

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-7-71-58>

УДК 81'373.48

Храбан Т.Е.

кандидат филологических наук,

доцент кафедры иностранных языков

Военный институт телекоммуникаций и информатизации

ОППОЗИЦИЯ «СВОЙ – ЧУЖОЙ» В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ УКРАИНСКОГО СЕКТОРА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ВО ВРЕМЯ РОССИЙСКО-УКРАИНСКОГО КОНФЛИКТА

Аннотация. Статья на примере особенностей функционирования оппозиции «свой – чужой» в интернет-мемах украинского сектора социальных сетей показывает, что в настоящее время для интернет-пространства характерна тенденция, противоположная процессу глобализации, а именно – культурная дифференциация, поиск и защита собственной идентичности участниками интернет-сообществ. Анализ интернет-мемов украинского сектора социальных сетей доказал, что наиболее значимыми для дифференциации «чужих» являются причастность к вооруженной агрессии и дестабилизации ситуации на Украине; специфика мыслительных процессов, отражающая мировоззренческие установки и ценностные приоритеты субъектов; культурные и языковые отличия. Чувствительность параметров оценки для категоризации «своих» иная: ценностные предпочтения национального самосознания; превалирование гражданских ценностей; нравственные качества; принадлежность к определенному этносу. Для моделирования образа «чужого» в вербальных компонентах интернет-мемов используются маркеры конфликтного дискурса, а для моделирования образа «своего» – вербальные знаки интеграции.

Ключевые слова: интернет-мемы, культурная дифференциация, социальные сети, оппозиция «свой – чужой».

Khraban Tetayna

Military Institute of Telecommunications and Informatization

OPPOSITION «AKIN – STRANGER» IN THE INTERNET MEMES OF THE UKRAINIAN SECTOR OF SOCIAL NETWORKS DURING THE RUSSIAN-UKRAINIAN CONFLICT

Summary. Basing on the examples of the opposition «akin – stranger» functioning in the Internet memes of the Ukrainian social networking sector this article shows that at present the Internet space has a tendency that is opposite to the globalization process, namely, cultural differentiation, search and protection of Internet users' identity. Internet memes of the Ukrainian social networking sector are the material for this article. Discourse analysis, semantic and comparative analysis were used to study previously mentioned problem. In the article the opposition «akin – stranger» is considered as a linguistic-cultural category, which reflects cultural, psychological and linguistic parameters. This approach allows defining the opposition «akin – stranger» as a mental structure based on the identification of the individual's identity with a certain community which is understood as «akin» and separating themselves from some continuum the correlation with which defines as «stranger». The most significant features for the identification of «strangers» in the Internet memes of the Ukrainian social networking sector are involvement in armed aggression and destabilization of the situation in Ukraine, intellectual process specificity reflecting subjects' ideological attitudes and value priorities, cultural and linguistic differences. The evaluation parameters sequence for identification «akin» is different: the value preferences of national awareness, the prevalence of civic values, moral qualities and membership of a particular ethnic group. In the Internet memes markers of the conflict discourse are used to construct the image of the «alien». Verbal signs of integration are used to construct image of «akin». The cause of the emergence of the «akin – stranger» opposition in the Ukrainian sector of social networks is the value conflict through the confrontation between the two value systems. With the constant reproduction of emotional reactions towards the components of the opposition taking place in the Internet memes of the Ukrainian sector of social networks the opposition «akin – stranger» transforms into «akin – enemy».

Keywords: Internet memes, cultural differentiation, social networks, the opposition «akin – stranger».

Постановка проблемы. Стремление стран к межкультурной коммуникации, распространению своих культурных, политических, экономических ценностей, создает условия для возможности навязывания своего мировоззрения и программирования сознания представителей другой культуры с целью внедрения чуждых ей ценностей. Это порождает углубление противоположной тенденции – культурной дифференциации, поиска и защиты собственной идентичности. В настоящее время, когда человечество переходит от непосредственного познания окружающего мира к познанию мира виртуального, который усиленно преподносится как реальный, эти два взаимоисключающих

процесса активно разворачиваются в интернет-пространстве. При этом онлайн-социальные сети, обладающие чрезвычайной популярностью, являются одним из основных инструментов суггестивного воздействия на значительную часть населения в современном мире [10, с. 7], поскольку одна из основополагающих идей развития интернета – концепция Web 2.0, которая «позволила интернет-пользователям создавать контент, а не просто потреблять онлайн-материал» [12, с. 52], получила возможность своей реализации именно в социальных сетях. Поэтому адаптация интернет-пространства социальных сетей для суггестивного воздействия не должна удивлять. Однако, как доказывает практика,

противодействие украинского интернет-сообщества суггестивному воздействию привело к стремлению к национальной самостоятельности и независимости, возвращению к своей культуре и, соответственно, к национальному и профессиональному началу: «пафос национального освобождения на время ставит этнический менталитет в иерархии культурных ценностей выше, нежели какую бы то ни было глобализацию, ассоциировавшуюся исключительно с империалистическим господством мировых держав» [2, с. 29]. Оперировав утверждением, что культура существует лишь опираясь на множество представлений, образов и мифов, которые существовали и распространялись на протяжении всей истории человечества, а самопознание культуры достигает полноты лишь в финале ее исторического цикла, Н. Хренов утверждает, что самоидентификация нации предполагает участие в этом процессе неслухной (чужой) культуры для обретения полноты знания о себе: «Знание чужих культур может быть чрезвычайно важным для самопознания, понимания мира и практических отношений. Но во всем этом мы понимаем и утверждаем только самих себя, формируем, сколько бы мы ни приспособлялись к чужим культурам и как бы ни воспринимали их, только самих себя такими, как мы сложились и создавались в течение тысячелетий» [2, с. 65]. Кроме того, «без феномена врага достичь в массовых обществах солидарности невозможно» [2, с. 63]. Как средство для самопонимания и даже для самообновления своей культурно-национальной идентичности, а также для объединения страны используются контрасты, а именно оппозиция «свой – чужой».

Анализ исследований и публикаций.

Большой вклад в исследование различных аспектов оппозиции «свой – чужой» внесли Т. Матвейчева [8] (рассмотрено оппозицию «свой – чужой» как принцип моделирования мира и взаимодействия между представителями разных культур), О. Шостаки [11] (исследовано специфику выявления оппозиции «свой – чужой» в процессе формирования национальной идентичности коренных народов Северной Америки), Я. Зайцева [3] (проанализировано методы исследования оппозиции «свой – чужой» в современных парадигмах гуманитарного знания), Г. Ковалева [4] (охарактеризовано особенности оппозиции «свой – чужой» в процессе формирования национальной идентичности в условиях глобализации), Т. Семашко [9] (установлено пределы базовой модели концептуальной оппозиции «свой – чужой» в аспекте этнической стереотипизации) и другие.

Цель статьи – выявить и описать специфику оппозиции «свой – чужой» в интернет-мемах украинского сектора социальной сети Facebook во время российско-украинского конфликта.

Материал и методы исследования. Материалом для статьи послужили интернет-мемы украинского сектора социальной сети Facebook. Методологической основой для осмысления оппозиции «свой – чужой» стал принцип бинарных оппозиций. Отражение оппозицией «свой – чужой» меж- и внутриэтнических, культурных и политических отношений обусловило необхо-

димость обращения к различным методам лингвистического анализа, в частности к дискурс-анализу, семантическому и сравнительному анализу.

Изложение основного материала. В статье оппозиция «свой – чужой» разглядывается как лингвокультурологическая категория, в которой отражены культурные, психологические и языковые параметры. Такой подход позволяет определить оппозицию «свой – чужой» как «ментальную структуру, основывающуюся на самоощущении личности с определенной общностью, понимаемой как «свой», и отграничении себя от некоего континуума, соотносении с которым определяет «чужих» [7, с. 13]. Объекты категории «свой – чужой» в интернет-мемах украинского сектора социальных сетей репрезентируют те параметры, на основании которых происходит противопоставление «своего» и «чужого» в социальных сообществах и группах, критерием объединения которых являются различные идеологические позиции. Интернет-мемы, созданные на основании оппозиции «свой – чужой», отображают систему представлений интернафтов, которая «маскирует истинное отношение одной личности до других с помощью конструирования воображаемых отношений между людьми, а также между людьми и социальными структурами» [5, с. 168], а также «управляет всеми аспектами социального и приобретает в дискурсе реальную материальность в лингвистическом знаке» [5, с. 168]. Представления о «своих» и «чужих» можно представить как единство двух компонентов – когнитивного и эмоционального. Когнитивный компонент содержит комплекс убеждений, которые могут быть как обоснованными, так и необоснованными, и создаются на основе чувственно-наглядного представления, отражающего содержание полученных знаний и опыта в процессе концептуализации и категоризации объекта реальной действительности. В рамках когнитивной деятельности формируется модель «свой – чужой», а основные языковые механизмы обеспечивают материализацию этого образного представления и наделяют концептуализируемую сущность реального мира определенным словом-названием. Обобщающая сила слова как результат когнитивных механизмов обобщения и абстрагирования позволяет актуализировать содержание понятия «свой» и «чужой», выделить константу (определенное концептуальное ядро), то есть ту «антропоцентрическую характеристику, которая присуща всем без исключения референтам и отражает ту роль, которую они играют для носителя языка в рамках его категоризации таксономии мира» [6, с. 12]. Не менее важным представляется и эмоциональный компонент оппозиции «свой – чужой», который представлен в интернет-мемах. Следует отметить негативную роль эмоционального компонента для формирования обобщенного, упрощенного представления о «своем» и «чужом», которое часто недостоверно или неполно, согласно общей модели «Чужие – все одинаковые». Инверсия смысла происходит в результате процессов генерализации и переноса, когда «сознание переносит признак одного объекта на ряд объектов того же класса, в результате чего происходит редукция индивидуальных

признаков объекта» [1, с. 7]: *Как сказать россиянину «друг» и обняться по-братски при встрече, если нет у солдата рук – оторвало по самые плечи? Этот «друг» в нас кидал гранаты и разжег в Украине костер. Не хочу я такого «брата», не хочу я таких «сестер».* В приведенном примере употребление лексем *россиянин* (маркер «чужого») и *солдат* (маркер «своего») в единственном числе указывает на универсализацию всего населения разных стран только в однозначных упрощенных образах, что в дальнейшем может привести к возникновению предубеждений, которые «сваиваются» не только как когнитивная схема, но и как определенный «набор эмоций» в отношении «чужого» [1, с. 9]. Для оппозиции «свой – чужой» характерно восприятие «своего» как нормы, а не альтернативы «чужому» [1, с. 9], однако, при постоянном воспроизводстве эмоциональных реакций на компоненты оппозиции, что присуще интернет-мемам украинского сектора социальных сетей, оппозиция «свой – чужой» принимает вид «свой – враг». Такое упрощенное восприятие оппозиции «свой – чужой» в дальнейшем может стать причиной коммуникативной неудачи при налаживании диалога.

Для изучения специфических особенностей репрезентаций оппозиции «свой – чужой» в интернет-мемах украинского сектора социальных сетей считаем целесообразным рассмотреть существующие тематические группы (ТГ) оценочного выражения категорий «своего» и «чужого». Самой продуктивной ТГ «чужого» выявилась «Чужие – завоеватели», которая представлена в 78% проанализированных интернет-мемов (рис. 1).

В данной ТГ актуализируются следующие смысловые компоненты: «вероломность» (*Выйти за грибами в лес, принеся поганки, на чужую землю влезть незаметно в танках, убеждать что «ихтамнет» и прослыть пройдохой – скажет даже дряхлый дед: «Это архиплохо!»; Я не люблю, когда стреляют в спину, я также против выстрелов в упор...»). Я не хочу, чтоб жили в Украине подвнящие в Донбассе триколор); «жестокость» (*Над Донбассом – кромешний ад, все смещалось – молитвы, проклятья. Кровью залиты дворик и сад – то гостят у нас русские «братья»); «зло» (Скільки іще хрестів витешуть**

нам убивці? Скільки ще блок-постів ворожі гармати знищать? Скільки сиріт та вдів лишиться на узбіччі, попливе човнів наших героїв в вічність? Скільки «котлів» для нас хтось припасе на потім? Доки ще ця війна буде тривати, доки?); «горе» (Мені байдуже, чи їх Бог простить, та я Орду ніколи не пробачу за Україну, що в огні горить, і на колінах за синами плаче! Я не пробачу...); «алчность» (Русский, не возжелай страну ближнего своего, и свободу его, и Крым его, и Донбасс его, и сало его. И не застрянут вилы его у тебя в горле!); «аннексия» (Загиблям патріотам за свободу України проти російського загарбника – ВІЧНА СЛАВА!; Російська мова в Україні завжди була мовою ОКУПАЦІЇ; Отдыхаешь в Крыму – кормишь оккупанта!); «злодеяние» (Помни, Россия, наша кровь – на твоих руках, и ее не отмыть никак!).

Следующей по представленности в интернет-мемах является ТГ «Чужие – алогичны» – 13% (рис. 2).

Анализ вербальных составляющих интернет-мемов позволил выделить следующие смысловые компоненты: «странность» (*Россияне – удивительный народ: у них можно забрать автомобиль на случай войны, пенсии – на случай мира и мозги – на всякий случай); «безумие» (Какую же логику надо иметь, чтобы гордиться тем, что твоя страна может уничтожить всю планету. Только подумайте: не накормить или обустроить, а уничтожить! Долбанные милитаристы); «ограниченность» (Россияне ненавидят вещи, которые никогда не видели: свободу, демократию, честные выборы, смену власти, правосудие и Америку); «противоречие» (У русских две мечты: победить Америку и получить гринкарту...); «сумасбродство» (То есть ты хочешь сказать, что есть страна, где сегодня уничтожили 300 тонн еды и радуются этому?); «несообразность» (Лучше всего русский характер раскрыт в «Муму». Вместо того, чтобы отвинтить голову барыне-садистке, немой Герасим пошел и утопил лучшего друга).*

Репрезентация оппозиции «свой – чужой» тематической группой «Чужие – варвары» составляет 9% (рис. 3).

Представитель какого-либо народа – это в первую очередь носитель культуры и языка этого



Рис. 1. Тематическая группа «Чужие – агрессоры»



Рис. 2. Тематическая группа «Чужие – алогичны»



Рис. 3. Тематическая группа «Чужие – варвары»

народа [7]. Словом «варвар», известным во всех европейских и некоторых азиатских языках, изначально называли чужеземцев, говоривших на непонятном языке. С целью дифференциации, размежевания двух народов в интернет-мемах акцентируется внимание на языковых отличиях: «У вас є сок?» – «Не сок, а сік.» – «То дайте сіку.» – «Не сіку, соку.» – «Я так пойняв, у вас тут ніхто не нап'ється». Поскольку украинский и русский языки относятся к одной группе восточнославянских языков, имеют сходную грамматику и значительное лексическое единообразие, создатели интернет-мемов прибегают к языковой игре: *Дякую тобі боже, що я – кіт, а не кот; В Україні даже кошек ненавидят! Я лично слышал, как они кричали: «СМЕРТЬ КАТАМ!»*. Как определенный шаг в создании образа «чужого» можно рассматривать интернет-мемы, которые подчеркивают различия во внешности, включая выбор одежды: *Українці и русские не братья. И не сестры. У них даже форма ушей разная. У украинцев на ушах лапша не держится; Невероятно, но факт: при появлении большого количества иностранцев в России, мокшанские мужики начинают ходить в кокошниках*. Неприятие «чужих», в том числе на уровне бытовой культуры, отражено в примерах, актуализирующих такие смысловые компоненты: «пьянство» (*Секрет побед российской сборной раскрыт: «Играйте так, как мы за вас бухаем!»; Выпила водку – береги пилотку!»*); «воровство» (*Новина: В турецких готелях, щоб росіяни не крали рушники, турки вишивають на них «СЛАВА УКРАЇНІ!»*); «этикет приема пищи» (*Слово «лопата» происходит от слова «лопаты» – употребляя пищу быстро, с апетитом»*); «национальная кухня» (*«Тату, а що таке «щі»? – «Щі», синку, це вода, якою помили каструлю після борщу!»*); «зависть» (*Знайдено жабу, яка душить москалів*).

Таким образом, анализ тематической группы «Чужие – завоеватели» доказывает, что категория «чужого» в интернет-мемах украинского сектора социальных сетей приобретает резко пейоративную окраску, ассоциируется с агрессией, посягательством на суверенитет и независимость Украины. Тематические группы «Чужие – алогичны» и «Чужие – варвары» указывают на то, что причиной возникновения оппозиции «свой – чужой» в украинском секторе социальных

сетей стал ценностный конфликт как результат противостояния двух ценностных систем.

Для моделирования образа «чужого» в вербальных компонентах интернет-мемов используются маркеры конфликтного дискурса: оценочные слова (*архиплохо*), просторечные глаголы (*на чужую землю влезть*), стилистически сниженная лексика (*долбаные милитаристы, лопать*), язык вражды (*москалы, ватники*), инвективная лексика, отрицательная частица *не* (*не пробачу, не братья, не люблю*), идиомы с отрицательной коннотацией (*отвинтить голову*), местоимения и местоименные слова с префиксом *ни-* (*никогда*), проклятия (*горить у пеклі, щоб повиздихали*), слова-интенсификаторы (*невероятно, какую же логику надо иметь*), вопросительные и восклицательные предложения с имплицитным вызовом (*То есть ты хочешь сказать...?; Только подумайте...!*).

Интернет-мемы, репрезентирующие образ «своего» в украинском секторе социальных сетей, были поделены на такие ТГ: «Свои – патриоты», «Свои – герои», «Свои – потомки украинских казаков». ТГ «Свои – патриоты» представлена в 49% проанализированных интернет-мемов (рис. 4).

Вербальное наполнение ТГ «Свои – патриоты» основывается на понятии ценностных предпочтений национального самосознания, превалировании гражданских ценностей, которые являются одним из структурных элементов духовной культуры, над индивидуальными: *Наша сила – в братстві та в любові до мови, до землі, її краси; Нема без кореня рослини, а нас без – України; Українець – це не паспорт. Українець – це не місце прописки. Українець – це душа, це гідність, це свобода, це честь і правда, це любов і похвала до свого ближнього*.

Тематическая группа «Свои – герои» также имеет большой удельный вес в репрезентации оппозиции «свой – чужой» – 46%.

В данной ТГ акцентируются нравственные качества. Характеристика этих качеств выступает как критерий определения «своих», а также как эмоциональная оценка групповой принадлежности: *благородство (Маю честь битися за Україну); верность делу, долгу, слову (Благословенна та держава, що має відданих синів!); вильнолюбство (Українець – отже вільний; Воля! Гідність! Справедливість!); искренность, открытость к сотрудничеству, отзывчивость (З Україною можна*



Рис. 4. Тематическая группа «Свои – патриоты»



Рис. 5. Тематическая группа «Свой – герои»

товаришувати – вона добродушна! З Україною можна співпрацювати – вона чесна! Україну можна попросити – вона щедра! З Україною не можна воювати – вона непереможна!); бестрашние (Безстрашні, чудові українські військові); решимость (В мені тече кров українського роду, його велич і сила сплелись між віків. Я – патріот! І борюсь за свободу, я вперто зламаю усіх ворогів!); чувство собственного достоинства (Українці ми, і нехай на вік запам'ятає ворог, що лише тоді стаємо на коліна, коли цілуємо український прапор); непоколебимость (Це – мій край, і нікуди не відступати).

Интернет-мемы, относящиеся к тематической группе «Свой – потомки украинских казаков», составляют 5% (рис. 6).

Данная тематическая группа отражает формирование этнической самоидентификации, которая основывается на использовании тех архетипов, которые необходимы членам интернет-сообществ для объяснения окружающего мира и позиционирования себя в отношении «чужих». Изображаемые в интернет-мемех символы украинского казачества отсылают к реальным прототипам и их героическим подвигам: На диялова є хрест, а на ворога – меч; Всі думали, що Україна на колінах, а виявилось, що вона шукала шаблю; Хто зброю в руки брав, назад в кайдани не вернеться; Будь гідним своїх предків – Україна понад усе; І повстала Україна за свою свободу, розбудила чисту силу козацького роду!; Рабів до раю не пускають!; Нація жити доти, доки житиму чоловіки, готові за неї воювати; Я – нащадок козака! Я – воїн! Я захищу свою землю! Использование архетипа казачества и ее символики не только дает возможность соотносить себя с историческим прошлым, почувствовать свои корни, но и позволяет удовлетворить стремление участников интернет-сообществ к чувству общности, порожденному одновременно у многих ощущением причастности к своей истории, культуре, традициям, ритуалам. Кроме того, архетип казачества создает у участников интернет-сообществ ощущение неповторимости и избранности, а также значимости всего, что связано с родным этносом, выявляет непо-

хожесть и раскрывает такие специфические черты, какие позволяют не слиться с «чужими».

Таким образом, категория «своего» в интернет-мемех украинского сектора социальных сетей имеет исключительно позитивную оценку, а в центр внимания ставится ценностная система и нравственные качества представителей «своего».

Для моделирования образа «своего» в вербальных компонентах интернет-мемов используются специализированные вербальные знаки интеграции: лексемы совместности (Ця теж колись закінчиться війна, позаростають бліндажі, окопи... А в душах наших виросте стіна, відділить тих, хто нас назвав «українці!»); формулы причастности (Моліться, люди України, за тих, хто на передовій! Моліться за чужого сина, щоб вас колись потішив свій! Ті хлопці нам не є чужими, бо нашу волю бережуть. Вони не знають, чи живими до матерів колись придуть...), местоимение мы (Українці привітливі та добрі, але ми зітремо з прадавнього меча кров тих, хто витирає свої загарбицькі чоботи об нашу доброту!); вокативы с коннотацией 'мы' (Українцю, тепер мало любити свою країну – за неї треба боротися!). Важным маркером «своих» и «чужих» являются прагматы, функцию которых в интернет-мемех украинского сектора социальных сетей выполняют лексемы солдат, воин, хлопці, герой, захисник Вітчизни (Нехай благословить вас Божя Мати. Вертайтесь з перемогою, солдати!; Тримайтесь, хлопці! За вас молиться вся Україна! З вами Бог! За вами Україна і ваш народ!; Нехай кожна мати, жінка і дівчина України дочекається вдома живим свого воїна-захисника! Слава героям!).

Выводы. Анализ интернет-мемов украинского сектора социальных сетей доказал, что при оценочном выражении категории «свой – чужой» представители интернет-сообществ воспринимают «свое» исключительно как позитивное, а «чужое» – только как негативное. Такое упрощенное трактование оппозиции «свой – чужой» приводит к ее трансформации в оппозицию «свой – враг». Наиболее значимыми для дифференциации «чужих» являются: причастность к вооруженной агрессии



Рис. 6. Тематическая группа «Свой – потомки украинских казаков»

и дестабилизации ситуации на Украине (78%), специфика мыслительных процессов, отражающая мировоззренческие установки и ценностные приоритеты субъектов (13%), культурные и языковые отличия (9%). Чувствительность параметров оценки для категоризации «своих» иная: ценностные предпочтения национального самосознания, превалирование гражданских ценностей (49%), нравственные качества (46%), принадлежность к определен-

ному этносу (5%). Для моделирования образа «чужого» в вербальных компонентах интернет-мемов используются маркеры конфликтного дискурса, а для моделирования образа «своего» – вербальные знаки интеграции.

Перспективы дальнейших исследований. Перспективной является дальнейшая разработка данной темы в контексте анализа интернет-мемов с позиции суггестивной лингвистики.

Список литературы:

1. Балясникова О.В. «СВОЙ-ЧУЖОЙ» в языковом сознании носителей русской и английской культур : автореф. дисс. ... канд. филол. наук :10.02.19. Москва, 2003. 24 с.
2. Хренов Н.А. Диалог цивилизаций в эпоху становления глобальной культуры. Москва : ГИИ, 2012. 518 с.
3. Зайцева Я.В. Оппозиция «СВОЙ – ЧУЖОЙ» в культуре: история становления и современные подходы к изучению. *Вестник ТвГУ. Серия: Филология*. 2013 № 2. С. 171–176.
4. Ковальова Г. Опозиція «свій – чужий» при формуванні національної ідентичності в контексті глобалізації. *Наукові записки. Серія «Філософія»*. 2009. № 5. С. 84–91.
5. Интернет-комунікація в діяльності інститутів сектору безпеки: теоретико-прикладний аспект : Монографія. Редактор: Компанцева Л. Ф., Акульшин О.В. Луганск : ПП «Видавництво «Янтарь», 2013. 664 с.
6. Кошелев А.Д. Когнитивный анализ общечеловеческих концептов. Москва : Издательство Рукописные памятники Древней Руси, 2015. 280 с.
7. Матвеева А.А. Оценочная параметризация лингвокультурологической категории «свой-чужой»: на материале современного английского языка : автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Уфа: Башкир. гос. ун-т, 2011. 20 с.
8. Матвейчева Т.В. «Свое» и «чужое» как способ самоидентификации культуры. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2015. № 8 (50). С. 117–119.
9. Семашко Т. Межі дихотомії «свій» – «чужий» в аспекті етнічної стереотипізації. *Наукові записки ТНПУ. Серія: Мовознавство*. 2014. Вип. II (24). С. 238–243.
10. Остапенко А.Г., Паринов А.В., Калашников А.О., Щербakov В.Б., Остапенко А.А. Социальные сети и деструктивный контент. *Серия «Теория сетевых войн»*. 2017. Вып. 3. 274 с.
11. Шостак О.Г. Оппозиція «СВІЙ – ЧУЖИЙ» у сприйнятті національної ідентичності корінних жителів Північної Америки. *Вісник Національного авіаційного університету. Серія: Філософія. Культурологія: Збірник наукових праць*. Вип. I (25). Київ : НАУ, 2017. С. 137–143.
12. Prier L. C. J. Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare. *Strategic Studies Quarterly*, 2017. P. 85.

References:

1. Balyasnikova O.V. (2003). «Svoy-chuzhoj» v yazykovom soznanii nositeley russkoy i angliyskoy kultur [«Akin – stranger» in the linguistic consciousness of the speakers of Russian and English cultures]. Moskva. (in Russian)
2. Hrenov N.A. (2012). Dialog tsivilizatsiy v epohu stanovleniya globalnoy kulturyi [Dialogue of civilizations in the era of the formation of a global culture]. Moskva : GII. (in Russian)
3. Zaytseva Ya.V. (2013). Oppozitsiya «svoj – chuzhoj» v kulture: istoriya stanovleniya i sovremennyye podhody k izucheniyu [Opposition «akin – stranger» in culture: the history of formation and modern approaches to the study]. *Vestnik TvGU. Seriya: Filologiya*, 2, 171–176. (in Russian)
4. Kovalova G. (2009). Opozyciya «svij – chuzhyj» pry formuvanni nacionalnoyi identychnosti v konteksti globalizaciyi [The opposition «akin – stranger» in shaping national identity in the context of globalization]. *Naukovi zapysky. Seriya Filosofiya*, 5, 84–91. (in Ukrainian)
5. Kompanceva L.F., Akulshyn O.V. (2013). Internet-komunikaciya v diyalnosti instytutiv sektoru bezpeky: teoretiko-ptykladnyj aspekt [Internet Communication in the Activities of Security Sector Institutes: The Theoretical and Applied Aspect]. Lugansk: PP «Vydavnyctvo «Yantar»». (in Ukrainian)
6. Koshelev A.D. (2015). Kognitivnyy analiz obschechelovecheskih kontseptov [Cognitive analysis of human concepts]. Moskva : Izdatelstvo Rukopisnye pamyatniki Drevney Rusi. (in Russian)
7. Matveeva A.A. (2011). Otsenochnaya parametrizatsiya lingvokulturologicheskoy kategorii «svoj-chuzhoj»: na materiale sovremennogo angliyskogo yazyika [Estimated parametrization of the linguoculturological category of «akin – stranger»: based on the material of modern English]. Ufa: Bashkir. gos. un-t. (in Russian)
8. Matveicheva T.V. (2015). «Svoe» i «chuzhoe» kak sposob samoidentifikatsii kulturyi [«Own» and «alien» as a way of cultural identity]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 8 (50), 117–119. (in Russian)
9. Semashko T. (2014). Mezhi dyxotomiyi «svij» – «chuzhyj» v aspekti etnichnoyi stereotypizaciyi [The boundaries of dichotomy «akin – stranger» in the aspect of ethnic stereotyping]. *Naukovi zapysky TNPU. Seriya: Movoznavstvo*, II (24), 238–243. (in Ukrainian)
10. Ostapenko A.G., Parinov A.V., Kalashnikov A.O., Scherbakov V.B., Ostapenko A.A. (2017). Sotsialnyie seti i destruktivnyy content [Social networks and destructive content]. *Seriya «Teoriya setevyih voyn»*, 3. (in Russian)
11. Shostak O.G. (2017). Opozyciya «SVIJ – ChUZhYJ» u spryjnnyatti nacionalnoyi identychnosti korinnyx zhyteliv Pivnichnoyi Ameryky [Opposition «akin – stranger» in the perception of the national identity of the indigenous people of North America]. *Visnyk Nacionalnogo aviacijnogo universytetu. Seriya: Filosofiya. Kulturologiya: Zbirnyk naukovykh prac, I (25)*, 137–143. (in Ukrainian)
12. Prier, L. C. J. (2017). *Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare*. Strategic Studies Quarterly.