identity/0.
6. Cillia, R., Reisigl, M. & Wodak, R. (1999) The discursive construction of national identities. *Discourse & Society*. 10 (2). pp. 149–173. DOI: 10.1177/0957926599010002002
7. Berghold, J., Menasse, E. & Ottomeyer, K. (2000) Einleitung. In: Berghold, J., Menasse, E. & Ottomeyer, K. (eds) *Trennlinien. Imagination des Fremden und Konstruktion des Eigenen*. Klagenfurt/Celovec: Drava.
8. Lebedeva, N.M. (2002) Teoretiko-metodologicheskie osnovy issledovaniya etnicheskoy identichnosti i tolerantnosti v polikul'turnykh regionakh Rossii i SNG [Theoretical and methodological foundations of the study of ethnic identity and tolerance in multicultural regions of Russia and the CIS]. In: Lebedeva, N.M. (ed.) *Identichnost' i tolerantnost' [Identity and tolerance]*. Moscow: The Institute of Anthropology and Ethnography RAS. pp. 10–34.
9. Stefanenko, T.G. (2002) Individual'nye strategii konstruirovaniya etnicheskoy identichnosti [Individual strategies for constructing ethnic identity]. In: Lebedeva, N.M. (ed.) *Identichnost' i tolerantnost' [Identity and tolerance]*. Moscow: The Institute of Anthropology and Ethnography RAS. pp. 35–48.
10. Assmann, J. (2013) *Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. 7th ed. München: Beck.
11. Alekseev, V.V. (2015) The Russian Idea. *Russian Social Science Review*. 56 (3). pp. 2–17. DOI: 10.1080/10611428.2015.1070624.
12. McCrone, D. & Bechhofer, F. (2015) *Understanding National Identity*. Cambridge: Cambridge University Press. [Online] Available from: <https://permalink.obvsg.at/AC12305788>.
13. Slobodchikoff, M. & Douglas, D.G. (2017) Roots of Russian Soft Power: Rethinking Russian National Identity. *Sravnitel'naya politika – Comparative Politics Russia*. 8 (2). pp. 19–36. DOI: 10.18611/2221-3279-2017-8-2-19-36
14. Keller, R. (1994) *On Language Change. The invisible hand in language*. London: Routledge. [Online] Available from: <https://permalink.obvsg.at/AC01249217>.
15. Chernyavskaya, V.E. (2014) *Diskurs vlasti i vlast' diskursa: problemy rechevogo vozdeystviya [The Discourse of Power and the Power of Discourse: Problems of speech influence]*. Moscow: Direkt-Media.
16. Humphrey, C. (2001) Inequality and exclusion. A Russian case study of emotion in politics. *Anthropological Theory*. 1 (3). pp. 331–353.
17. Massey, D. & Jess, P. (1995) Places and cultures in an uneven world. In: Massey, D. & Jess, P. (eds) *A Place in the World? Places, Cultures and Globalization*. Oxford; Milton Caynes: Oxford University Press – The Open University. pp. 215–239.
18. Eder, K. (2006) Europe's B orders. The Narrative Construction of the Boundaries of Europe. *European Journal of Social Theory*. 9 (2). pp. 255–271.
19. Gerd, A.S. (2005) *Vvedenie v etnolingvistiku [Introduction to Ethnolinguistics]*. 2nd ed. Saint Petersburg: Saint Petersburg State University.
20. Russkikh, L.V. (2013) Identity: cultural, ethnic, national. *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Sotsial'no-gumanitarnye nauki – Bulletin of the South Ural State University. Series: Social Sciences and the Humanities*. 2 (13). pp. 178–180. (In Russian).

21. Lappo, M.A. (2014) Identity discourse and national identity ("a Russian European" Andrei Tarkovsky). *Lingvokul'turologiya*. 8. pp. 121–125. (In Russian).
22. Lappo, M.A. (2018) V.Ya. Propp's national and cultural self-identification in autobiographical discourse. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki – Philology. Theory & Practice*. 8–2 (86). pp. 359–363. (In Russian). DOI: 10.30853/filnauki.2018-8-2.31
23. Kargapolov, E.P. (2015) Russkaya natsional'naya identichnost': voprosy teorii [Russian national identity: questions of theory]. *Evrasiyskiy soyuz uchenykh – Eurasian Union of Scientists*. 7–3 (16). pp. 122–125.
24. Hobsbawm, E. (1998) *Natsii i natsionalizm posle 1780 goda* [Nations and Nationalism Since 1780]. Translated from English. Saint Petersburg: Aleteyya.
25. Volkov, Yu.G. (2006) Russian identity: specifics of making and appearance. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 7. pp. 13–22. (In Russian).
26. Kryukova, S.V. & Kozhemyakin, E.A. (2020) Language modelling of national identity in Political media discourse (cases of Presidential New Year TV addresses and Appeals to the Federal Assemble). *Sovremennyy diskurs-analiz*. 20 (1). [Online] Available from: http://www.discourseanalysis.org/ada20_1/st140.shtml. (In Russian).
27. Hoffmann, E. (2017) Kommercheskaya reklama i natsional'naya identichnost' [Commercial advertising and national identity]. In: Melekhina, T.A. & Rathmayr, R. (eds) *Korporativnaya kommunikatsiya v Rossii. Diskursivnyy analiz* [Corporate Communication in Russia. Discursive analysis]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury. pp. 373–391.
28. Astashkina, P.G. (2017) The phenomenon of identity in modern philology and prospects of media linguistics. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta – Cherepovets State University Bulletin*. 4 (79). pp. 40–47. (In Russian). DOI: 10.23859/1994-0637-2017-4-79-6
29. Kaminskaya, T.L. (2016) [Identity of the media addressee: ways of expression in comments]. *Stilistika segodnya i zavtra* [Stylistics Today and Tomorrow]. Proceedings of the 4th International Conference. Moscow. 28–30 April 2016. Moscow: Lomonosov Moscow State University. pp. 249–250.
30. Shmeleva, E.Ya. & Shmelev, A.D. (2002) *Russkiy anekdot: Tekst i rechevoy zhanr* [Russian Anecdote: Text and speech genre]. Moscow: Yazyki slavyanskoy kul'tury.
31. Stepanova, A.S. (2021) Russian National Identity (on the Example of Demotivators and Memes). *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya*. 1 (30). pp. 96–100. (In Russian). DOI: 10.36809/2309-9380-2021-30-96-100
32. Issers, O.S. (2015) *Diskursivnye praktiki nashego vremeni* [Discursive Practices of Our Time]. 2nd ed. Moscow: LENAND.
33. Matuzkova, E.P. (2012) Problematika identichnosti v kognitivno-diskursivnoy paradigme [Problematics of identity in the cognitive-discursive paradigm]. In: *Lingvistika XXI stolit'ya: novi doslidlzhennya i perspektivi* [Linguistics of the 21st Century: New research and prospects]. Kyiv: Logos. pp. 228–235.
34. Žizek, S. (1999) *Vozvyshennyy ob'ekt ideologii* [The Sublime Object of Ideology]. Translated from Moscow: Khudozhestvennyy zhurnal.
35. Gudkov, L. (2004) *Negativnaya identichnost'. Stat'i 1997–2002 godov* [Negative identity. Articles of 1997–2002]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie.
36. Ricoeur, P. (2008) *Ya-sam kak drugoy* [Oneself as Another]. Translated from French. Moscow: Izd-vo humanitarnoy literatury.
37. Enina, L.V. (2016) Identity as a discursive concept and discursive identification mechanisms. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 6 (60). pp. 159–167. (In Russian).
38. Kulikova, L.V. (ed.) (2015) *Diskursivnye praktiki sovremennoy institutsional'noy kommunikatsii* [Discursive Practices of Modern Institutional Communication]. Krasnoyarsk: Siberian Federal University.

Информация об авторе:

Иссерс О.С. – д-р филол. наук, декан факультета филологии и медиакоммуникаций Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского (Омск, Россия). E-mail: isserso@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

O.S. Issers, Dr. Sci. (Philology), dean of the Faculty of Philology and Media Communications, Dostoevsky Omsk State University (Omsk, Russian Federation). E-mail: isserso@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 20.08.2021;
одобрена после рецензирования 18.08.2022; принята к публикации 22.09.2022.*

*The article was submitted 20.08.2021;
approved after reviewing 18.08.2022; accepted for publication 22.09.2022.*