

УДК 316.77
DOI 10.52575/2712-7451-2025-44-3-440-448
EDN EOWOIJ

Особенности реализации концепта «свой» в телеграм-каналах военных корреспондентов

Колобова С.В.

Мариупольский государственный университет имени А.И. Куинджи
Россия, 287537, Донецкая Народная Республика, г. Мариуполь, пр-кт Строителей, д. 129 А
prgaga@mail.ru

Аннотация. Концепт «свой» играет важную роль в формировании групповой идентичности, что особенно актуально в период информационных войн и вооруженных конфликтов. В связи с текущей геополитической ситуацией репрезентация данного концепта в современных медиа-пространствах, таких как telegram, приобретает особую значимость. Несмотря на активное изучение данного концепта в сферах политологии и медийного дискурса, в социологии и журналистике особенности категории «свой» в публикациях военных корреспондентов практически не рассматривались. Целью данного исследования является выявление специфики репрезентации категории «свой» в telegram-каналах военных корреспондентов, а также определение его роли в формировании коллективной идентичности аудитории. В ходе исследования были использованы следующие методы: дискурс-анализ, метод концептуального анализа, метод контекстуального анализа, метод категориального анализа, а также метод обзора научной литературы. Исследование позволило выявить лексические и семантические маркеры концепта «свой». Изучены особенности, как явные (эксплицитные), так и скрытые (имплицитные), способов выражения категории «свой». Полученные результаты расширяют представление о механизмах идеологического воздействия на аудиторию telegram-канал. Исследование может быть использовано в преподавании курсов журналистики, социологии, политологии.

Ключевые слова: телеграм-каналы, военная журналистика, категория «свой – чужой», информационная война, манипуляция, медиабезопасность

Для цитирования: Колобова С.В. 2025. Особенности реализации концепта «свой» в телеграм-каналах военных корреспондентов. *Вопросы журналистики, педагогики, языкоznания*, 44(3): 440–448. DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-3-440-448. EDN: EOWOIJ

Representation of the “Friend” Concept in Telegram Publications of War Correspondents

Svetlana V. Kolobova

Mariupol State University named after A.I. Kuindzhi
129 A Stroiteley Ave., Mariupol 287537, Donetsk People's Republic, Russian Federation
prgaga@mail.ru

Abstract. The concept of "friend" (as part of the "friend or foe" dichotomy) plays a major role in the formation of group identity, which is especially important in the period of information wars and armed conflicts. Due to the current geopolitical situation, the representation of this concept in modern media spaces, such as Telegram, is of particular importance. Despite the active study of this concept in political science and media discourse, in sociology and journalism, the features of the "friend" category have not been considered in the publications of war correspondents. The study aims to identify the specifics of the representation of the "friend" category in the Telegram channels of war correspondents, as well as to

determine its role in shaping the collective identity of the audience. The following methods were used in the research: discourse analysis, the method of conceptual analysis, the method of contextual analysis, the method of categorical analysis, and the method of reviewing scientific literature. The paper explores features of both explicit (explicit) and hidden (implicit) ways of expressing the category of "friend" and reveals the lexical and semantic markers of this concept. The results obtained expand the understanding of the mechanisms of ideological influence on the Telegram channel subscribers. The research findings can be used in journalism, sociology, and political science courses.

Keywords: Telegram channels, war journalism, the "friend – foe" category, information war, manipulation, media security

For citation: Kolobova S.V. 2025. Representation of the "Friend" Concept in Telegram Publications of War Correspondents. *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 44(3): 440–448 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7451-2025-44-3-440-448. EDN: EWOIJ

Введение

В условиях современных военных конфликтов информация является не менее ценным ресурсом, чем оружие. Telegram-каналы военных корреспондентов служат важным источником сведений о новостях в зонах боевых действий. Эти авторские каналы создают уникальные образы «своих» и «чужих», формируя общественное мнение и поддерживая боевой дух участников боевых действий.

Актуальность тематики «свой — чужой» возрастает в связи с геополитической ситуацией, а медиаресурсы на базе популярных мессенджеров становятся все более влиятельным средством воздействия на аудиторию. Тем не менее существует не так много исследований, посвященных изучению языковых приемов, которые используются при обращении к данной категории в публикациях военных корреспондентов в telegram. Существующие работы, как правило, рассматривают вопросы журналистской этики и ответственности в условиях конфликта (Хоружая, Салчинкина [2017]) и общие закономерности военной пропаганды (Радюшкина, Фролова [2021]). Некоторые исследования посвящены изучению языка вражды и дегуманизации противника (Ильинская, Бирженюк, Ременюк [2023]), однако вопрос о том, как именно военные корреспонденты формируют положительный образ «своих» и какие языковые и риторические приемы при этом используются в Telegram, остается недостаточно изученным.

Целью исследования является выявление специфики языковой презентации концепта «свой» в telegram-каналах военных корреспондентов, а также определение его роли в формировании коллективной идентичности аудитории. Для раскрытия особенностей концепта «свой» в telegram-каналах военных корреспондентов мы поставили перед собой ряд задач: выявление основных характеристик образов «своих» в анализируемых публикациях, изучение стратегий и языковых средств, которые используются для формирования данных образов.

Материалы и методы исследования

Материалами исследования послужили публикации военных корреспондентов в telegram-каналах И. Либерман, А. Гусельникова, А.В. Сладкова, М.А. Наумовой и Г.С. Кубатьяна. В публикациях представлены образы «своих» — военнослужащих и представителей гражданского населения, которые занимают одну сторону в вооруженном конфликте между РФ и Украиной.

В ходе исследования мы использовали следующие методы: обзор научной литературы, дискурс-анализ, метод концептуального анализа, метод контекстуального анализа. Мы отбирали публикаций с концептом «свой», выраженным как эксплицитно с помощью соответствующих единиц «свои», «наши», «друзья», так и имплицитно.

Формирование данной категории мы рассматривали прежде всего на лексическом уровне, а также на уровне дискурса. При имплицитном выражении данной категории весьма значима роль контекста, что потребовало применения элементов дискурс-анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

Концепция «своего» и «чужого» в военной журналистике. Обзор

Культура невозможна без универсальных категорий. Данные категории представляют собой понятия и представления, универсальные для всего общества. Без универсальных категорий невозможно построение никаких философских, религиозных, эстетических или политических систем. Например, к универсальным категориям можно отнести число, судьбу, время, пространство, изменение, причину. Ряд авторов, например, Е.С. Ерёмкина [2022] и L. Angelino [2024, 2025] считают, что данный список универсальных категорий может быть расширен, и относят туда категорию «свой – чужой», обосновывая это тем, что она, во-первых, имеет переводные аналоги в других языках, во-вторых, состоит в разветвлённой сети связей с другими концептами и, в-третьих, широко представлена как в устных, так и в письменных текстах. Она является базовой для носителей различных культур, обусловливая выживание человека как вида [Ерёмкина, 2022].

Согласно С. В. Хоружей и А. Л. Салчинкиной, оппозиция «свой — чужой» является архетипической и отражает антиномию «космос — хаос». Наиболее актуальными данные категории становятся во время войны, когда победа над чужими, «неминуемо с применением насилия как средства преодоления кризисной ситуации», является главным условием для выживания на своей территории [Хоружая, Салчинкина, 2017, с. 31]. Поэтому в условиях военного конфликта и сопутствующего ему информационного противостояния данная категория является крайне актуальной и используется в качестве инструмента манипуляции авторами публикаций в СМИ. В мирное время категория также актуальна: например, как отмечают I. Stockheim, D. Perez, Ya. Podkamien [2024], она часто используется в сфере маркетинга и бизнес-коммуникаций для ухудшения имиджа конкурентов.

Как пишут И.Н. Коренецкая и С.Ф. Мацевич [2022], в современном обществе наблюдаются две тенденции. С одной стороны, люди и сообщества подвержены процессу глобализации, а с другой — стремятся к сохранению национальной идентичности. На фоне сложностей с самоидентификацией, которые они испытывают на фоне этих двух тенденций, возникает острая потребность в разграничении «своих» и «чужих». Таким образом, оппозиция «свой – чужой» активно используется в политическом дискурсе. Согласно А.А. Радюшкиной и О.О. Фроловой, политики активно прибегают к стратегиям принижения оппонентов и повышения собственного статуса, очерняя «чужих» и восхваляя «своих» [Радюшкина, Фролова, 2021, с. 2502]. Данные категории служат действенным инструментом манипуляции общественным сознанием, что позволяет активно использовать их в журналистике и пропаганде.

Также, согласно Ю.А. Арекеевой [2023], оппозиция «свое – чужое» коррелирует с такими концептами, как «семья», «Родина», «человек», «время», «язык», «пространство», «этнос». В концептосферу, сформированную на её базе, входят такие понятия, как «мужчина», «женщина», «Россия», «мир», «человек», «род, друг, дом, язык [Арекеева, 2023, с. 34]. Данные концепты особенно актуальны во время военных конфликтов, поскольку именно на них основываются идеи патриотизма. Как пишут Е.А. Ильинская, Г.М. Бирженюк, Н.Р. Ременюк [2023], категория «свой – чужой» выступает основополагающим ориентиром при самоидентификации индивида как члена семьи, общества, народа, религиозного сообщества.

Манипулятивный потенциал данной категории при её употреблении в политическом и новостном дискурсе проявляется в том, что зачастую «свое» маркируется как «хорошее», а «чужое» приравнивается к «плохому».

Мы согласимся с точкой зрения А.Ф. Юлдашбаева [2011], который утверждает, что категория «свой – чужой», несмотря на ее универсальность, является, скорее, субъективной и зависит от того, принимает ли индивид свое место в обществе.

С точки зрения реализации в тексте принадлежность к категории «свой» может быть выражена на различных языковых уровнях. Согласно И.Н. Коренецкой [2022], оппозиция «свой – чужой» может быть возведена до уровня универсальной категории, поскольку она реализуется на всех языковых уровнях и представлена во всех сферах бытия. Особенно чётко данная оппозиция проявляется на лексическом и синтаксическом уровнях.

Согласно А.А. Матвеевой [2007], существует два способа представления оценки при выражении категории «свой – чужой»: эксплицитный и имплицитный. Эксплицитный способ предполагает использование единиц общеоценочной семантики, в то время как имплицитный способ требует широкого понимания контекста. При имплицитном представлении категории нейтральные по коннотации единицы могут приобретать ситуативную оценочность.

Обобщение представленного обзора позволяет утверждать, что концепция «свой – чужой» является универсальной лингвокультурологической и аксиологической категорией. В военной журналистике она также является одной из основополагающих, поскольку вооруженный конфликт предполагает наличие строгого разграничения своих и чужих.

Репрезентация категории «свой» в telegram-каналах военных корреспондентов

В данном исследовании мы рассмотрели материалы пяти телеграм-каналов военных журналистов. Это каналы А.В. Сладкова, А. Гусельникова, Б. Либерман, Г.С. Кубатьяна и М.А. Наумовой, эмпирический материал которых наиболее репрезентативен и позволяет подробно рассмотреть реализацию концепта «свой» на разных уровнях.

Так, например, на канале Г.С. Кубатьяна ¹ представлен фрагмент биографии военнослужащего по имени Юрий (позывной «Карета»), который пришел в батальон имени Судоплатова: «*Я записался в БАРС-32, потому что это казачье формирование. Лучше со своими потерять, чем с чужими найти. А это – свои*». Образ «своего» формируется прежде всего за счёт использования пословицы, которую Юрий использует в речи: «*лучше со своими потерять, чем с чужими найти*». В её основе лежит противопоставление, которое призвано подчеркнуть ценность и важность пребывания вместе со «своими» людьми, даже несмотря на трудности и лишения. Для полного контекста необходимо привести следующую информацию из публикации: «*Юрий родился в Гуляй-Поле. Первый его язык – украинский суржик. Но «Карета» – русский*». В данном случае маркером категории «свой» служит национальная идентичность – «русский». Далее в интервью складывается следующий диалог: «*– Ждут нас в Гуляй-Поле? – спрашиваю его. – В Гуляй-Поле ничего не ждут, оно с лица земли стерто. Дома разрушены, поля заминированы, – спокойно отвечает он. – Но это моя земля. Выбьем врага с Запорожья, пойдем дальше. Я хочу линию фронта подальше отодвинуть от своих родных и близких*». Таким образом, Юрий идентифицирует себя как русского человека, несмотря на то, что его родной язык – украинский суржик. Он выбрал свою сторону и готов защитить «своих». В категорию «свой» в данном случае входят родные, близкие, а также члены казачьего формирования и гражданское население, проживающее в зоне боевых действий. Из этого отрывка также становится ясно, что категория «свой» может включать в себя как центральные, ядерные элементы (например, под «своими» чаще подразумеваются патриотически настроенные служащие российских войск, которые родились в России, говорят по-русски и проявляют героизм на поле боя), так и имеющие периферийный характер (например, в данном случае

¹ Кубатьяна Г.С. 2025. 46-летний Юрий (позывной «Карета») живет в Энергодаре. Телеграм-канал «Григорий Кубатьян», 14.01.2025. URL: t.me/reporter_shturmovik (дата обращения: 14.02.2025)

подчёркивается, что родной язык героя публикации – украинский суржик, но несмотря на это, русские воспринимают его как «своего»).

Категория «свои» является также аксиологической, то есть ценностной. В одном из постов telegram-канала А. Гусельникова¹ описаны впечатление от посещения собора: «*Может быть, когда-то в прежней жизни (до 24 февраля), кто-то и был далек от церкви (а церковь – от него), но сегодня все мы – бойцы, военкоры и священники – абсолютно едины*». В данном отрывке присутствует указание на общие ценности (православие и стремление победить), которые являются маркером для «наших», «своих».

В категорию «свои» часто входят коллеги и друзья, то есть те, кто имеет много общего с говорящим и разделяет его взгляды или род деятельности: «*Конечно, мы общались на одной волне – как все, кто не просто бывал за ленточкой, а жил и работал там*»². При этом автор указывает на разобщенность тех, кого не коснулись боевые действия, и тех, кто был в зоне боевых действий, что рождает новую оппозицию «свой – чужой»: «*Люди в столицах и крупных городах (кого не коснулась война) живут беззаботно и вообще не понимают, что происходит на фронте. А бойцы, возвращаясь, не могут найти себя в тылу*».

Во всех проанализированных в ходе исследования телеграм-каналах для обозначения российских военнослужащих принято употребление единицы «наши». Приведем пример поста тг-канала «Сладков +»³: «*Наши расширяют плацдарм на правом берегу реки Оскол и уверенно двигаются вперед*».

Интерес представляет публикация с рефлексией автора по поводу понятия «наши»: «*Смотрю детский советский фильм. «Наши» пацаны готовятся штурмовать высоту «ненаших». У «наших» красные повязки, у «ненаших» синие. Наваждение какое-то. Прямо детская СВО времен СССР*»⁴. Таким образом, автор отмечает архетипичность и универсальность оппозиции «свой – чужой», представленной на всех уровнях социального опыта — от военных действий до детских игр.

В условиях военного конфликта разграничение «свой – чужой» становится особенно чётким. Приведём в качестве примера отрывок из публикации Б. Либерман: «*С Радисткой у нас дружба с первого взгляда – в наших обстоятельствах все происходит быстро. Сразу знаешь, кто свой*»⁵. Таким образом, автор подчеркивает, что в тяжелых обстоятельствах противостояние обостряется и оппозиция «свой – чужой» актуализируется.

Стратегии построения имиджа «своего» (герои, жертвы, защитники)

Один из важных способов создания образа «своих» в публикациях, посвящённых военным конфликтам, – это использование стратегий построения имиджа героев, жертв и защитников. Каждая из этих категорий помогает создать яркий образ, вызывающий у аудитории сильные эмоции, что подтверждают следующие примеры. Так, на канале «Гусельников | Расследования и портреты» содержится большое количество историй о героизме военнослужащих, которые спасают и освобождают гражданское население: «*Когда мы увидели видео с эвакуированными людьми, хотелось плакать от счастья. Еще*

¹ Гусельников А. 2024. Бойцы, священники и военкоры: «Мы все изменились за три года СВО». Телеграм-канал «Гусельников | Расследования и портреты», 1.12.2024. URL: t.me/guselandrei (дата обращения: 14.02.2025)

² Гусельников А. 2024. Бойцы, священники и военкоры: «Мы все изменились за три года СВО». Телеграм-канал «Гусельников | Расследования и портреты», 1.12.2024. URL: t.me/guselandrei (дата обращения: 14.02.2025)

³ Сладков А.В. 2025. Харьковское направление. Телеграм-канал «Сладков+», 13.02.2025. URL: t.me/Sladkov_plus, (дата обращения: 14.02.2025)

⁴ Сладков А.В. 2025. Смотрю детский советский фильм. Телеграм-канал «Сладков+», 09.02.2025. URL: t.me/Sladkov_plus, (дата обращения: 14.02.2025)

⁵ Либерман Б. 2025. «Мы все с рождения крылаты!». Телеграм-канал «Военкор Белла Либерман», 09.02.2025. URL: t.me/liberman_bella (дата обращения: 20.02.2025)

одно доброе дело, которое мы сделали все вместе. В День Народного Единства»¹. Использование образа спасенных (жертв) направлено на создание эмоционального отклика у читателя. Единица «День Народного Единства» призвана очертить границы категории «свой», расширив её до целого народа.

Примером слияния образов героя и жертвы служит отрывок из публикации на канале «Марьяна Батьковна»: «Сын сказал: «Мама, я не буду прятаться»², ушёл на войну и погиб». Публикация представляет собой отрывок из интервью с матерью погибшего военнослужащего. Она сообщает следующее: «Двадцатого февраля сыну пришла повестка, он сразу сбрался. Я его просила, давай сделаем что-то, есть знакомые, а он сказал: «Что людям, то и мне» и ушёл». В данном случае категория «свой» распространяется на людей, которые ушли на фронт. В интервью погибший сын предстает в образе героя, который поставил общее дело выше собственной безопасности и жизни, что вызывает значительный эмоциональный отклик у читателя. Публикация побуждает сопереживать горю матери и поддерживать «своих».

Пример общих ценностей как маркера для «своих» можно встретить в публикации, которой поделилась военкор И. Либерман³: «Оператор БПЛА с позывным Псих уже собирался буднично поразить противника сбросом. Однако после первого взрыва рядом с собой, украинец опустился на колени и начал креститься. Наши птичники сохранили ему жизнь и вывели на свои позиции с помощью разведывательного дрона». Таким образом, публикация создает положительный образ «своих», которые проявили милосердие к противнику со схожими ценностями. В данном случае они предстают защитниками, которые благородно сохранили жизнь врагу.

Однако «свои» могут быть и со стороны противника, и в данном случае корреспонденты стремятся подчеркнуть их аморальность и беспринципность: «В результате ссоры Евгения расстреляли свои же – он чудом выжил!»⁴ (Гусельников). В данном отрывке «свои» рассматриваются не как герои, но как агрессоры, которые предали одного из своих соратников. Подобный случай употребления единицы «свой» встречается и в публикациях А.В. Сладкова⁵: «На кадрах – выпускник британской боевой школы. Его бросили свои же на поле боя. Забрали автомат и убежали».

Часто категория «свои» употребляется в контрасте с категорией «чужие». В следующем фрагменте автор противопоставляет западные ценности, которые символизирует кока-кола, «нашим», которым кока-кола для того, чтобы успешно атаковать, не нужна: «Американский солдат в атаку без баночки Колы не пойдет. Потому что Кола (если она положена по контракту) у него 1000 % будет. Ладно, у нас свой путь. Мы, один хрен, в сто раз круче»⁶. Кола в данном случае символизирует западный дискурс и ценности идеологического противника. Автор использует сарказм, чтобы создать образ зависимых от сладкого напитка американских военнослужащих и указать на то, что «наши» сражаются храбро без кока-колы в пайке, что придает им дополнительный ореол героизма.

¹ Гусельников А. 2024. Эвакуация из Селидово. Телеграм-канал «Гусельников | Расследования и портреты», 18.11.2024. URL: t.me/guselandrei (дата обращения: 20.02.2025)

² Наумова М. 2025. СЫН СКАЗАЛ – МАМА... Телеграм-канал «Марьяна Батьковна», 17.01.2025. URL: t.me/maryananaumova (дата обращения: 20.02.2025)

³ Либерман Б. 2024. Дроноводы группировки "Центр" пощадили всушника из 155 ОМБР, который стал молиться перед атакой русского коптера. Телеграм-канал «Военкор Белла Либерман», 17.02.2024. URL: t.me/liberman_bella (дата обращения: 20.02.2025)

⁴ Гусельников А. 2025. 10 лет назад я публиковал в URA.RU большой материал (<https://ura.news/articles/1036265474>) о батальоне «Брянка СССР». Телеграм-канал «Гусельников | Расследования и портреты», 12.02.2025. URL: t.me/guselandrei (дата обращения: 20.02.2025)

⁵ Сладков А.В. 2025. Я не знаю, что там Британия дает ВСУ в плане боевой подготовки. Телеграм-канал «Сладков+», 16.02.2025. URL: t.me/Sladkov_plus, (дата обращения: 20.02.2025)

⁶ Сладков А.В. 2025. Армия США. Телеграм-канал «Сладков+», 10.02.2025. URL: t.me/Sladkov_plus, (дата обращения: 20.02.2025)

Таким образом, в контексте СВО в категорию «свои» могут входить коллеги, друзья, члены семей и единомышленники, люди, а также обладающие схожей национальностью, воюющие на стороне РФ, борющиеся с западными ценностями и имеющие схожую религию. При этом в категории могут быть как центральные элементы, обладающие всеми этими признаками, так и периферийные, обладающие лишь несколькими из них.

В ходе исследования мы также убедились в том, что оценочная семантика единиц, презентирующих концепт «свои», соотносится с широкой семантикой прилагательного «хороший», а также его синонимами — «замечательный», «храбрый», «отличный» и др.

Зачастую авторы публикаций эксплуатируют архетипические образы жертв и героев, которые вызывают у читателя сильный эмоциональный отклик. Часто для контраста в публикациях используется образ «чужих», которые, в свою очередь, обладают исключительно негативными качествами: жестокостью, неразумностью, слепой тягой к материальным благам, готовностью бросить своих на поле боя. Использование подобной оппозиции открывает широкие возможности для манипуляции мнением читателя в целях пропаганды.

Заключение

В данном исследовании была рассмотрена категория «свой», которая является частью оппозиции «свой — чужой». Мы выявили такие языковые средства формирования образов «своих», как сарказм, использование пословиц, употребление лексических единиц с положительной коннотацией и семантически близких к единицам «наши», «свои».

Категория «свой» является универсальной категорией, чаще всего встречающейся в оппозиции «свой — чужой». Она может выражаться как эксплицитно, с помощью лексических единиц «свои», «наши», так и имплицитно, с помощью положительных характеристик при описании того или иного сюжета. В контексте СВО в категорию «свои» могут входить люди, обладающие схожей национальностью, воюющие на стороне РФ, борющиеся с западными ценностями, имеющие схожую религию, а также коллеги, друзья, члены семей и единомышленники. При этом в категории могут быть как центральные элементы, обладающие всеми этими признаками, так и периферийные, обладающие лишь несколькими из них. В зависимости от контекста в данную категорию могут входить разные люди, например, в одном случае «своими» может быть обозначено все население страны, в то время как в другом случае категория намного уже и включает в себя лишь тех, кого объединяет тот или иной жизненный опыт. В любом случае, категория «свои» отличается положительной коннотацией, и поступки членов категории трактуются одобрительно. В анализируемых публикациях членам категории «свои» обычно приписывается героизм, милосердие, храбрость, духовность, готовность протянуть руку ближнему.

Часто для контраста в публикациях используется образ «чужих», которые, в свою очередь, обладают исключительно негативными качествами. Использование подобной оппозиции открывает широкие возможности для воздействия на сознание читателя.

Кроме того, в ходе анализа мы выявили часто используемые образы героев, жертв и защитников, которые призваны вызвать у аудитории сильный эмоциональный отклик. Таким образом, использование категории «свой» в тг-публикациях является действенным инструментом для формирования определенного настроя у читателей каналов и манипулирования общественным сознанием. В контексте информационного противостояния это может поднять боевой дух военнослужащих, сплотить их и добавить мотивации.

Результаты исследования выявили механизмы раскрытия концепта «свои» в публикациях военных корреспондентов. Они могут быть использованы в курсах по подготовке журналистов и специалистов в области связей с общественностью.

Список литературы

- Арекеева Ю.Е. 2023. Философское осмысление оппозиции «свой – чужой». *Евразийский гуманитарный журнал*, 2: 31–38.
- Ерёмкина Е.С. 2022. Оппозиция «свой – чужой» как универсальная категория сознания. *Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема*, 2(47): 56–63. DOI: [10.24412/2227-384-2022-247-56-63](https://doi.org/10.24412/2227-384-2022-247-56-63)
- Ильинская Е.А., Бирженюк Г.М., Ременюк Н.Р. 2023. Бинарная оппозиция «свой – чужой» в культурологическом дискурсе. *Общество: философия, история, культура*, 4(108): 169–174. DOI: [10.24158/fik.2023.4.25](https://doi.org/10.24158/fik.2023.4.25)
- Коренецкая И.Н. 2022. Метафорические модели концептуальной диады «свой - чужой» в разных типах дискурса (на материале английского языка). *Вопросы журналистики, педагогики, языкоznания*, 41(3): 569–577. DOI: [10.52575/2712-7451-2022-41-3-569-577](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2022-41-3-569-577)
- Коренецкая И.Н., Мацевич С.Ф. 2022. Лингвокультурологическая презентация категории "свой – чужой" в английском языке. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 5(168): 142–149.
- Матвеева А.А. 2007. Взаимодействие категорий «свой - чужой» и категории оценки. *Вестник Башкирского университета*, 12(3): 74–77.
- Радюшкина А.А., Фролова Ю.О. 2021. Средства актуализации оппозиции «свои – чужие» в инаугурационной речи Бориса Джонсона. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 14(8): 2501–2506. DOI: [10.30853/phil210368](https://doi.org/10.30853/phil210368)
- Хоружая С.В., Салчинкина А.Р. 2017. Архетипические основы антиномии «Свой – чужой» в годы Кавказской войны. *Общество: философия, история, культура*, 4: 29–31. DOI: [10.24158/fik.2017.4.5](https://doi.org/10.24158/fik.2017.4.5)
- Юлдашбаев А.Ф. 2011. Особенности выражения концепта СВОЙ-ЧУЖОЙ в современных англоязычных фильмах. *Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки*, 18(113). Вып. 11: 164–170.
- Angelino L. 2024. Questioning the boundary between “Us” and “Them” with Waldenfels and Der-rida. *Continental Philosophy Review*, 57(2): 185–207. DOI: [10.1007/s11007-024-09634-6](https://doi.org/10.1007/s11007-024-09634-6)
- Angelino L. 2025. The Limit-Experience of the Stranger. A Critical Perspective on the “Us/Them” Divide. *Human Studies*, 48(1): 281–297. DOI: [10.1007/s10746-024-09765-y](https://doi.org/10.1007/s10746-024-09765-y)
- Stockheim I., Perez D., Podkamien Ya. 2024. Friend and foe: The impact of complimentary competitor content (CCC) on consumer response towards the endorsing competitor. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79: 103841. DOI: [10.1016/j.jretconser.2024.103841](https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103841)

References

- Arekeeva Yu.E. 2023. Philosophical understanding of the opposition “Friend — foe”. *Eurasian humanitarian Journal*, 2: 31–38 (in Russian).
- Eremkina E.S. 2022. Opposition “Own — strange” as a universal category of consciousness. *Sholom-Aleichem Priamursky State University Bulletin*, 2(47): 59–63 (in Russian). DOI: [10.24412/2227-384-2022-247-56-63](https://doi.org/10.24412/2227-384-2022-247-56-63)
- Ilinskaya E.A., Birzhenyuk G.M., Remenyuk N.R. 2023. The Binary Opposition “Own – Alien” in Cultural Discourse. *Society: Philosophy, History, Culture*, 4(108): 169–174 (in Russian). DOI: [10.24158/fik.2023.4.25](https://doi.org/10.24158/fik.2023.4.25)
- Korenetskaya I.N. 2022. Metaphorical Models of the Conceptual Opposition “Us – They” in Different Types of Discourse (By the Material of the English Language). *Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 41(3): 569–577 (in Russian). DOI: [10.52575/2712-7451-2022-41-3-569-577](https://doi.org/10.52575/2712-7451-2022-41-3-569-577)
- Korenetskaya I.N., Matsevich S.F. 2022. Linguoculturological representation of the category “ours–others” in the English language. *Izvestiya Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 5(168): 142–149.
- Matveeva A.A. 2007. Vzaimodeistvie kategorii «svoi – chuzhoi» i kategorii otsenki [Interaction of the categories "friend – foe" and the categories of evaluation]. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 12(3): 74–77.
- Radyushkina A.A., Frolova Y.O. 2021. Means of Actualising Opposition “Them – Us” in Boris Johnson’s Inaugural Speech. *Philology. Theory & Practice*, 14(8): 2501–2506 (in Russian). DOI: [10.30853/phil210368](https://doi.org/10.30853/phil210368)

- Khoruzhaya S.V., Salchinkina A.R. 2017. The Archetypal Grounds of Friend-Or-Foe Antinomy During the Caucasian War. *Society: Philosophy, History, Culture*, 4: 29–31 (in Russian). DOI: [10.24158/fik.2017.4.5](https://doi.org/10.24158/fik.2017.4.5)
- Yuldashbaev A.F. 2011. Peculiarities of realization of the concept OWN–ALIEN in modern English-spoken films. *Scientific bulletin of Belgorod State University. Humanities Sciences*, 18(113). Вып. 11: 164–170 (in Russian).
- Angelino L. 2024. Questioning the boundary between “Us” and “Them” with Waldenfels and Derrida. *Continental Philosophy Review*, 57(2): 185–207. DOI: [10.1007/s11007-024-09634-6](https://doi.org/10.1007/s11007-024-09634-6)
- Angelino L. 2025. The Limit-Experience of the Stranger. A Critical Perspective on the “Us/Them” Divide. *Human Studies*, 48(1): 281–297. DOI: [10.1007/s10746-024-09765-y](https://doi.org/10.1007/s10746-024-09765-y)
- Stockheim I., Perez D., Podkamien Ya. 2024. Friend and foe: The impact of complimentary com-petitor content (CCC) on consumer response towards the endorsing competitor. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 79: 103841. DOI: [10.1016/j.jretconser.2024.103841](https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103841)

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 23.02.2025

Received February 23, 2025

Поступила после рецензирования 09.06.2025

Revised June 09, 2025

Принята к публикации 10.09.2025

Accepted September 10, 2025

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Колобова Светлана Викторовна, старший преподаватель, Мариупольский государственный университет имени А.И. Куинджи, г. Мариуполь, Донецкая Народная Республика, Россия.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Svetlana V. Kolobova, Senior Lecturer, Mariupol State University named after A.I. Kuindzhi, Mariupol, Donetsk People's Republic, Russia.