

**Д. С. Колокустова**

**ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗА  
РОССИИ КАК АГРЕССОРА В АМЕРИКАНСКОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ  
ПРЕССЕ 2022–2023 годов**

Актуальность данного исследования заключается во всё возрастающем интересе к образу России в англоязычных СМИ, который обусловлен современной конфликтной политической ситуацией, где Россия является одним из основных участников событий. Материалом исследования послужили 100 микроконтекстов из американских электронных изданий, таких как CNN, CBSnews, US .

Самый распространенный компонент образа «Россия – это агрессор» формируется следующими языковыми средствами:

1. Эпитет. В примере *People realized there really is a war going on and it's come now to Belgorod, maybe not for the first time but **the most grave and frightening*** через эпитеты *the most grave and frightening* оказывается речевое воздействие на читателя для того, чтобы вызвать у него образ России как агрессора и преследователя. 2. Эмоционально-окрашенная лексика. *In the wake of the attack, Gladkov said Friday he had received messages on social media from residents saying.* Эмоциональная лексика *in the wake of the attack* воздействует на читателя для реализации образа «агрессора», а также создает ощущение живости и правдоподобности описываемых событий. 3. Метафора. В примере *Russia launched **another wave of air strikes** across Ukraine on Monday morning, killing at least four people and injuring 38, Ukraine's National Police said in a statement* метафора *another wave of air strikes* используется для реализации образа «агрессора», а также для воздействия на реципиента с помощью манипулятивной функции метафоры. 4. Военная терминология. В примере *Russia fired 59 **drones and missiles** during the attack, according to Ukraine's **Air Force**, which said it had shot down 18 of the cruise missiles and eight of the **drones*** посредством военной терминологии *drones and missiles, Air Force* читатель убеждается в правдоподобности фразы, которую автор использует для реализации образа «агрессора», а также для воздействия на реципиента.

Однако переизбыток таких отрицательных средств воздействия на аудиторию и отсутствие новостей, содержащих позитивные качества образа России, вызывает у американской аудитории сомнение в правдивости информации, навязываемой ей. Зеркальным компонентом в российских СМИ является «противостояние агрессору», поэтому у русскоязычной части американского общества есть возможность сформировать более достоверный образ России через российские издания.