

Инвективы как средство создания образа врага в информационной войне (на материалах телеграм-каналов военных корреспондентов)

Invectives as a Means of Creating an Image of the Enemy in the Information War (Based on the Materials of Telegram Channels of War Correspondents)

DOI: 10.12737/2587-9103-2024-13-3-79-84

Получено: 04 апреля 2024 г. / Одобрено: 14 мая 2024 г. / Опубликовано: 26 июня 2024 г.

**С.В. Колобова**

Старший преподаватель,
Мариупольский государственный университет
(ФГБОУ ВО МГУ им. А.И. Куинджи),
ORCID: 0000-0002-8518-8799,
e-mail: prgaga@mail.ru

S.V. Kolobova

Senior Lecturer, Mariupol State University
(MSU named after A.I. Kuindzhi),
ORCID: 0000-0002-8518-8799,
e-mail: prgaga@mail.ru

**Л.Е. Малыгина**

Д-р филол. наук, зав. кафедрой медиаобеспечения
государственных интересов и национальной
безопасности Института права и национальной
безопасности Российской академии народного
хозяйства и государственной службы при
Президенте Российской Федерации,
профессор МГУ имени М.В. Ломоносова,
руководитель системы дистанционного обучения
«Ликбез.орг»,
ORCID: 0000-0002-0056-8160,
e-mail: admlikbez@mail.ru

L.E. Malygina

Doctor of Philology, Head of the Department of Media
Support of State Interests and National Security
of the Institute of Law and National Security
of the Russian Academy of National Economy and
Public Administration under the President of the
Russian Federation,
Professor of Moscow State University named after
M.V. Lomonosov,
head of the distance learning system "Likbez.org"
ORCID: 0000-0002-0056-8160,
e-mail: admlikbez@mail.ru

Аннотация

В связи текущей геополитической обстановкой актуальными являются исследования, направленные на изучение информационной войны, ведущейся в медиапространстве.

В статье рассмотрены инвективы, с помощью которых военные журналисты создают образ врага в условиях не только военного, но и информационного противостояния.

Материалом исследования послужили десять Телеграм-каналов военных корреспондентов, позволивших рассмотреть конкретный срез текущей коммуникативной ситуации, касающейся СВО и напряженных отношений с коллективным Западом, с точки зрения оказания воздействия на аудиторию посредством языковых средств. Выявлено 154 примера инвектив, использованных авторами Телеграм-каналов в ходе комментирования военного конфликта.

Использованы методы лингвостилистического, лексико-семантического и контекстуального анализа.

Результаты исследования показали, что образ врага создается с помощью разнообразных лингвистических средств, несущих инвективную функцию. Образ врага также основывается на стереотипных представлениях, формируемых о той или иной нации или политическом лидере.

Понимание механизмов создания образа врага позволит снизить «градус напряженности» средств массовой коммуникации, в том числе распознавать манипуляции вражеских СМИ, способствуя лингвобезопасности медиапространства.

Ключевые слова: образ врага, лингвостилистические средства, медиакоммуникация, средства массовой информации, средства массовой коммуникации, стилистика, инвективы, медиабезопасность, военные корреспонденты, информационная война.

Введение

Военный конфликт между Россией и Украиной повлек за собой возрастание напряженности в средствах массовой информации. На независимых площадках, в частности, *Telegram*, военные корреспонденты публикуют свои суждения относительно данного противостояния и делятся новостями в свобод-

Abstract

Due to the current geopolitical situation, research aimed at studying the information war waged in the media space is relevant. The article examines the invectives with which military journalists create an image of the enemy in conditions of not only military, but also information confrontation. The research material was ten Telegram channels of war correspondents, which made it possible to consider a specific cross-section of the current communicative situation concerning their own and strained relations with the collective West, from the point of view of influencing the audience through linguistic means. 154 examples of invectives used by the authors of Telegram channels in the course of commenting on the military conflict were revealed. The methods of linguistic stylistic, lexico-semantic and contextual analysis are used. The results of the study showed that the image of the enemy is created using a variety of linguistic means carrying an invective function. The image of the enemy is also based on stereotypical ideas formed about a particular nation or political leader. Understanding the mechanisms of creating an enemy image can help reduce the "degree of tension" of mass communication media, including recognizing manipulations of enemy media, contributing to the linguistic security of the media space.

Keywords: image of the enemy, linguistic stylistic means, media communication, mass media, stylistics, invectives, media security, war correspondents, information warfare.

ной форме, нередко используя языковые средства с ярко выраженным функционалом отрицательного воздействия, которые не могут остаться незамеченными, поскольку формируют общий формат медийного коммуникативного пространства. Лингвостилистическое исследование инвектив в публикациях различной стилистики и форматов позволит

классифицировать языковые средства, используемые для оказания эмоционального воздействия на адресата.

Проблема и цель. В связи с тем, что в настоящее время в связи с военными действиями происходит информационное противостояние, проблема создания образа врага с помощью языковых средств актуальна и представляет интерес с позиций медиа-, психо-, прагмалингвистики и коммуникативистики. Целью статьи является выявление лингвостилистических средств, которые служат для создания образа врага в Телеграм-каналах военных корреспондентов.

Методология. Методом сплошной выборки из десяти Телеграм-каналов с публикациями за период с 8 по 13 марта 2024 г. было отобрано 154 примера инвективных единиц и словосочетаний, которые использовались авторами каналов для создания образа врага. В ходе лингвостилистического, лексико-семантического и контекстуального анализа отобранные языковые средства получили соответствующую оценку.

Материал исследования

Особенность создания образа врага в Телеграм-каналах представляет собой особый интерес. Это связано, прежде всего, с тем, что, в отличие от официальных СМИ, платформа Телеграм имеет такие черты, как полифония, горизонтальность и неуправляемость [12, с. 35]: авторы Телеграм-каналов имеют индивидуальный стиль и формат публикаций; в Телеграме отсутствует централизация в виде системы редакторов, т.е. решение о содержании материалов лежит полностью на авторах (что делает Телеграм менее ангажированным и независимым по сравнению с телевидением). Такие черты позволяют исследовать язык в его «активной фазе» — в наиболее динамичной форме, поскольку интернет-среда мгновенно реагирует на все изменения в социуме, что находит отражения в языке на всех уровнях — от языкового до психоэмоционального.

Представленный материал представляет собой срез российского дискурса военной корреспонденции за период с 8 по 13 марта 2024 г. на примере десяти Телеграм-каналов.

Обзор литературы

Такой конструкт, как образ врага, сопровождает человека испокон веков. Создаваемый образ врага призван вызывать отторжение и другие негативные эмоции. Он несет в себе негативное эмоционально-оценочное представление, зачастую дополненное стереотипными чертами [10, с. 215]. Из этого вытекает экспрессивность используемых единиц, употребление инвектив и сниженной лексики.

Рассмотрим определения образа врага в работах лингвистов. Согласно Р.Г. Лугуевой, образ врага представляет собой «идеологический и психологический стереотип», который позволяет строить политическое поведение в условиях дефицита надежной информации об оппоненте и о среде в целом [16, с. 151]. Наиболее лаконично понятие «образ врага» описывает следующее определение: «Образ врага — это качественная (оценочная) характеристика «врага», сформированная в общественном сознании» [13, с. 32]. Образ врага почти всегда стереотипен и направлен на манипулирование общественным сознанием. Стоит отметить, что образ врага не обязательно основан на фактах и связан с реальной действительностью, зачастую он гиперболизирован, основан на существующих стереотипах, фоновых знаниях, и даже страхах. Он формируется на дихотомии «свой — чужой», которая является серьёзным инструментом давления. При этом, как отмечает Т.С. Шахматова, «понятие «другой» в обществе субъективно и часто не зависит от реальных политических, религиозных или каких-то других интересов» [20, с. 267]. Как пишет К. Вашик, следует различать понятия «представления о враге», которое направлено на более или менее точную оценку противника, и «образ врага», который отсылает к иррациональным факторам [3, с. 191].

Интерес представляет подход М.Н. Клиңцовой, которая отмечает, что образ врага, с одной стороны, является продуктом пропаганды и манипуляции сознанием, но с психоаналитической точки зрения — не столько создается, сколько является «результатом регрессии в сторону эмоций, образа восприятия и обработки информации этапа раннего детства» [11, с. 291]. Образ врага демонизирует противника с помощью лексико-семантических средств, зачастую в сопровождении звукового и видеоряда. Этому способствует тенденция массового сознания к мифологизации, отмеченная М.Н. Герасимовой [4, с. 93]. Манипулятивные и пропагандистские приемы, используемые для создания образа врага, рассчитаны на преобладание эмоций над рациональным компонентом [8, с. 61].

Л.С. Зинковская отмечает бинарность, лежащую в основе репрезентации образа врага в СМИ: так, она отмечает, что описания образов враждующих стран во времена военного столкновения строятся на оппозиции «свой//чужой» и её реализации «добро//зло», «закон//беззаконие» [5, с. 77]. Согласно Н.С. Баребиной, семантика единиц, связанных с военной тематикой, несет особую экспрессивность: номинации приобретают «обидный, уничижительный, оскорбительный характер, граничащий с речевой агрессией». Отмечаются такие способы создания

образа врага, как ирония, пренебрежительно-оценочный характер высказываний, противопоставление своего и чужого, используются оскорбительные неологизмы [2, с. 181].

Большинство рассмотренных нами определений врага подразумевает, что образ врага как бы создается централизованно, для использования его в масштабных кампаниях информационной войны. Однако, на наш взгляд, мотивация для создания образа врага может быть и внутренней. Так, например, это может быть частью копинг-стратегии по борьбе со стрессом. Как отмечено в работе С.В. Колобовой, «линия фронта, на которой работает журналист, не географическая, а цифровая» [14, с. 250]. Использование инвективной лексики по отношению к противнику и публикации на военную тематику могут помочь журналисту сбросить накопившееся психологическое напряжение.

Согласно Л.Н. Синельниковой, создание образа врага в полной мере проявляет себя в условиях информационной войны, ложась в том числе в основу её идеологического фундамента [17, с. 97].

Всё вышесказанное логично подводит к тому, что образ врага неразрывно связан с речевой агрессией. Речевая агрессия подразумевает использование средств языка для оскорбления чужого достоинства, а также используется для призыва к агрессивным действиям, поддержания агрессивного состояния адресата путем построения речи с помощью особой структуры. И именно инвективная лексика, по наблюдению А.Р. Атавовай, выполняет несколько функций, основная из которых — коммуникативная, т.е. подразумевает оказание влияния на адресата. Кроме того, инвективы выполняют номинативную функцию, т.е. автор, который использует инвективу, дает оскорбляемому (инвектору) определенную характеристику [1, с. 78]. Следует отметить, что характеристика может как соответствовать, так и не соответствовать действительности, однако она всегда представляет собой вербальную атаку. Инвективы не всегда могут выражаться в виде брани или обценной лексики, но всегда содержат элемент речевой агрессии. При создании образа врага речевая агрессия играет ключевую роль. Она может быть явной и открытой (это зависит от канала передачи или идиостиля автора — например, в свободных источниках типа Телеграм-каналов наблюдается большая свобода выражения) или скрытой и манипулятивной (в официальных СМИ). Иногда речевая агрессия может выражаться через намеки, иронию, колкости.

Следует также отметить такую черту образа врага, как его связь со стереотипами. Как отмечает В.В. Ильюшкин, стереотипы часто направлены на сохранение национальной идентичности: они служат

для оправдания отношений, существующих между группами, или действий, которые планируются по отношению к чужой социальной группе [6]. Поэтому использование стереотипов активно используется в качестве инструмента для информационной войны.

Мы рассмотрим инвективные лексические единицы, использованные для создания образа врага на десяти Телеграм-каналах военных корреспондентов. Как мы отмечали выше, приводимые далее языковые средства касаются не только военного конфликта, но и общей картины современного медиапространства в состоянии информационной войны. Нередко авторы материалов уходят в откровенно оскорбительный формат, что объясняется желанием вызвать у читателя устойчивое отвращение к образу врага.

1. Значительная часть лексических единиц представляет собой **номинативы** — существительные, которыми авторы каналов обозначают противника.

Среди них выделяются **авторские неологизмы**, например: «*вырусь*» (о русском, предавшем русских — единица сформирована с помощью приставки -вы, отсылающей по аналогии к негативным «выродок» — имеющим в словаре маркировку «презрительное» — человек, который выделяется в своей семье или своей среде крайне отрицательными качествами и «нелюдь» — слову с аналогичной глубоко негативной оценкой); «*небратья*» — слово, подчеркивающее разрыв связей славянской семьи; «*укропитеки*» (образовано путём сложения частей единиц «украинец» и «австралопитек» как стереотипное воплощение низкого интеллекта) (Телеграм-канал «Синяя борода». Ссылка: https://t.me/beard_tim; телеграм-канал «Военкор Медведев». Ссылка: https://t.me/medvedev_note).

Активно используются **номинативные инвективы**, которые включают в себя единицы **с семантикой гниения, испорченности, дикости, вреда**: «*дикари*», «*паразиты*», «*предатели*», «*вредители*», «*гнилые элементы*», «*черви*», «*скверна*». (Телеграм-канал «Синяя борода». Ссылка: https://t.me/beard_tim), телеграм-канал «Военкор Котенок» Ссылка: <https://t.me/voenkorKotenok>).

Таким образом, образ врага призван вызвать отторжение практически на физическом уровне.

Используются также единицы, указывающие на противозаконность и преступность действий врага: «*банды*», «*боевики*», «*террористы*», «*боевики киевского режима*», «*нацисты*», «*неонацисты*», «*фашисты*» (и различные дериваты, образованные путём сокращения: «*фашишки*», «*нацики*» как варианты, подчеркивающие презрительное отношение) (Телеграм-канал «WarGonzo». Ссылка: <https://t.me/wargonzo>, телеграм-канал «Kotsnews». Ссылка: <https://t.me/sashakots>).

Часто встречаются **инвективы зооморфного характера**: «*хряки*», «*свиньи*», «*козлы*», «*козлячьи отмазки*».

Telegram-канал «Синяя борода». Ссылка: https://t.me/beard_tim, телеграм-канал «Военкор Котенок» Ссылка: <https://t.me/voenkorKotenok>).

Часть анализируемых инвектив указывает на аморальность противника, общечеловеческую осуждаемость совершаемых им действий: «детоубийцы», «трусы», «русофобы» (Telegram-канал «Военкор Котенок»). Ссылка: <https://t.me/voenkorKotenok>).

Описание врага создается путем упрощения, примитивизации образа противника через обращение к сформированным стереотипам и представлениям о культуре, например, стереотипы о национальных причёсках, особенностях национальной кухни и пр. При этом подобные стереотипы могут уже не иметь ничего общего с действительностью, они были созданы когда-то в литературных произведениях или анекдотах, но которые ассоциируются с данным народом. Подобные наименования могут использоваться авторами материалов как для создания соответствующего коммуникативного фона всего материала, так и в качестве этнофолизов — презрительного отношения к представителям страны, воспринимаемой в качестве врага: «хуторяне», «хохлы», «чубы» (в контексте «чубы обескураженно ропщут»); «макаронники», «лягушатники». (Telegram-канал «Репортёр Руденко V». Ссылка: <https://t.me/RtrDonetsk>, Telegram-канал «Синяя борода». Ссылка: https://t.me/beard_tim).

2. Прямое использование **сниженной, бранной, презрительно-фамильярной** (вплоть до обценной) **лексики** создает негативную картину поведения и действий противника: «пёрли ночью, нагло»; «в Вашингтоне завизжали», «упоротые западники». (Telegram-канал «Kotsnews». Ссылка: <https://t.me/sashakots>, телеграм-канал «Военкор Котенок» Ссылка: <https://t.me/voenkorKotenok>).

3. **Тропические обороты** инвективного характера также составляет существенную часть текстов описываемой тематики. Значительное число эпитетов, метафор, сравнений, которые в обычной жизни выполняют функцию создания художественных образов, в текстах военной тематики выполняют функцию агрессивного воздействия, формируя у читателя эмоции отвращения, отторжения, негодования: «варварски расстреляли», «оскорбительная риторика властей», «космическое невежество», «вселенское самомнение», «людоедская логика». Активно употребляются метафоры, например, часть из них отражают тяжесть военного положения: «ад киевской оккупации».

4. **Описательные выражения инвективного характера:** «игра» с регистровыми компонентами — смешение стилевых регистров — высокого и низкого — позволяет авторам Telegram-каналов иронизировать, сопоставлять и саркастически комментировать действия противника, используя инвективы не прямо,

а подавая их в имплицитной форме в виде описательного выражения инвективного характера: «преобразовать их рыхлую фашистскую систему латиноамериканского типа в полноценную фашистскую диктатуру укропства», «тихоокеанские партнеры начнут биться в сомнениях», «чубы обескураженно ропщут (об украинцах), «неполживые и креативные Владимир Зеленский и его клика». (Telegram-канал «Военкор Z Евтушенко». Ссылка: https://t.me/voenkor_evtushenko).

Данные приёмы призваны высмеять противника, показать его незадачливость. Используется также игра слов: «Бьем вражеские ПВО чуть ли не на марше — и это для них незнакомая патовая ситуация. Похоже, «Патриот» дозрел для ребрендинга в “Пат”!» (Telegram-канал «Kotsnews». Ссылка: <https://t.me/sashakots>

Результаты

Отобранные Telegram-каналы различаются по стилистической подаче материала, что оказывает существенное влияние на способы создания образа врага. В публикациях активно используются инвективы различных видов: авторские неологизмы, созданные путём сложения основ, добавления продуктивных суффиксов, приставок либо путем усечения основы. Авторы широко используют различные средства художественной выразительности — эпитеты, метафоры. Анализируемые инвективы являются как номинативными, напрямую называющими противника, так и косвенными, однако большинство из них несли негативную коннотацию за счет семантики. Нередко образ противника опирается на культурные стереотипы. Широко используется обценная лексика, примеры которой, в силу морально-этического табу, в данной статье мы не приводили.

Таким образом, проанализированный материал демонстрирует явные, эксплицитные инвективы, а также имплицитно выраженные оценки, где ирония и сарказм выполняют практически ту же функцию: унижения врага, нанесения обиды. Но вместе с тем именно таким способом в сознании массовой аудитории **развенчиваются мифы о силе и мощи противника**: он приобретает черты низкого, аморального, антигуманного существа.

Выводы

Образ врага в телеграм-каналах военных корреспондентов создаётся с помощью широкого целого ряда лингвостилистических средств. Они формируют коммуникативное пространство данной тематики. В целом выбор средств во многом зависит от общей стилистики того или иного канала: идиостиля автора, его аудитории. Следует сказать, что информационные войны сказываются на общем состоянии и

настроениях в обществе: нарастает конфликтность, проявляется агрессия. Понимание механизмов создания образа врага позволит снизить «градус напряжен-

ности» средств массовой коммуникации, в том числе распознавать манипуляции вражеских СМИ, способствуя лингвобезопасности медиапространства.

Литература

1. *Атавова Р.А.* Инвективная лексика как средство выражения языковой агрессии (на материале дагестанских периодических изданий) [Текст] / Р.А. Атавова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2016. — № 5-3. — С. 77–80.
2. *Барбина Н.С.* Аргументативный потенциал неогенной лексики (на материале текстов СМИ, освещающих российско-украинские отношения) [Текст] / Н.С. Барбина // Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты. — 2017. — № 1. — С. 176–188.
3. *Вашик К.* Метаморфозы зла: немецко-русские образы врага в плакатной пропаганде 30–50-х годов [Текст] / К. Вашик. — М.: Изд-во ОГИ, 2005. — С. 191–230.
4. *Герасимова М.Н.* Формирование образа врага средствами оценочной номинации (на материале современного политического дискурса). Проблемы порождения и восприятия речи. Материалы XII выездной школы-семинара [Текст] / М.Н. Герасимова. — Череповец: Изд-во Череповецкого гос. ун-та, 2014. — С. 93–99.
5. *Зинковская Л.С.* Языковая репрезентация образов «враг» vs. «защитник» в украинских СМИ (на примере военной хроники информационного агентства УНИАН) [Текст] / Л.С. Зинковская // Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского. — 2017. — № 3. — С. 77–82.
6. *Ильюшкин В.В.* Межнациональное взаимодействие и роль в нем национальных стереотипов [Текст] / В.В. Ильюшкин // European science. — 2015. — № 5. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhnatsionalnoe-vzaimodeystvie-i-rol-v-nem-natsionalnyh-steretipov>
7. *Ильюшкин В.В.* Национальные стереотипы и гетеростереотипы [Текст] / В.В. Ильюшкин // European science. — 2015. — № 7. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-steretipy-i-geterostereotipy>
8. *Калюга А.А.* Освещение прессой кризиса в Украине [Текст] / А.А. Калюга // Наука о человеке: гуманитарные исследования. — 2015. — № 1. — С. 61–64.
9. *Калюга А.А.* Отражение конфликта на Украине в информационном пространстве стран СНГ [Текст] / А.А. Калюга // Наука о человеке: гуманитарные исследования. — 2015. — № 3. — С. 49–54.
10. *Карпущина Т.П.* «Лексика вражды» как манипулятивный ресурс создания образа России в современной англоязычной прессе (в аспекте преподавания английского языка российским студентам) [Текст] / Т.П. Карпущина // Сиб-Скрипт. — 2019. — № 1. — С. 212–222.
11. *Клинцова М.Н.* Медийное конструирование образа врага как инструмента информационной войны (на примере ресурса-иноагента «Крым.Реалии») [Текст] / М.Н. Клинцова // Культура в фокусе научных парадигм. — 2022. — № 14–15. — С. 290–294.
12. *Клушина Н.И.* Медиастилистика и ее место в современной филологической науке [Текст] / Н.И. Клушина // Журнал Белорусского государственного университета. — 2019. — № 1. — С. 35–38.
13. *Козырев Г.И.* «Враг» и «образ врага» в общественных и политических отношениях [Текст] / Г.И. Козырев // Социологические исследования. — 2008. — № 1. — С. 31–39.
14. *Колобова С.В.* Особенности копинг-стратегий журналистов, освещающих события специальной военной операции [Текст] / С.В. Колобова // Вестник Тверского государственного университета. — 2023. — № 3. — С. 248–254.
15. *Костылов Ю.С.* Лексические средства создания образа врага: на примере текстов советской массовой печати 1919–1953 гг., освещающих локальные и региональные конфликты. — 2012 [Электронный ресурс]. — URL: <https://elar.ufrb.ru/bitstream/10995/3881/2/urgu0925s.pdf?ysclid=ltred0m9v9280261545>
16. *Лугуева Р.Г.* Языковые особенности создания образа врага в российских и западных СМИ [Текст] / Р.Г. Лугуева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2017. — № 2-2. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-osobennosti-sozdaniya-obraza-vraga-v-rossijskih-i-zapadnyh-smi>
17. *Синельникова Л.Н.* Информационная война ad infinitum: украинский вектор [Текст] / Л.Н. Синельникова // Политическая лингвистика. — 2014. — № 4. — С. 95–101.
18. *Фатеев А.В.* Образ врага в советской пропаганде 1945–1954 гг. — 1998 [Электронный ресурс]. — URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01000060442?page=1&rotate=0&theme=wहित>
19. *Федорова К.И.* Реализация речевой агрессии: стратегия саморепрезентации в англоязычных СМИ [Текст] / К.И. Федорова, С.В. Николаева // Филологические науки: вопросы теории и практики. — 2016. — № 8. — С. 162–165.
20. *Шахматова Т.С.* Оскорбление как инструмент языкового насилия в речевых ситуациях институционального общения [Текст] / Т.С. Шахматова // Ученые записки Казанского университета. — 2013. — № 5. — С. 267–278.

References

1. Atavova R.A. (2016) Invektivnaya leksika kak sredstvo vyrazheniya yazykovoi agressii [Invective vocabulary as a means of expressing linguistic aggression (based on the material of Dagestan periodicals)]. *Philology. Theory&Practice*, no. 5-3, pp. 77–80.
2. Babinina N.S. (2017) Argumentativnyi potencial neogennoi leksiki [Argumentative potential of neogenic vocabulary (based on the material of media texts covering Russian-Ukrainian relations)]. *Evroaziatskoe sotrudnichestvo: gumanitarnye aspekty* [Eurasian Cooperation: Humanitarian Aspects], no. 1, pp. 176–188.
3. Vashik K. (2005) *Metamorfozy zla: nemecko-russkie obrazy vruga v plakatnoj propagande 30–50-kh godov* [Metamorphoses of evil: German-Russian images of the enemy in poster propaganda of the 30–50s]. Moscow OGI Publ., pp. 191–230.
4. Gerasimova M. N. (2014) *Formirovaniye obraza vruga sredstvami otsenочноi nominatsii* [The formation of the image of the enemy by means of an evaluation nomination (based on the material of modern political discourse)]. *Problemy porozhdeniya i vospriyatiya rechi. Materialy XII vyezdnoj shkoly-seminara* — Problems of speech generation and perception. Materials of the XII field school seminar, Cherepovets, Cherepovets State University, pp. 93–99.
5. Zinkovskaya L.S. (2017) *Yazykovaya reprezentaciya obrazov «vrag» vs. «zashchitnik» v ukrainskikh SMI (na primere voennoj khroniki informacionnogo agentstva UNIAN)* [Linguistic representation of the images of "enemy" vs. "defender" in the Ukrainian media (using the example of the military chronicle of the UNIAN news agency)]. *Omsk State University named after F.M. Dostoevsky*, no. 3, pp. 77–82.
6. Ilyushkin V.V. (2015) *Mezhnatsional'noe vzaimodeystvie i rol' v nem natsional'nykh stereotipov* [Interethnic interaction and the role of national stereotypes in it]. *European science*, no. 5. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhnatsionalnoe-vzaimodeystvie-i-rol-v-nem-natsionalnyh-steretipov>
7. Ilyushkin V.V. (2015) *Natsional'nye stereotipy i geterostereotipy* [National stereotypes and heterostereotypes]. *European science*, no. 7. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnye-steretipy-i-geterostereotipy>

8. Kalyuga A.A. (2015) Osveshchenie pressoj krizisa v Ukraine [Press coverage of the crisis in Ukraine]. Russian Journal of Social Sciences and Humanities, no. 1, pp. 61–64.
9. Kalyuga A.A. (2015) Otrazhenie konflikta v Ukraine v informacionnom prostranstve stran SNG [Reflection of the conflict in Ukraine in the information space of the CIS countries]. Russian Journal of Social Sciences and Humanities, no. 3, pp. 49–54.
10. Karpukhina T.P. (2019) «Leksika vrazhdy» kak manipulativnyj resurs sozdaniya obraza Rossii v sovremennoj angloyazychnoj presse (v aspekte prepodavaniya anglijskogo yazyka rossijskim studentam) ["Vocabulary of hostility" as a manipulative resource for creating an image of Russia in the modern English-language press (in the aspect of teaching English to Russian students)]. SibSkript, no. 1, pp. 212–222.
11. Klintsova M.N. (2022) Medijnoe konstruirovanie obraza vraga kak instrument informacionnoj vojny (na primere resursa-ino-agenta "Krym.Realii") [Media construction of the image of the enemy as an instrument of information warfare (using the example of the foreign agent resource "Crimea.Realities")]. Culture in the focus of scientific paradigms, no. 14–15, pp. 290–294.
12. Klushina N.I. (2019) Mediastilistika i ee mesto v sovremennoj filologicheskoj nauke [Media journalism and its place in modern philological science]. Journals of the Belorussian State University, no. 1, pp. 35–38.
13. Kozyrev G.I. (2008) "Vrag" i "obraz vraga" v obshchestvennykh i politicheskikh otnosheniyakh ["The enemy" and "the image of the enemy" in public and political relations]. Sotsiologicheskie issledovaniia, no. 1, pp. 31–39.
14. Kolobova S.V. (2023) Osobennosti koping-strategij zhurnalistov, osveshchayushchikh sobytiya special'noj voennoj operacii [Features of coping strategies of journalists covering the events of a special military operation]. Bulletin of Tver State University, no. 3, pp. 248–254.
15. Kostylov Yu.S. (2012) Leksicheskie sredstva sozdaniya obraza vraga : na primere tekstov sovetskoj massovoj pechati 1919–1953 gg., osveshchayushchikh lokal'nye i regional'nye konflikty [Lexical means of creating the image of the enemy: on the example of texts of the Soviet mass press of 1919–1953 covering local and regional conflicts]. Available at: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/3881/2/urgu0925s.pdf?ysclid=ltred-0m9v9280261545>
16. Lugeva R.G. (2017) Yazykovye osobennosti sozdaniya obraza vraga v rossijskikh i zapadnykh SMI [Linguistic features of creating the image of the enemy in Russian and Western media]. Philology. Theory & Practice, no. 2-2. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-osobennosti-sozdaniya-obraza-vraga-v-rossijskikh-i-zapadnykh-smi>
17. Sinelnikova L.N. (2014) Informacionnaya vojna ad infinitum: ukrainskij vektor [Information warfare ad infinitum: the Ukrainian vector]. Political Linguistics, no. 4, pp. 95–101.
18. Fateev A.V. (1998) Obraz vraga v sovetskoj propagande 1945–1954 gg. [The image of the enemy in Soviet propaganda 1945–1954]. Available at: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01000060442?page=1&rotate=0&theme=white>
19. Fedorova K.I., Nikolaeva S.V. (2016) Realizaciya rechevoj agressii: strategiya samoreprezentacii v angloyazychnykh SMI [Implementation of speech aggression: the strategy of self-presentation in the English-language media]. Philology. Theory & Practice, no. 8, pp. 162–165.
20. Shakhmatova T.S. (2013) Oskorblenie kak instrument yazykovogo nasiliya v rechevykh situacijakh institucional'nogo obshcheniya [Insult as an instrument of linguistic violence in speech situations of institutional communication]. Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta, no. 5, pp. 267–278.