

DOI: 10.31648/pw.6481

TATYANA KAMINSKAYA / ТАТЬЯНА КАМИНСКАЯ

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8331-8687>

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University

Financial University under the Government of the Russian Federation

МЕДИАДИСКУРС НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: РОССИЯ И ГЕРМАНИЯ¹

Media discourse of national identity: Russia and Germany

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Национальная идентичность, Россия, Европа, медиадискурс, спорт, коммеморация, политика

KEYWORDS: National Identity, Russia, Europe, media discourse, sports, commemorative, politics

АБСТРАКТ: The media discourse of both Russia and European countries today seems to be a representative and relevant object for the study of national identity. The discourse of national identity in the media is presented as media texts directly related to the topic, and included in it through the comments of the recipients. The leading sub-discourses or thematic dominants in this case are major sports competitions, international competitions and commemorative practices of the past. The vast majority of assessments of national characteristics in the comments of the recipients of journalistic publications are negative, due to the criticality and self-criticism of commentators.

1. Постановка проблемы

Национальная идентичность является категорией сразу нескольких областей гуманитарного знания: политологии, социологии, философии, культурологии, истории и лингвистики. Для конструирования и описания национальной идентичности могут использоваться её политика, территория, культура, история, ценности и т.д. Существуют различные определения национальной идентичности.

Вслед за В. С. Малаховым (2001, 78 и др.) под национальной идентичностью мы понимаем, прежде всего, самоидентификацию человека с определенным политическим (национальным государством) и культурным (национальной

¹ This article was prepared based on the results of studies carried out at the expense of budget funds on a state assignment to the Financial University under the Government of the Russian Federation.

культурой) сообществом. В качестве сопоставления конструирования и репрезентации национальной идентичности в современности выбраны два дискурса: русскоязычный и немецкоязычный, что, во-первых, отсылает к многовековому противопоставлению в русской художественной литературе и фольклоре «русский-немец» (Папилова 2014), а во-вторых – данные курсы представляют наибольшие по численности населения страны Европы.

Известный исследователь национальной идентичности С. В. КОРТУНОВ (2009, 15) отмечал сходные основания формирования национальных идентичностей в России и Германии, которые строились на «сложном историческом фундаменте». Наблюдения КОРТУНОВА десятилетней давности о кризисе национальной идентичности в России, возникшей после распада СССР, актуальны и сегодня. Это, в частности, отражается в непонимании идентичности правящей партией «Единая Россия», в программных документах которой присутствуют одновременно термины *российская идентичность*, *российские идентичности*, *русская нация* и *российская нация*. Как отмечал КОРТУНОВ, обладая многочисленными ресурсами идентичности (самодержавие, православию, советское прошлое, победа в Великой Отечественной войне), Россия переживает в настоящее время кризис самоопределения – именно вследствие утраты своего исторически сложившегося представления о самой себе.

Что касается научных исследований национальной идентичности в обеих странах, то общим для немецких и российских исследователей является обращение к исторической и культурной памяти.

Занимаясь проблемами коммеморации² и символической политики, связанной с войной, знаменитый немецкая исследовательница А. АССМАН определяет идентичность как «ставшее рефлексивным участие в определенной культуре, отождествление себя с ней» (Assmann 2002, 134). По ее мысли, культурная память непрерывна и в ней всякое общество, всякая культура, формирует свою идентичность при помощи реконструкции собственного прошлого.

Как для российской идентичности важную роль играет память о Великой Отечественной войне, так и для современной Германии – вина за преступления нацизма. Некоторые исследователи подчеркивают ресурс памяти для гражданского воспитания (Проказина 2017; Baring 2017).

Это подтверждают и социологические исследования национальной идентичности в обеих странах. Они показывают, что национальная идентичность россиян основывается на событиях прошлого: чувство гордости за страну у абсолютного большинства опрошенных вызывает победа в Великой Отечественной войне, примерно у половины респондентов – освоение космоса,

² Коммеморация означает передачу социально значимой информации о прошлом через многократное упоминание об определенных лицах и событиях (примечание редактора).

великая русская литература и российская история в целом. Стыдятся россияне таких явлений в стране, как бедность, неустроенность, неуважение людей друг к другу, а также отставание от стран Запада. Важной основой российской идентичности является представление о России как о великой державе (75% опрошенных) (Национальная... 2019).

Социологический опрос, проведенный в 2011 году в Германии, показал, что для половины опрошенных главным нациообразующим элементом является немецкий язык (Was von dem... 2011). Такие же результаты показывают и последние социологические опросы (Sprache... 2017). Возможно, это связано с тем, что многие современные немцы происходят из семей с иностранными корнями и миграционным прошлым, но когда они уже успешно интегрировались в немецкое общество (или уже родились в Германии), то владение языком для них особенно значимо.

Симптоматично, что современные немецкие лингвисты, изучающие идентичность, уже более десяти лет назад начали обращаться к так называемой мультикультурной и многоязыковой идентичности, связанной с активной иммиграцией в Германию (Oppenrieder/Thurmair 2003).

Идентичность представляет большой интерес для лингвистов не только из-за определяющей роли языка, но и потому, что она является продуктом социального взаимодействия и нередко выражается в текстах (является дискурсивной по своей сути). Написанная группой уральских лингвистов монография (Чепкина 2017) содержит анализ таких понятий, как «идентичность», «идентификация», «российская национально-гражданская идентичность», «информационная война», «методика мониторинга российских СМИ», а также включает различные практики идентификации, в частности, морально-нравственные (ценностные) оценки. Предполагается, что для идентичности характерна способность к трансформации, семантическая неоднородность и невозможность завершения процесса формирования:

Идентичность субъекта возникает в дискурсе и, соответственно, всякое высказывание субъекта есть совершение действия по установлению собственной идентичности; «идентичность есть всякий раз промежуточный результат непрерывного процесса идентификации посредством использования дискурсивных практик» (Чепкина 2017, 160).

Дискурсивный аспект идентичности рассматривается исследователями в контексте различных политических и социальных реалий современности в последние несколько лет, и это связано с проявлением интереса медиа к данной теме.

Необходимость изучать репрезентацию и конструирование национальной идентичности именно в медиадискурсе современных Европы и России

объясняется медиациентричностью всех сфер современной жизни. Именно в медиатекстах зачастую осуществляется и репрезентируется национальное самоопределение.

Немецкоязычные медиалингвистические исследования национальной идентичности связаны с отдельными узкими аспектами функционирования немецкого языка в медиа. Так, в статье Д. Пелки (Pelka 2017) анализируются примеры текстов из журналов для молодых представителей немецкого меньшинства в Верхней Силезии на польском языке с вкраплениями немецких слов и немецкие тексты с использованием польских слов: в разных СМИ языки употребляются по-разному, что зависит от целей и характера журнала.

Монография А. Бшляйпфера (Bschleipfer 2010) написана на основе сообщений итальянских печатных СМИ и радио, Исследуя языковую маркированность корпоративной, локальной и национальной идентичности, Бшляйпфер вычленяет маркеры идентичности в итальянском языке, разработав собственный метод анализа, включающий в себя два основных уровня: собственно языковой и социально-функциональный. К языковому уровню относятся три следующих подуровня: лексико-семантическое, морфолого-синтаксическое и текстовое маркирование идентичности. Социально-функциональный уровень представляет из себя прагматическое маркирование идентичности и различает три подуровня: представление о самом себе и представление, созданное членом другой группы; принадлежность группе (создание ин-группы и аут-группы) и социальное целеполагание (с точки зрения симптоматической и сигнальной функции). На этом уровне могут быть рассмотрены коммуникативные стратегии, так как они являются отражением прагматического подхода. Блестящий разбор презентации аут-группы на примере публикаций журнала «Огонек» о Польше и поляках демонстрирует Н. Данилова (Danilova 2014).

Н. С. Ширяев исследует англоязычные и франкоязычные медиатексты в политических блогах и традиционных СМИ, выражающих точку зрения сторонников независимости Шотландии и Квебека посредством анализа коммуникативных стратегий и тактик самопрезентации и дискредитации. Как объясняет Ширяев, выбор данных стратегий для исследования определяется природой самой категории «национальная идентичность», основанной на оппозиции «свой /чужой». Кроме того, приводится анализ лексико-семантических средств реализации стратегий и тактик, другими словами, ключевой лексики при помощи онлайн-инструментов Word Counter и Word Counter Tool (Ширяев 2017). Прежде автор статьи рассматривала региональную идентичность в социальных сетях (Каминская 2017).

2. Методология

В данной статье автор обратилась к исследованию национальной идентичности применительно к конструированию и репрезентации ее в медиадискурсе с позиции медиалингвистики, используя традиционный для медиалингвистики метод – метод дискурс-анализа, а именно, подход Т. ван Дейка к дискурсу как к «комплексному коммуникативному событию». Принципиально в этом подходе сочетание лингвистических и экстралингвистических факторов, а также выделение из текстов ключевых позиций, повторений (грамматических конструкций, примеров, социальных образцов) и определение жанров, которые рассматриваются как производные от социальных ролей и интенций создателей медиатекстов. При этом совокупность текстов на определенную тему с их визуальными компонентами изучается как семантическое единство в его социальном и политическом контексте. Данный подход, используемый уже три десятилетия, означает, что в каждом медиатексте заложена идеология как некий набор определенных установок³.

Проанализированные журналистские публикации относятся к последним пяти годам и отобраны по поиску в интернете с помощью ключевых слов *национальная идентичность* в российских и немецких медиа различной политической направленности. Выбранные медиа принято относить к «качественным» СМИ; они имеют более 100 тысяч читателей в странах выпуска и наибольшее число читателей за пределами этих стран: (из российских СМИ – такие как «Коммерсантъ», «Regnum» и «Новая газета», данные медиаресурсы традиционно входят в Топ-10 федеральных российских медиаинформационных агентств по версии автоматизированной системы Медиалогии⁴; из немецких СМИ – надрегиональные медиа „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, «Spiegel online» и некоторые другие). Всего таких текстов более 1000: в каждом упомянутом издании с использованием ключевого словосочетания за год публиковалось от 50 до 100 текстов.

На следующем этапе собраны тексты, в которых доминанта *национальной идентичности* служит одним из организующих начал дискурса. В этих текстах обозначенные слова являются именно ключевыми (то есть либо используются в заголовочном комплексе, либо участвуют в метафоризации и обозначают главную тему). Существенным дискурсообразующим моментом является

³ Новая книга ван Дейка (2013) содержит уточнения данного метода, особенно применительно к цифровой коммуникации, позволившей включать в анализ медиадискурса и комментарии читателей медиа.

⁴ Самая авторитетная информационно-аналитическая система, выстраивающая рейтинги СМИ и социальных сетей в режиме реального времени: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/6787/> [доступ: 1 X 2020].

также реакция адресатов на тексты. Это принципиально новое свойство медиадискурса в связи с его цифровизацией позволяет судить о воздействии на адресата и делает дискурс полифоничным.

3. Медиадискурс национальной идентичности: субдискурсы, темы, читательские комментарии

Медиадискурс национальной идентичности включает в себя публикации как непосредственно об этой проблеме (это характерно преимущественно для немецкой прессы), так и косвенно касающихся формирования идентичности (субдискурсы международных спортивных соревнований, конкурсов, событий современной культуры и памятных исторических дат).

Так, немецкие медиа нередко рассказывают о новейших научных исследованиях в области идентичности. Чаще всего медиа транслируют современное европейское понимание идентичности: «Идентичность – это уже давно не что-то однозначное, а балансировка. Она может меняться с течением жизни, однако всегда остается ядро личности» (Westhoff/Die 2015).

Журналистские публикации показывают непростое отношение немцев к патриотизму после 1945 года, а журналисты стремятся продемонстрировать аудитории, как можно не быть националистом, но быть патриотом (Kronenberg 2014). Обращаясь к теме современной немецкой идентичности, журналисты пытаются ответить на вопрос, что же образует ее фундамент, исходя из исторического опыта и ситуации в мире сегодня. Общие тезисы таковы: Германия стремится к открытости, многообразию, противодействует дискриминации, видит будущее за интеграцией мигрантов (Appenzeller 2016).

Ряд СМИ отмечает также и кризисные явления. Так, на фоне миграционного кризиса в Германии отмечается распространение праворадикальных движений и рост националистических настроений в сторону отказа от европейской интеграции (Arnold/Bischoff 2015; Saleh 2015).

Российские СМИ также уделяют внимание размыванию европейской идентичности из-за проблемы с беженцами и на сложность изменить ситуацию из-за политкорректности (Юсин 2018). Освещается конфликт внутри самой Германии: одна часть населения верит в Евросоюз и объединенную Европу, другая выступает за сохранение национальной идентичности и голосует за правые партии (Шестаков 2019).

В российских СМИ последних пяти лет наблюдаются как попытки укрепления национального самосознания посредством усиления пропаганды социальных ценностей, традиционных семейных укладов, здорового образа жизни, а также акцента на историческом прошлом страны. Русский язык упоминается как предмет национальной гордости, находит и отражение

кризис идентичности, потеря корней, утрата ориентиров и веры в позитивное будущее России.

В российских медиа тема российской национальной идентичности нередко связана с президентом страны В. В. Путиным. Регулярно приводятся цитаты президента о необходимости укреплять национальную идентичность:

- (1) Мне представляется, (что) мы всегда должны поднимать эту тему – нашей национальной идентичности. Это то, что нас делает теми, кто мы есть. Это наша культура, наша история» (Россияне должны... 2018).

Публикуется аналитика о положительных тенденциях в формировании национальной идентичности россиян и росте патриотических чувств:

- (2) Российская идентичность выросла на 10 процентных пунктов. (там же),
- (3) Всплеск патриотических чувств в российском обществе связан, прежде всего, с результатом присоединения Крыма и ситуации в Сирии (там же).

Однако оппозиционные издания критически настроены к предложенному президентом определению российской нации, утверждая, что оно подходит только для 84% россиян (Путин утвердил определение... 2018). В медиаполе можно встретить и резкие заявления о конфликте Запада и России, насаждающие образ врага:

Идентичность сегодняшнего Запада и российских либералов — это ненависть к нашей стране. Мы очень хорошо помним, как эти люди оклеветали нас и отняли у нас летнюю Олимпиаду, разрушив жизни наших спортсменов (Делягин 2018).

О российской национальной идентичности немецкие журналисты пишут также в связи с политикой Путина, отмечая, что Путин восстановил в сознании россиян утраченную после распада СССР национальную гордость, представление о России как о великой державе, однако сейчас недовольство президентом растет из-за многочисленных нерешенных социальных проблем (Sherwin 2019). Подчеркивается, что национальная идентичность России – это смесь православной и советской традиции. Путина критикуют за использование Чемпионата мира по футболу 2018 в своих целях, для поддержания имиджа России как великой державы и упрекают в инсценировке культурной войны против Запада, а также в поддержке европейских правых сил, которые выступают против ценностей ЕС (Mommssen 2018).

В поле зрения автора статьи попали также публикации, в которых национальная идентичность не является главной темой, однако они входят в означенный медиадискурс как субдискурсы благодаря тому развитию темы, которая возникает в комментариях к журналистским публикациям. Это субдискурс-

сы спорта, культуры и публикации, связанные с символической политикой в отношении прошлого. При этом, речь идет здесь о событиях международного масштаба, уровня Олимпийских игр или Международных фестивалей. К теме национальной идентичности относится, например, интервью об исследовании феномена немецкого футбольного патриотизма: в Германии в большинстве случаев выражение национальных чувств является табу, а соревнование по футболу – это одно из немногих событий, когда немцы могут без сомнений открыто гордиться своей национальной принадлежностью (Mommesen 2018).

Кстати, тема спорта в медиаполе как субдискурс формирования национальной идентичности рассмотрена в медиалингвистике на примере Олимпиады 2016. Показано, как Олимпиада «послужила поводом как для конструирования национальной идентичности в медиаполе журналистами, так и для репрезентации ее комментаторами» (Асташкина 2017, 2).

Что касается российских СМИ, то тема идентичности возникает в комментариях о коммеморации чаще всего в оппозиционной «Новой газете»:

- (4) 9 мая — опорный символ национальной идентичности в нынешней России, основа коллективной гордости и самоуважения, моральный капитал режима. Это наша Победа, мы не хотим делить ее ни с кем другим (Гудков 2019).

В газете «Коммерсантъ» чаще попадают события из культурной жизни, связанные с рассматриваемым феноменом:

- (5) Мы – российский народ
(6) Национальная идентичность русского народа в книге историка Валерия Тишкова
(7) О национальной идентичности можно и нужно говорить понятным языком и с научной позиции одновременно. Свидетельством тому – фрагмент книги известного историка и антрополога, академика Валерия Тишкова, выпущенная корпорацией «Российский учебник» (Мы – российский народ 2019).
(8) Во МХАТе заняли патриотические позиции (там же).

При этом интересно отметить, что абсолютное большинство оценок национальных особенностей в комментариях к текстам СМИ являются негативными, что объясняется критичностью и самокритичностью их авторов.

В 2020 году ресурс победы во Второй мировой войне активно используется в России в связи с дискурсом национальной идентичности под разными, порой неожиданными, углами зрения. Во-первых, многочисленные публикации федеральных медиа были посвящены решению впервые провести судебные процессы о признании факта геноцида народов Советского Союза нацистами в годы Великой Отечественной войны. Судебные процессы начались на территории особенно пострадавших районов страны на Северо-Западе. Во-вторых, тема национальной идентичности вошла в программные документы новых

партий, возникших в 2019–2020 годах. Интересен факт, что новые партии провозглашая своей целевой аудиторией молодежь и тех, кто прежде никогда не ходил на выборы, активно коммуницируют через социальные сети и мессенджеры, при этом используя ностальгические мотивы по советскому и ресурс победы в войне. Так, например, военная риторика, характерна, например, партии «За правду» писателя Захара Прилепина, ключевыми словами которой являются слова *русский* и *Россия*. При этом противопоставление России Европе не в пользу последней, пользуется, судя по комментариям, большой популярностью у целевой аудитории, что, в частности, можно объяснить находением страны несколько лет подряд под давлением санкций.

Результаты коммуникации новых партий очевидны: всего за полгода существования группы в соцсетях партии «Новые люди» и «За правду» набрали десятки тысяч просмотров и тысячи подписчиков.

4. Заключение

Таким образом, медиадискурс является как вербализацией ситуации с национальной идентичностью, так и важным ресурсом ее формирования, а исследование национальных идентичностей посредством анализа медиадискурсов различных стран является продуктивным. Медiateксты различных языковых культур выражают разные виды идентичности и тем самым отражают процессы глобализации и медиатизации общества. Помимо этого, большой потенциал для изучения идентичности имеют тексты в социальных сетях, так как страница в социальной сети нередко является визитной карточкой партии, лидера, способом его самовыражения, отражением его желаемого представления о самом себе.

Зачастую именно прошлое страны является основным ресурсом для формирования национальной идентичности, и тема военной истории особенно чувствительна для идентичности в России и Европе.

Можно предположить, что закрытие границ во время пандемии усилит национальные дискурсы, тем более, что правительства стран вынуждены в этих условиях делать акцент внутренних ресурсах и возможностях.

Тема репрезентации национальной идентичности требует сегодня комплексного подхода к исследованию в медиалингвистике, рассматривающей как тематические аспекты, речевые стратегии, так и языковые маркеры феномена не только в журналистских текстах, но и в комментариях читательской аудитории.

Библиография

- Асташкина, П. Г. (2018), Олимпиада 2018 как тематическая доминанта репрезентации национальной идентичности. В: Ученые записки Новгородского государственного университета. URL: <https://www.novsu.ru/univer/press/eNotes/1.1086055/?id=1439452> [доступ: 1 XI 2020].
- Ван Дейк, Т. (2013), Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Москва.
- Гудков, Л. (2019), Эпоха развитого милитаризма. В: Новая газета. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2019/05/09/80447-epoha-razvitogo-militarizma> [доступ: 1 XI 2020].
- Данилова, Н. (2014), Польша и поляки глазами российской публицистики. W: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. V/I, 133-148.
- Делягин, М. (2018), Идентичность современного Запада – это ненависть к РФ. В: <https://regnum.ru/news/sport/2436164.html> [доступ: 1 XI 2020].
- Каминская, Т. Л. (2017), Медийная личность ученого в Фейсбуке и идентичность. В: *Российская пиарология-3: тренды и драйверы*. Санкт-Петербург, 50-53.
- Кортунов, С. В. (2009), Национальная идентичность. Постижение смысла. Москва.
- Мазур, Л. Н. (2013), Образ прошлого: формирование исторической памяти. В: *Известия Уральского федерального университета. Серия. 2: Гуманитарные науки*, 243-256.
- Малахов, В. С. (2001), Идентичность. В: Степин, В. С. (ред.), *Новая философская энциклопедия*. Москва, 78-79.
- Мы (2019), Мы – российский народ. В: https://www.kommersant.ru/doc/3982756?query=национальная_идентичность [доступ: 1 XI 2020].
- Национальная (2020), Национальная идентичность и гордость. В: <https://www.levada.ru/2019/01/17/natsionalnaya-identichnost-i-gordost> [доступ: 6 XI 2020].
- Папилова, Е. В. (2014), Немцы глазами русских в художественной словесности XIX в. Москва.
- Чепкина, Э. В. (ред.) (2017), Проблемы конструирования идентичности в дискурсе сми под влиянием концепта «информационная война». Москва/Екатеринбург.
- Проказина, Н. В./Дорохова, Ю. В./Хатнюк, Н. Н. (2017), Историческая память о Великой Отечественной войне как ресурс патриотического и гражданского воспитания. В: *Среднерусский вестник общественных наук*, 260-271.
- Путин (2018), Путин утвердил определение российской нации. к ней относятся только 84% россиян. проверьте себя. В: *Медуза*. URL: <https://meduza.io/feature/2018/12/07/putin-utverdil-opredelenie-rossiyskoy-natsii-k-ney-otnosyatsya-tolko-84-rossiyan-proverte-sebya> [доступ: 1 XI 2020].
- Россияне (2018), Россияне должны укреплять свою национальную идентичность, считает Путин. В: *Взгляд*. URL: <https://ria.ru/20181018/1530980284.html> [доступ: 7 XI 2020].
- Шестаков, Е. (2019), Решающий бой. В: *Российская газета*. Федеральный выпуск. URL: <https://rg.ru/2019/04/29/politolog-poiavliaetsia-alternativa-nemecko-francuzskomu-motoru-vnutri-es.html> [доступ: 1 XI 2020].
- Ширяев, Н. С. (2017), Коммуникативные стратегии репрезентации национальной идентичности в политическом медиадискурсе (на материале английского и французского языков). Диссертация. Саратов.
- Юсин, М. (2018), Размывание европейской идентичности идет угрожающе быстрыми темпами. В: *Коммерсантъ*. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3661878> [доступ: 1 XI 2020].
- APPENZELLEN, G. (2016), Was uns Deutsche zusammenhält. *Der Tagesspiegel*. In: <http://www.tagesspiegel.de/politik/narrative-und-identitaet-was-uns-deutsche-zusammenhaelt/13977574.html> [доступ: 1 XI 2020].

- ARNOLD, S./BISCHOFF, S. (2015), Wer sind wir denn wieder? Nationale Identität in Krisenzeiten. Bundeszentrale. In: <https://www.bpb.de/apuz/223920/nationale-identitaet-in-krisenzeiten?p=all> [доступ: 1 XI 2020].
- ASSMANN, J. (2002), Das kulturelle Gedächtnis: Schrift, Erinnerung und politische Identität in den frühen Hochkulturen. München.
- BARING, G. (2017), Die Deutschen und ihre verletzte Identität. Berlin; München. In: <https://www.europa-verlag.com/Buecher/5933/DieDeutschenundihreverletzteIdentitt.html> [доступ: 1 XI 2020].
- BSCHELEIPFER, A. (2020), Der «caso Parmalat» in der Berichterstattung italienischer Print- und Rundfunkmedien. Eine Studie zur sprachlichen Markierung von Corporate Identity, lokaler und nationaler Identität Frankfurt am Main.
- KRONENBERG, V. (2014), Die zwei Gesichter der Vaterlandsliebe. The European In: <https://www.theeuropean.de/volker-Ferg/8877-wenn-patriotismus-zu-nationalismus-wird> [доступ: 30 X 2020].
- LAMMERT, N. (2011), Nationale Identität in einer zusammenwachsenden Welt. In: Die Politische Meinung, 55-60.
- MOMMSEN, M. (2018), Wie Russland um seine Identität ringt. Zentrum. Liberale. Moderne. In: <https://libmod.de/margareta-mommsem-wm2018-russland-verstehen-wie-russland-um-seine-identitaet-ringt/>
- OPPENRIEDER, W./THURMAIR, M. (2003), Sprachidentität im Kontext von Mehrsprachigkeit. In: Janich, N./Thim-Mabrey, Ch. (Hrsg.), Sprachidentität – Identität durch Sprache. Tübingen, 39-61.
- PELKA, D. (2016), Sprache als Träger nationaler Identität in Oberschlesien. Einige Bemerkungen zur Verwendung der Sprachen in Minderheitenzeitschriften für junge Deutsche in Polen. In: Sprache und Identität – Philologische Einblicke. Berlin, 271-281.
- SALEH, R. (2015), Als ich die deutsche Fahne hisste. Frantfurter Allgemeine. In: <http://www.faz.net/aktuell/politik/inland/debatte-um-nationale-identitaet-als-ich-die-deutsche-fahne-hisste-13432392.html> [доступ: 1 XI 2020].
- SHERWIN, E. (2019), 20 Jahre Putin: Bröckelt der Unantastbare? In: <https://www.dw.com/de/20-jahre-putin-br%C3%B6ckelt-der-unantastbare/a-49954017> [accessed: 01 XI 2020].
- Sprache (2017), Sprache ist wichtiger als herkunft. (2017), Zeit Online. In: <https://www.zeit.de/gesellschaft/zeitgeschehen/2017-02/nationale-identitaet-umfrage-herkunft-sprache> [доступ: 16 V 2020].
- Was von den folgenden (2011), Was von den Folgenden trägt ihrer Meinung nach am meisten zur nationalen Identität Deutschlands bei? In: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/180267/umfrage/besonders-wichtig-fuer-die-nationale-identitaet/> [доступ: 1 XI 2020].
- WESTHOFF, A./Die, J. (2015), Die Suche nach der eigenen Identität. In: http://www.deutschlandfunk.de/psychologie-die-suche-nach-der-eigenen-identitaet.1148.de.html?dram:article_id=315800 [доступ: 16 V 2020].

