Политическая лингвистика. 2026. № 5 (119).
Political Linguistics. 2026. No 5 (119).

УДК 811.161.1'42+811.161.1'38+81'27
ББК Ш141.12-51+Ш141.12-55+Ш100.621 *ГРНТИ 16.21.27* *Код ВАК 5.9.8*

Наталья Станиславовна Данкова[1]✉, Татьяна Анатольевна Яшина[2]✉

[1] Пензенский государственный университет, Пенза, Россия, n.s.dankova@mail.ru✉, SPIN-код: 1431-0443, https://orcid.org/0000-0003-2485-8047
[2] Пензенский государственный технологический университет, yashina_tanya@mail.ru✉, SPIN-код: 2760-0554, https://orcid.org/0000-0002-1642-0670

Дискурсивные тактики конструирования национальной идентичности (на материале СМИ Пензенской области)

АННОТАЦИЯ. *Данная работа посвящена изучению языка как инструмента закрепления в массовом сознании традиционных духовно-нравственных ориентиров. Цель работы — исследование дискурсивных средств конструирования национальной идентичности в СМИ. Актуальность работы обусловлена, с одной стороны, социополитическими условиями противостояния между Западом и Россией, с другой — проведением государственной политики по укреплению национальной идентичности.*

Материалом послужили публикации региональных интернет-порталов Пензы и Пензенской области: Pravda-News, Пенза-Пресс, АиФ-Пенза. Пензенский регион рассматривается как один из субъектов, составляющих Российскую Федерацию. Материал отбирался методом произвольной выборки в период с ноября 2024 года по сентябрь 2026 года. Общее количество публикаций составило 85 источников.

Методологическую основу исследования образует критический дискурс-анализ. Работа основана на модели территориальной идентичности, предложенной Е. В. Каблуковым, О. В. Ильиной, ключевыми составляющими которой являются пространственная и темпоральная идентификация. В результате исследования выявлены дискурсивные тактики конструирования национальной идентичности в СМИ. Дискурсивные тактики конструирования пространственной идентичности включают следующие: указание на национальную и гражданскую принадлежность, акцентирование патриотических ценностей, конструирование группы «мы». Тактики этой группы направлены на репрезентацию национального единства на основе территориальной идентификации. Тактики конструирования темпоральной идентичности ориентированы на создание общего исторического нарратива. Данная группа представлена такими тактиками, как апелляция к исторической памяти, моделирование героического образа, актуализация образа Победы. Сделан вывод о том, что дискурс СМИ является эффективным средством конструирования национальной идентичности. Статья способствует пониманию дискурсивных механизмов СМИ, способствующих закреплению в массовом сознании идеологических конструктов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *журналистика, медиалингвистика, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, языковые средства, политический дискурс, политические тексты, специальная военная операция, национальная идентичность, конструирование национальной идентичности, дискурсивные тактики, государственная политика, массовое сознание.*

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: *Данкова Наталья Станиславовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Иностранные языки и профессиональная коммуникация», Пензенский государственный университет, Пенза, Россия, email: n.s.dankova@mail.ru.*

Яшина Татьяна Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Перевод и переводоведение», Пензенский государственный технологический университет, Пенза, Россия, email: yashina_tanya@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: *Данкова, Н. С.* Дискурсивные тактики конструирования национальной идентичности (на материале СМИ Пензенской области) / Н. С. Данкова, Т. А. Яшина. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2026. — № 5 (119). — С. 49-57.

Natal′ya S. Dankova[1]✉, Tat′yana A. Yashina[2]✉

[1] Penza State University, Penza, Russia, n.s.dankova@mail.ru✉, SPIN code: 1431-0443, https://orcid.org/0000-0003-2485-8047
[2] Penza State Technological University, Penza, Russia, yashina_tanya@mail.ru✉, SPIN code: 2760-0554, https://orcid.org/0000-0002-1642-0670

Discursive Tactics of Constructing National Identity (Based on Media Materials of the Penza Region)

ABSTRACT. *This paper studies language as a tool for consolidating traditional spiritual and moral benchmarks in mass consciousness. The aim of the work is to study the discursive means of constructing national identity in media. The relevance of the study stems, on the one hand, from the socio-political conditions of the confrontation between the West and Russia, and on the other hand, from the implementation of the state policy designed to strengthen national identity.*

The practical research material encompasses publications on regional Internet news portals of Penza and the Penza region: Pravda-News, Penza-Press, and AiF-Penza. The Penza region is a subject of the Russian Federation. The material was

© Данкова Н. С., Яшина Т. А., 2026

collected between November 2024 and September 2026 using a random sampling method. The total number of publications amounted to 85 sources.

The main method employed in the study is critical discourse analysis. The work is based on the model of territorial identity proposed by E.V. Kablukov and O.V. Ilina, the key components of which are spatial and temporal identifications. As a result, discursive tactics of constructing national identity in media were identified. The discursive tactics of constructing spatial identity include the following: indication of citizenship and civic affiliation, emphasizing patriotic values, constructing the "WE" group. The tactics of this group are aimed at representing national unity based on territorial identification. The tactics of constructing temporal identity are focused on creating a common historical narrative. This group is represented by such tactics as appeal to historical memory, modeling a heroic image, and actualizing the image of Victory. The conclusion made is that media discourse is an effective means of constructing national identity. The article promotes a deeper understanding of mass media discursive mechanisms of actualization of ideological constructs in mass consciousness.

KEYWORDS: *journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, language means, political discourse, political texts, special military operation, national identity, constructing national identity, discursive tactics, state policy, mass consciousness.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Dankova Natal'ya Stanislavovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Foreign Languages and Professional Communication, Penza State University, Penza, Russia.*

Yashina Tat'yana Anatol'yevna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Translation and Translation Studies, Penza State Technological University, Penza, Russia.

FOR CITATION: *Dankova N. S., Yashina T. A*. (2026). Discursive Tactics of Constructing National Identity (Based on Media Materials of the Penza Region). In *Political Linguistics*. No 5 (119), pp. 49-57. (In Russ.).

ВВЕДЕНИЕ

Формирование и укрепление национальной идентичности, обеспечение единства российской нации является приоритетной задачей Правительства РФ[1]. Вопрос укрепления национальной идентичности приобретает особую актуальность в условиях противостояния между Западом и Россией и проведения специальной военной операции (СВО) на Украине.

В целях укрепления единства народов России Правительство РФ ставит перед собой задачи по защите традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и истории[2]. Государственная политика по сохранению и укреплению традиционных ценностей направлена на сбережение и приумножение народа России, сохранение общероссийской гражданской идентичности, защиту российского общества от распространения деструктивной идеологии, достижение национальных целей развития[3].

Вопрос формирования национальной идентичности занимает особое место в дискурсе СМИ и представляет большой интерес для исследования. Теоретически мы исходим из того, что государственная политика по укреплению национальной идентичности ретранслируется в СМИ, поскольку дискурс СМИ представляет собой средство актуализации власти и контроля в обществе [van Dijk 1998: 189]. СМИ рассматриваются нами как авторитетный источник получения информации о военных событиях, с одной стороны, и как как инструмент закрепления в массовом сознании традиционных духовно-нравственных ориентиров, среди которых основополагающим является единство нации.

Целью данного фрагмента исследования является изучение дискурсивных тактик СМИ, направленных на конструирование национальной идентичности.

Актуальность исследования обусловлена социополитическими реалиями современной действительности. Данный фрагмент исследования направлен на изучение прагматического аспекта речи, в рамках которого язык рассматривается как инструмент, предназначенный для выполнения различных социальных функций.

Материалом послужили публикации региональных интернет-порталов Пензы и Пензенской области: Pravda-News[4], Пенза-Пресс[5], АиФ-Пенза[6]. Материал отбирался методом произвольной выборки в период с ноября 2024 года по сентябрь 2026 года с

[1] Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года. URL: https://strategy2030.midural.ru/sites/default/files/files/strategiya_kultury_rf_do_2030.pdf (дата обращения: 10.05.2025).

[2] Указ Президента РФ от 02.07.2021 N 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». URL: http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046 (дата обращения: 10.05.2025).

[3] Указ Президента РФ от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». URL: https://kulturacherkessk.ru/wp-content/uploads/2023/01/ukaz-prezidenta-rf-ot-9-noyabrya-2022.pdf (дата обращения: 10.05.2025).

[4] Pravda-News. URL: https://pravda-news.ru/ (дата обращения: 20.09.2026).

[5] Пенза-Пресс. URL: https://www.penza-press.ru/ (дата обращения: 20.09.2026).

[6] АиФ-Пенза. URL: https://penza.aif.ru/ (дата обращения: 20.09.2026).

помощью функции поиска по сайту с использованием ключевых слов «специальная военная операция». Выборку составили 85 публикаций различных жанров, таких как новостная заметка, интервью, аналитическая статья, рассказ.

Методологическую основу исследования образует критический дискурс-анализ, устанавливающий связь между языком и социальной действительностью. Мы принимаем положение о том, что язык неразрывно связан с идеологией [Коньков 2009; van Dijk 1998]. То, что идеология, с одной стороны, выражается в дискурсе, а с другой — сама конструирует дискурс, справедливо в отношении дискурса СМИ о проведении СВО. В ходе исследования ведущим методом стал метод описания с его основными компонентами, такими как интерпретация, классификация, обобщение.

Особую ценность для настоящего исследования представляет публикация Е. В. Каблукова, О. В. Ильиной, которая послужила теоретической основой данной работы [Каблукова, Ильина 2021]. Мы рассматриваем дискурсивные тактики конструирования идентичности в СМИ, основываясь на модели территориальной идентичности, предложенной Е. В. Каблуковым, О. В. Ильиной, ключевыми составляющими которой являются пространственная и темпоральная идентификация [Каблукова, Ильина 2021]. Теоретически мы исходим из того, что конструирование национальной идентичности в СМИ осуществляется посредством создания общего пространственно-временного контекста с помощью использования определенных тактик.

КОНСТРУИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СМИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Вслед за П. Г. Асташкиной под национальной идентичностью будем понимать «самоидентификацию человека с определенным политическим сообществом (национальным государством)» [Асташкина 2018: 1]. Следует отметить, что, помимо национально-политического аспекта, национальная идентичность включает такие аспекты, как территория, язык, культура, история, ценности и т. д. [Асташкина 2018: 1]. Наряду с понятием «национальная идентичность» используются понятия «национально-гражданская идентичность» [Енина и др. 2017], «гражданская идентичность» [Русакова 2023], «национально-государственная идентичность» [Титов 2021], «политическая идентичность» [Иохим 2024]. Понятие «национальная идентичность» связано с понятием «этническая идентичность». А. В. Гурко отмечает, что этническая идентичность сопряжена с переживанием личностью своей принадлежности к определенному этносу, осознанием «наличия типичных для его представителей качеств» [Гурко 2017: 42].

При определении понятия «национальная идентичность» исследователи также руководствуются базовой культурно-психологической оппозицией «мы — они». В этой связи национальная идентичность понимается как видение членами определенной социальной группы своего места в мире на основе соотнесения с другими группами через противопоставление «мы — они» [Каткова, Коротин, 2016: 282].

Исследователи разграничивают понятия «идентичность» и «идентификация», указывая на то, что идентичность является относительно устойчивой категорией самовосприятия, тогда как идентификация представляет собой непрерывный процесс формирования той или иной идентичности [Богуславская, Ханова 2017: 85].

Следует отметить, что политическая идентификация россиян характеризуется сплоченным единством перед внешними и внутренними враждебными силами [Енина и др. 2017]. Тот факт, что процесс формирования национальной идентичности идет более быстрыми темпами в переломные моменты истории, отмечают и другие исследователи [Каткова, Коротин 2016]. «Наличие вызовов и угроз выступает сильным стимулом для объединения людей по примеру некого военного ополчения», — пишут М. А. Каткова и В. О. Коротин [Каткова, Коротин 2016: 283]. Полагаем, что в условиях проведения СВО проблема конструирования национальной идентичности россиян приобретает особую значимость.

Существуют различные точки зрения на природу идентичности, которая может рассматриваться и как ментальный конструкт, и как результат дискурсивной деятельности [Каблукова, Ильина 2021]. В рамках настоящего исследования мы рассматриваем идентичность как условный дискурсивный конструкт, формируемый посредством использования определенных дискурсивных тактик. Дискурсивная тактика СМИ рассматривается в настоящей работе как инструмент реализации государственной политики, направленной на укрепление национального единства.

Исследователи рассматривают СМИ как инструмент власти и контроля в обществе. В этой связи Т. А. Монне пишет: «При помощи текстов СМИ воздействуют на сознание,

ведут идеологическую борьбу, формируют общественное мнение» [Монне 2023: 143]. Поскольку СМИ являются чрезвычайно влиятельным институтом, оказывающим воздействие на массовую аудиторию, медийному дискурсу отводится ведущая роль в процессе конструирования национальной идентичности [Каблукова, Ильина 2021]. А. В. Гурко отмечает, что национальная идентичность имеет ключевое значение в воспитании патриотизма у современной молодежи [Гурко 2017]. Подчеркивается необходимость регулярной планомерной работы по развитию и внедрению идеологических конструкций в формирование патриотического сознания молодого поколения [Гурко 2017].

Проблема конструирования национальной идентичности в СМИ привлекает внимание исследователей. Рассмотрены основные тематические блоки, направленные на формирование национальной идентичности в Республике Беларусь [Долголаптева 2020]. Исследованы вопросы конструирования идентичности в медийном пространстве современного Казахстана, выявлены базовые концепты идентичности, репрезентируемые в медиапространстве, такие как власть, идеология, история [Гиздатов 2019]. Изучена проблема валлийской идентичности в медийном дискурсе, а также выявлены основные символы конструирования национальной идентичности в СМИ [Нечаева 2020]. Исследованы репрезентации национальных идентичностей на примере публикаций СМИ о проведении Олимпиады в Пхёнчхане. Выявлено, что для российской идентичности важную роль играют патриотизм, чувство национальной гордости, государственная символика [Асташкина 2018]. Отмечена роль исторических символов, определяющих национальную идентичность граждан [Литвинов, Матвеева 2022].

ДИСКУРСИВНЫЕ ТАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Проведенное исследование позволило выделить дискурсивные тактики конструирования пространственной и темпоральной идентичности. Отметим, что для медийного дискурса характерно использование цитат, а также косвенной речи. Однако цитирование служит одним из средств реализации дискурсивных тактик СМИ, поскольку публикация любой цитаты является результатом журналистского решения [Stenvall 2014; van Dijk 2006].

Дискурсивные тактики конструирования пространственной идентичности направлены на репрезентацию национального единства на основе территориальной идентификации. Данная группа представлена следующими тактиками: указание на национальную и гражданскую принадлежность, акцентирование патриотических ценностей, конструирование группы «мы».

Указание на национальную и гражданскую принадлежность оказывает потенциальное воздействие на сознание читателей, способствуя самоидентификации человека с Российским государством, дискурсивно объединяя всех жителей страны в единую группу. Указывая на национальную и гражданскую принадлежность, СМИ не только отражают, но и формируют, а также укрепляют идентичность граждан, проживающих на одной территории и готовых отстаивать свои территориальные интересы. Так, следующие примеры, содержащие обобщенные высказывания, подчеркивают особенности национального характера русских людей. Отметим категоричность высказываний, которая выражается лексически (*отличаются*) и синтаксически (восклицание), способных убедить читателя в том, что всем русским людям свойственно внутреннее стремление к достижению цели и установка дойти до победного конца:

По его словам, ***русские солдаты*** *отличаются верой прежде всего в себя* (АиФ-Пенза. 10.02.2025).

Русские *не сдаются! Недаром Владимир Левкин имеет награды за храбрость* (Pravda-News. 21.02.2025).

Указание на единую национально-гражданскую принадлежность осуществляется также посредством использования топонима *Россия* и лексических единиц семантического поля «Родина», позволяющих читателю осознать свою причастность к единому сообществу, объединяемому на основе гражданства и территории, что показано в следующих примерах, содержащих цитаты поздравительных выступлений губернатора Пензенской области О. Мельниченко, обращенных к жителям региона и к личному составу филиала Военной академии материально-технического обеспечения имени генерала армии А. В. Хрулева:

«Этот праздник объединяет всех патриотов нашей страны, тех, кто защищает ***Родину*** *от внешних и внутренних врагов, обеспечивает ее безопасность, трудится на оборонных предприятиях, мужчин и женщин, ветеранов и нашу молодежь — будущих защитников* ***Отчизны****», — отметил губернатор* (Пенза-Пресс. 21.02.2025).

«Сегодня мы отдаем дань уважения всем, кто с оружием в руках защищает ***Россию****, наши государственные интересы*

*и безопасность **Отечества**»* (Пенза-Пресс. 23.02.2025).

Конструирование национальной идентичности в СМИ осуществляется посредством акцентирования общих ценностей, среди которых особое место занимает патриотизм. Данная тактика реализуется лексическими языковыми средствами, указывающими на то, что чувство патриотизма, присущее людям, объединяет всех российских граждан. Так, в следующем примере, содержащем цитату участника боевых действий, чувство патриотизма противопоставляется материальным благам, подчеркивая то, что основным мотивом, движущим солдатами, является преданность Родине:

*«<…> вот все говорят: люди идут за деньгами. **Здесь на первом месте патриотизм**», — отметил боец* (АиФ, Пенза. 09.12.2024).

Патриотические ценности, такие как любовь к Родине, бережное отношение к ее территории и богатствам, актуализируются в СМИ посредством лексических единиц с семантикой защиты. Репрезентации СМИ подчеркивают готовность, стремление и желание граждан защищать свою страну от врагов:

*Он **пришел на помощь Родине** вновь во время проведения специальной операции* (Пенза-Пресс. 15.02.2025).

*Они без остатка отдаются выбранному делу, **служению Родине**.* (Pravda-News. 25.12.2024).

*У всех она [мотивация] одна: «Есть такая профессия — **Родину защищать»*** (АиФ, Пенза. 22.02.2026).

Тактика акцентирования патриотических ценностей реализуется также лексическими единицами с семантикой долга и средствами выражения деонтической модальности. Публикации СМИ содержат различные истории участников боевых действий, рассказанные как самими бойцами, так и их родственниками, а также журналистами. Несмотря на то, что история каждого военнослужащего посвоему индивидуальна и уникальна, их объединяет общая характерная особенность — чувство долга, присущее участникам СВО, что показано в следующем примере:

*«Я ведь делал то, что **должен был**, — рассуждает он. — Это моя родина. И защищать ее — **мой долг»*** (Pravda-News, 12.12.2024).

Национальная идентичность в СМИ актуализируется посредством дискурсивного конструирования группы «мы». Группа «мы» репрезентирует граждан Российской Федерации как единое сообщество, члены которого характеризуются сплоченностью, взаимной поддержкой и помощью. Данная тактика реализуется прежде всего использованием местоимений. Так, следующий фрагмент содержит посыл — мы граждане одной страны, что достигается использованием местоимений:

*Я знаю, как устали на фронте ребята. Они ждут подкрепления, продолжая сражаться за **свои** семьи, за страну, за **каждого** из **нас*** (Pravda-News. 21.02.2025).

Отметим, что притяжательные местоимения *свои*, *наши* часто используются без определяемых слов, а выражение *Своих не бросаем*, ставшее коллокацией в условиях современной действительности, как отражает, так и конструирует реальность. Любопытно отметить использование местоимения в следующем примере, созданном посредством языковой игры. Выделенная аббревиатура *СВО*, которая входит в состав местоимения *свои*, подчеркивает двойственность значения данной лексической единицы: во-первых, принадлежность к общей группе «мы», т. е. граждане страны, во-вторых, причастность к проведению боевых действий:

*Будут рады **СВОим**: как участникам спецоперации помогают трудоустроиться в Пензе* (Pravda-News. 14.02.2025).

Конструирование группы «мы» осуществляется также с помощью стилистического приема противопоставления в рамках дискурсивной оппозиции «мы — они», что показано в следующем фрагменте, в котором создается образ врага посредством цитаты участника боевых действий, подчеркивающего качества, отличающие представителей противоположной группы от «нас»:

***«Они** приехали туда из-за денег, у **них** нет задачи стоять до конца. **Они** при первой же возможности, чувствуя, когда **они** идут к поражению, **они** бегут. Бегут, оставляя людей, оставляя снаряжение свое. У **них** уже **другая** задача — выжить», — поделился «Ермак»* (АиФ-Пенза. 10.02.2025).

Помимо использования местоимений, тактика конструирования группы «мы» реализуется лексическими единицами с семантикой сплоченности, единства, помощи и участия. Лексика данной группы позволяет подчеркнуть причастность каждого человека к событиям современной истории:

*В этой связи он [Глава Кузнецка С. Златогорский] отметил, что сейчас главное — **поддерживать** своих бойцов, и призвал всех принять активное **участие** в сборе средств для помощи участникам СВО* (АиФ-Пенза. 27.01.2025).

ДИСКУРСИВНЫЕ ТАКТИКИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ТЕМПОРАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Тактики конструирования темпоральной идентичности ориентированы на создание общего исторического нарратива, или общего временного контекста. Тактики этой группы направлены на конструирование национального единства посредством репрезентации общего прошлого, настоящего и будущего, объединяющих всех граждан страны. Данное исследование позволило выявить следующие тактики конструирования темпоральной идентичности: апелляция к исторической памяти, моделирование героического образа, актуализация образа Победы.

Освещение событий специальной военной операции в СМИ сопровождается привлечением исторических фактов, связанных с проведением боевых действий по освобождению русской земли от захватчиков. Исследователи подчеркивают, что конструирование образов прошлого направлено на актуализацию ценности этих событий [Rebrina et al 2022]. Общее прошлое имеет особое значение для формирования коллективной идентичности [Каблукова, Ильина 2021]. Опора на исторический опыт прошлого подчеркивает, с одной стороны, необходимость проведения настоящей освободительной операции для нашей страны и, с другой стороны, является мощным средством конструирования национальной идентичности, поскольку в основе как событий прошлого, так и современной истории лежит стремление граждан отстоять свои национальные интересы и независимость. Приведем пример привлечения исторических фактов с использованием топонимов:

Хочется надеяться, что само понятие «СВО на Украине» постепенно превратится в легенду, в героическое сказание, как когда-то ***поле Куликово*** *или* ***Бородино*** (Pravda-News. 21.02.2025).

Общность исторической судьбы граждан нашей страны актуализируется в СМИ посредством апелляции к событиям Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. Исторические аналогии являются инструментом политического использования прошлого [Беклямишев 2024]. Так, следующие примеры демонстрируют тесную связь поколений защитников Отечества с помощью использования сравнительных оборотов и лексических языковых средств:

Пензенские бойцы СВО встали на защиту мирных жителей и родной страны, ***как когда-то — их героические деды и прадеды*** (Pravda-News. 21.02.2025).

Кроме того, старшее поколение воинов-защитников представлено в СМИ как пример, образец, на который следует ориентироваться и чей опыт необходимо перенимать:

Внуки и правнуки участников Великой Отечественной войны ***достойны подвигов дедов и прадедов*** (Pravda-News. 21.02.2025).

Следует отметить акцентирование ценности исторической памяти в репрезентациях СМИ. О. Ф. Русакова отмечает, что государственная политика памяти является важным элементом дискурса национальной идентичности [Русакова 2023]. Так, следующие примеры, демонстрирующие реализацию политики памяти в СМИ лексическими языковыми средствами, подчеркивают важность бережного отношения как к историческому опыту прошлых лет, так и к событиям новейшей истории:

Глава ведомства подчеркнул важность участия каждого гражданина в ***сохранении памяти*** *о великом подвиге советского народа в годы войны* (Пенза-Пресс. 04.04.2025).

Воспитанники кадетского корпуса ***знают историю*** *Никиты Царапкина, но не задают лишних вопросов из деликатности. Они* ***чтут память*** *о нем и гордятся своим героическим выпускником* (Pravda-News. 11.02.2025).

Конструкт настоящего в медийном дискурсе связан с репрезентацией событий СВО. Исследователи указывают на ведущую роль публикаций о проведении СВО в процессе интеграции и консолидации российского общества [Великая, Зайцева 2022]. Основной тактикой конструирования национальной идентичности в СМИ является моделирование героического образа, который связан с периодом новейшей истории России. Согласно медийным репрезентациям, новейшая история имеет своих национальных героев, которые достойны уважения и почета. Данная тактика реализуется лексическими единицами семантического поля «Герой», а также лексикой с семантикой благодарности, гордости и почета, что показано в следующих примерах:

«Наши бойцы — настоящие ***герои****.* ***Гордимся*** *ими и ждем возвращения домой»* (Пенза-Пресс. 05.02.2025).

«Сегодня миссию по защите интересов государства ***с честью*** *выполняют участники специальной военной операции»* (Пенза-Пресс. 09.05.2026).

Спасибо *от Президента. За что Путин* ***поблагодарил*** *пензенских мобилизованных* (АиФ-Пенза. 01.04.2025).

Современные герои отмечены медалями и наградами, что также находит отражение в СМИ:

*«Почти 2,5 тысячи солдат и офицеров **удостоены высоких государственных наград**. И после возвращения домой они продолжат работу на благо родной Пензенской области и страны», — подчеркнул Олег Мельниченко* (Пенза-Пресс. 20.02.2026).

***Ордена «За мужество и отвагу»** глава региона вручил представителям Пензенского артиллерийского инженерного института, войсковых частей, ветеранам СВО* (Пенза-Пресс. 20.02.2026).

*«Шеф» [позывной] **награжден медалями** Суворова и «За отвагу»* (АиФ-Пенза. 23.06.2026).

Следует отметить, что моделирование героического образа связано не только с работой военнослужащих, отмечается также огромный вклад волонтеров, которые тоже становятся опорой и гордостью страны. Так, следующий заголовок публикации подчеркивает бескорыстный труд студентов колледжа, участвующих в организации гуманитарной помощи фронту:

*Скромные **герои тыла**: братья-близнецы из Заречного четыре года помогают фронту* (Pravda-News. 17.09.2026).

Основной дискурсивной тактикой конструирования будущего нашей страны является актуализация образа Победы. Образ Победы чаще всего актуализируется в СМИ посредством цитирования и реализуется лексическими единицами с семантикой победы. Огромное желание победить, ожидание Великой Победы в СВО — это то, что объединяет всех жителей страны, что находит отражение в СМИ. Так, актуализация образа Победа реализуется в следующих примерах в рамках речевого жанра пожелания:

*«**Пусть 2025 год будет** именно таким — счастливым, добрым, **победным**, лучшим для каждого из нас. Пусть счастье и любовь придут в каждый дом, в каждую семью!» — подчеркнул депутат Госдумы* (Пенза-Пресс. 01.01.2025).

«***Желаю** всем нам **скорейшей Победы** и мирного неба над головой», — сказал Павел Куликов* (Пенза-Пресс. 24.02.2025).

Репрезентации СМИ, характеризующиеся категоричностью, подчеркивают уверенность как самих участников СВО, так и официальных государственных лиц, в победном исходе операции, что проявляется в следующих примерах, в которых категоричность выражается лексическими и синтаксическими средствами языка (восклицание):

*«Кто спрашивает, победим мы или нет, я считаю, что это **неуместный вопрос**. Это дело времени и **однозначно**, победа будет за нами, и мы справимся»* (АиФ-Пенза. 29.01.2025).

***«Победа будет за нами!»** — подвел итог губернатор* (Pravda-News. 21.02.2025).

Уверенность в победе в следующем фрагменте, описывающем высокопрофессиональные действия доктора, который героически боролся за жизнь бойца, выражается риторическим вопросом, на который дан однозначный ответ:

*«Находясь практически в полевых условиях, доктор извлёк сердце этого молодого человека и буквально на ладонях удалил осколок. При этом сердце нашего парня продолжало биться! **Разве можно победить такой народ? Нет!»*** (АиФ-Пенза. 08.12.2024).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, конструирование национальной идентичности в СМИ осуществляется посредством создания общего пространственно-временного контекста, что достигается с помощью использования тактик конструирования пространственной и темпоральной идентичности. Дискурсивные тактики конструирования пространственной идентичности направлены на репрезентацию национального единства на основе территориальной идентификации и включают следующие: указание на национальную и гражданскую принадлежность, акцентирование патриотических ценностей, конструирование группы «мы». Тактики конструирования темпоральной идентичности, ориентированные на создание общего исторического нарратива, включают в себя следующие: апелляция к исторической памяти, моделирование героического образа, актуализация образа Победы. Проведенное исследование показало, что дискурс СМИ является эффективным средством конструирования национальной идентичности, а также инструментом закрепления в сознании россиян общественно значимых ценностей.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Асташкина, П. Г. Олимпиада-2018 как тематическая доминанта репрезентации национальной идентичности / П. Г. Асташкина // Ученые записки НовГУ. — 2018. — № 1 (13). — С. — 1–5. — EDN YXBFZM.

2. Беклямишев, В. О. Функциональная роль исторических аналогий в российском и украинском президентских дискурсах о специальной военной операции / В. О. Беклямишев // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. — 2024. — Т. 26, № 4. — С. 644–657. — DOI 10.22363/2313-1438-2024-26-4-644-657. EDN ZSEGWH.

3. Богуславская, В. В. Русскоязычный публичный дискурс за рубежом как инструмент национальной идентичности в глобальном мире / В. В. Богуславская, А. Г. Ханова // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2017 — № 14 (263). — Вып. 34. — С. 84–92. — EDN YZJRDV.

4. Великая, Н. М. Репрезентация специальной военной операции в печатных СМИ в контексте консолидации рос-

сийского общества / Н. М. Великая, А. А. Зайцева // Caucasian Science Bridge. — 2022. — Т. 5, № 4 (18). — С. 160–172. — DOI 10.18522/2658-5820.2022.4.16. — EDN WYPMGS.

5. Гиздатов, Г. Г. Дискурс идентичности в медийном пространстве современного Казахстана / Г. Г. Гиздатов // Политическая лингвистика. — 2019. — № 1 (73). — С. 127–133. — DOI 10.26170/pl19-01-15. — EDN VWBNTF.

6. Гурко, А. В. СМИ как фактор формирования национальной и этнической идентичности белорусской молодежи в 2000–2010-х годах на белорусско-польско-литовском пограничье / А. В. Гурко // Псковский регионологический журнал. — 2017. — № 3 (31). — С. 41–54. — EDN ZMQTDT.

7. Долголаптева, К. О. Актуальные тенденции формирования национальной идентичности в Республике Беларусь (по материалам СМИ) / К. О. Долголаптева // Славянский мир: общность и многообразие : тезисы конференции / под ред. Е. С. Узенёва, О. В. Хаванова. — Москва : Институт славяноведения РАН, 2020. — С. 79–87. — DOI 10.31168/2619-0869.2020.1.14. — EDN FRMBQM.

8. Енина, Л. В. Практики политической идентификации россиян под влиянием медиаконцепта «Информационная война» / Л. В. Енина, О. В. Ильина, Е. В. Каблуков, Э. В. Чепкина // Политическая лингвистика. — 2017. — № 4. — С. 96–107. — EDN ZEGYTL.

9. Иохим, А. Н. Стратегия государства по укреплению российской макрополитической идентичности в цифровом пространстве: динамика и перспективы / А. Н. Иохим // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. — 2024. — Т. 26, № 4. — С. 819–839. — DOI 10.22363/2313-1438-2024-26-4-819-839. — EDN JFHGYG.

10. Каблуков, Е. В. Региональная идентификация россиян в дискурсе СМИ: Единство и разнообразие / Е. В. Каблуков, О. В. Ильина // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2021. — № № 74. — С. 99–112. — DOI 10.17223/19986645/74/6. — EDN SBMZVP.

11. Каткова, М. А. Социально-экономические факторы формирования национальной идентичности в условиях глобализации / М. А. Каткова, В. О. Коротин // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. — 2016. — Т. 16, № 3. — С. 281–287. — DOI 10.18500/1994-2540-2016-16-3-281-287. — EDN XDEIIX.

12. Коньков, В. И. Стилистические явления в речевой практике СМИ / В. И. Коньков // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. — 2009. — № 6. — С. 14–18. — EDN KXUOLV.

13. Литвинов, В. Ю. Исследование исторических символов России у молодежи из различных регионов страны в эпоху глобального информационного общества / В. Ю. Литвинов, Л. В. Матвеева // Общение в эпоху конвергенции технологий : сборник научных трудов. — Москва : Психологический институт Российской академии образования, 2022. — С. 135–138. — DOI 10.24412/cl-36917-2022-135-138. — EDN OUWGXD.

14. Монне, Т. А. Культурная идентичность в новостных текстах СМИ России и Франции / Т. А. Монне // Политическая лингвистика. — 2023. — № 4 (100). — С. 142–150. — EDN FDLEOL.

15. Нечаева, А. А. Проблема конструирования валлийской идентичности в XXI в. на страницах интернет-сайтов / А. А. Нечаева // Этнография. — 2020. — № 3 (9). — С. 154–168. — DOI 10.31250/2618-8600-2020-3(9)-154-168. — EDN XMEDUE.

16. Русакова, О. Ф. Дискурс государственной политики памяти как фактор формирования национальной идентичности современной России / О. Ф. Русакова // Дискурс-Пи. — 2023. — Т. 20, № 2. — С. 32–51. — DOI 10.17506/18179568_2023_20_2_32. — EDN JHQEMR.

17. Титов, В. В. Спорт высоких достижений как ресурс конструирования национально-государственной идентичности / В. В. Титов // Общество: политика, экономика, право. — 2021. — № 8. — С. 23–26. — DOI 10.24158/pep.2021.8.3. — EDN XDBINQ.

18. Dijk, T. A. van. Ideology and Discourse Analysis / T. A. van Dijk // Journal of Political Ideologies. — 2006. — Volume 11, Iss. 2. — P. 115–140. — DOI 10.1080/13569310600687908

19. Dijk, T. A. van. Ideology: A Multidisciplinary Approach / T. A. van Dijk. — London : Sage, 1998. — 384 p. — ISBN 978-1473946125.

20. Rebrina, L. N. Collective Memory as a Social Construct in German Discourse / L. N. Rebrina, M. I. Solhyshkina, T. A. Soldatkina // RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics. — 2022. — Vol. 13, Iss. 4. — P. 876–897. — DOI 10.22363/2313-2299-2022-13-4-876-897. EDN KFWHUH.

21. Stenvall, M. Presenting and Representing Emotions in News Agency Reports / M. Stenvall // Critical Discourse Studies. — 2014. — Vol. 11, Iss. 4. — P. 461–481. — DOI 10.1080/17405904.2013.866588.

REFERENCES

1. Astashkina, P. G. (2018). Olimpiada 2018 kak tematicheskaya dominanta reprezentacii nacional'noj identichnosti = The 2018 winter Olympics as the thematic dominant of the representation of national identity. *Scientific Notes of NovSU*, 1, 1–5. EDN YXBFZM

2. Bekliamishev, V. O. (2024). Funkcional'naya rol' istoricheskix analogij v rossijskom i ukrainskom prezidentskix diskursax o special'noj voennoj operacii = The functional role of historical analogies in Russian and Ukrainian presidential discourses on the Special military operation. *RUDN Journal of Political Science. Series: Politology, 26*(4), 644–657. DOI 10.22363/2313-1438-2024-26-4-644-657. EDN ZSEGWH.

3. Boguslavskaya, V. V., Khanova, A. G. (2017). Russko-yazychnyj publichnyj diskurs za rubezhom kak instrument nacional'noj identichnosti v global'nom mire = Russian-language discourse abroad as a means of national identity in globalized world. *Issues of Journalism, Pedagogy and Linguistics, 14*(263), Issue 34, 84–92. EDN YZJRDV.

4. Velikaya, N. M., Zaytseva, A. A. (2022). Reprezentaciya special'noj voennoj operacii v pechatnyx SMI v kontekste konsolidacii rossijskogo obshhestva = Representation of the special military operation in print mass media in the context of consolidation of Russian society. *Caucasian Science Bridge*, *5*(4[18]), 160–172. DOI 10.18522/2658-5820.2022.4.16. EDN WYPMGS.

5. Gizdatov, G. G. (2019). Diskurs identichnosti v medijnom prostranstve sovremennogo Kazaxstana = Discourse of identity in the media space of modern Kazakhstan]. *Political Linguistics*, *1*(73), 127–133. DOI 10.26170/pl19-01-15. EDN VWBNTF.

6. Hurko, A.V. (2017). SMI kak faktor formirovaniya nacional'noj i e'tnicheskoj identichnosti belorusskoj molodyozhi v 2000-2010-x godax na belorussko-pol'sko-litovskom pogranich'e = Media as a factor in the formation of national and ethnic identity of the Belarusian youth in 2000-2010-ies at the Belarusian-Polish-Lithuanian borderlands. *Pskov Journal of Regional Studies*, *3*(31), 41–54. EDN ZMQTDT.

7. Dolgolapteva, K. O. (2020). Aktual'nye tendencii formirovaniya nacional'noj identichnosti v Respublike Belarus' (po materialam SMI) = The Construction of National Identity in the Republic of Belarus: Current Trends (Based on Mass Media Materials. *The Slavic World: Unity and Diversity. Conference proceedings* (Eds. E. S. Uzenyova, O. V. Xavanova), 79–87. Moscow: Institute of Slavic Studies of the Russian Academy of Sciences. DOI 10.31168/2619-0869.2020.1.14. EDN FRMBQM.

8. Enina, L. V., Ilina, O. V., Kablukov, E. V., Chepkina, E. V. (2017). Praktiki politicheskoj identifikacii rossiyan pod vliyaniem mediakoncepta «Informacionnaya vojna» = Practices of political identification of Russians under the influence of “Information Warfare” media concept. *Political Linguistics*, *4*, 96–107. EDN ZEGYTL.

9. Iokhim, A. N. (2024). Strategiya gosudarstva po ukrepleniyu rossijskoj makropoliticheskoj identichnosti v cifrovom prostranstve: dinamika i perspektivy = The state’s strategy to strengthen the Russian macropolitical identity in the digital space: Dynamics and prospects. *RUDN Journal of Political Science. Series: Politology, 26*(4), 819–839. DOI 10.22363/2313-1438-2024-26-4-819-839. EDN JFHGYG.

10. Kablukov, E. V., Ilina, O. V. (2021). Regional'naya identifikaciya rossiyan v diskurse SMI: Edinstvo i raznoobrazie = Regional identification of Russians in media discourse: Sameness and difference. *Tomsk State University Journal of Philology, 74*, 99–112. DOI 10.17223/19986645/74/6. EDN SBMZVP.

11. Katkova, M. A., Korotin, V. O. (2016). Social'no-e'konomicheskie faktory formirovaniya nacional'noj identichnosti

v usloviyax globalizacii = Socio-economic factors of formation of national identity in the conditions of globalization. *Saratov University Bulletin. Economics, Management, Law*, *3*, 281–287. DOI 10.18500/1994-2540-2016-16-3-281-287. EDN XDEIIX.

12. Konkov, V. I. (2009). Stilisticheskie yavleniya v rechevoj praktike SMI = Stylistic phenomena in mass media language. *Perm University Herald. Russian and Foreign Philology*, *6*, 14–18. EDN KXUOLV.

13. Litvinov, V. U., Matveeva, L. V. (2022). Issledovanie istoricheskix simvolov Rossii u molodyozhi iz razlichnyx regionov strany v e'poxu global'nogo informacionnogo obshhestva = Research of Historical Symbols of Russia among Young People from Different Regions of the Country in the Era of the Global Information Society. *Communication in the Era of Technology Convergence. Proceedings,* 135–138. Moscow: Psychological Institute of the Russian Academy of Education. DOI 10.24412/cl-36917-2022-135-138. EDN OUWGXD.

14. Monne, T. A. (2023). Kul'turnaya identichnost' v novostnyx tekstax SMI Rossii i Francii = Cultural identity in the Russian and French media news texts. *Political Linguistics*, *4*(100), 142–150. EDN FDLEOL.

15. Nechaeva, A. A. (2020). Problema konstruirovaniya vallijskoj identichnosti v XXI v. na stranicax internet-sajtov = The problem of constructing Welsh identity on internet sites in the twenty-first century. *Ethnography, 3*(9), 154–168. DOI 10.31250/2618-8600-2020-3(9)-154-168. EDN XMEDUE.

16. Rusakova, O. F. (2023). Diskurs gosudarstvennoj politiki pamyati kak faktor formirovaniya nacional'noj identichnosti sovremennoj Rossii = The discourse of the state memory politics as a factor in the formation of the national identity of modern Russia. *Diskurs-Pi*, *2*, 32–51. DOI 10.17506/18179568_2023_20_2_32. EDN JHQEMR.

17. Titov, V. V. (2021). Sport vysokix dostizhenij kak resurs konstruirovaniya nacional'no gosudarstvennoj identichnosti = The sport of records as a resource for constructing national-state identity. *Society: Politics, Economics, Law, 8*, 23–26. DOI 10.24158/pep.2021.8.3. EDN XDBINQ.

18. Dijk, T. A. van (2006). Ideology and Discourse Analysis. *Journal of Political Ideologies*, *11*(2), 115–140. DOI 10.1080/13569310600687908.

19. Dijk, T. A. van (1998). Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 384 p. ISBN 978-1473946125.

20. Rebrina, L. N., Solhyshkina, M. I., Soldatkina, T. A. (2022). Collective memory as a Social Construct in German Discourse. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, *13*(4), 876–897. DOI 10.22363/2313-2299-2022-13-4-876-897. EDN KFWHUH.

21. Stenvall, M. (2014). Presenting and Representing Emotions in News Agency Reports. *Critical Discourse Studies*, *11*(4), 461–481. DOI 10.1080/17405904.2013.866588.