

**Аспекты выражения ирландской национальной идентичности в СМИ.**

**Чурокаева Виктория Игоревна**

Студент (бакалавр)

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

E-mail: *bi11ka@mail.ru*

В быстро развивающемся современном мире становится острее проблема противоборства двух процессов: глобализации и национальной идентичности.

В ходе глобализации связи между различными странами укрепляются, происходят интенсивные процессы интеграции стран, формируются всемирные экономические, политические союзы, социальные организации, обмен культурным и научным опытом проходит быстрее - все это, казалось бы, несет за собой лишь благоприятные последствия.

Однако глобализация стремится «перемолоть» национальную идентичность, растворить в таких процессах, как: экономизация, демократизация, информатизация, культурная стандартизация и ценностная универсализация [2]. При этом, несомненно, произойдет потеря осознания национальной специфики культуры, ценностных ориентиров, языка и других важных составляющих любой нации [3].

Поэтому национальная идентичность понимается как некий «стержень» нации и определяется как «отношения по отождествлению индивида (или группы) как части другой группы, на основе общности происхождения, истории, территории, культуры, религии и языка» [1].

В данной работе мы исследуем проблему ирландской национальной идентичности на материале электронных газет.

В СМИ существует огромное количество мнений, касающихся сущности, особенностей национального характера жителей Ирландии.

В статье «*Why Ireland should look to Europe as well as America*» [5] газеты TheJournal.ie Кейт Катарина Фергюсон объясняла, почему в начале этого века Мэри Харни сказала, что Ирландия находится ближе к Америке, чем к Германии и Европе в целом. Автор пишет: «*Ireland's unique position wedged between Europe and America*». Именно «втиснувшись» между двумя «очагами культуры», ирландскому народу следует быть очень внимательными, чтобы не потерять свою индивидуальность. Однако кризис все-таки разгорается: «*Our identity crisis is totally understandable*». Его причины объясняются в следующем: «*We are a tiny, teddy-bear shaped island on the outskirts of Europe and on the passageway to America. We've only been independent since 1922. And we stayed out of the Second World War*». Такое представление создает в нашей голове образ маленькой, беззащитной и еще неокрепшей Ирландии, что усиливается метафорой «*a tiny, teddy-bear shaped island*» и фактами о приобретении независимости и неучастии во Второй мировой войне, т.е. Ирландия как подросток, который уже почти вырос, но ему еще не разрешено участвовать в делах «взрослых».

Также интересно восприятие Ирландии Америкой и Европой: «*Ireland is in a lucky place: we are liked by our neighbours on both sides. Americans find us charming and endearing and mainland Europeans find us wholesome, mysterious and other-worldly*». Так Ирландия предстает как очаровательный и милый «любимчик» для Америки, и как что-то загадочное, но все-таки чистое как ребенок для Европы. Эта оппозиция указывает на противоречивое отношение других стран, дилемму ирландского народа «с кем взаимодействовать», «кому подражать» и тот факт, что людям очень важно, что думают о них другие.

В другой статье этой же газеты «*This is a unique island - and it's time we regained our pride*» [4] журналистки Джуллианы Годсил кризис национальной идентичности ирландского народа раскрывается уже в заголовке. Фраза «*it's time we regained our pride*» звучит как призыв и одновременно вызывает у читателей вопрос, почему ирландцы утратили свою гордость. Журналистка 37 раз употребила лексему «*we*» и 15 раз - «*our*», тем самым отождествляя себя с аудиторией и включая себя в общность ирландского народа. Однако характерная для медийного дискурса оппозиция «*мы*» и «*они*» не проявляется настолько явно, что объясняется желанием автора не переносить основное внимание на «*других*», а сосредоточиться на ирландцах.

Сама страна представляется как «*a unique island*», «*this small island*» и «*our patch of green*», а народ Ирландии наделяется следующими характеристиками: «*an interesting mix of conflicting characteristics*», «*the musical nature of our people, the cultural heritage we assume as our birthright and the energy of a people*», «*we do excel in carrying our culture, words, songs and stories*», где эмфатическая конструкция с глаголом *do* служит для усиления положительного образа народа, «*the darlings of Europe*», «*an educated population*», «*we had world beating sports people, authors, inventors, creators, innovators, dreamers, musicians, poets, filmmakers and scientists... We still do. We have let the workings of a few distort the work of the many. We have not changed as a nation. We are still those heady, creative, intelligent, warm and educated people*» - во всех без исключения примерах видна безмерная гордость за национальный характер, за все то, что имеет нация.

В заключительном абзаце Джуллиана Годсил пишет: «*It is time to stop being the underdog. It is time to examine what we have. It is time to build a new future*». Анафорическое начало усиливает эффект призыва, апелляции к чувствам аудитории. Триединство, на которое должно, по мнению автора, обращать пристальное внимание, заключается в том, чтобы перестать воспринимать самих себя как неудачников, ценить то, что есть, и, наконец, правильно выстраивать свою жизнь.

Таким образом, на основе проанализированных примеров можно выявить частный случай противоборства глобализации в своем расцвете и национальной идентичности Ирландии, которая переживает кризис.

### Источники и литература

- 1) Исайкин Д. М. К вопросу о праве народов на национальную идентичность // Социально-политические науки. 2012. №3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-prave-narodov-na-natsionalnuyu-identichnost> (дата обращения: 15.10.2014).
- 2) КОРТУНОВ С. В. Национальная идентичность: Постигание смысла / С. В. КОРТУНОВ. — М.: Аспект Пресс, 2009. — 589 с. URL: <http://www.ino-center.ru/doc/national-identity.pdf> (дата обращения: 01.03.2015).
- 3) Русских Л. В. Идентичность: культурная, этническая, национальная // Вестник ЮУрГУ. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2013. №2. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/identichnost-kulturnaya-etnicheskaya-natsionalnaya> (дата обращения: 15.10.2015).
- 4) *This is a unique island – and it's time we regained our pride*. URL: <http://www.thejournal.ie/readme/column-this-is-a-unique-island-%E2%80%93-and-it%E2%80%99s-time-we-regained-our-pride-437582-May2012/> (дата обращения: 02.02.2015).
- 5) *Why Ireland should look to Europe as well as America*. URL:

<http://www.thejournal.ie/readme/boston-berlin-kate-katharina-ferguson-587767-Sep2012/> (дата обращения: 02.03.2015).