

**Модальность медиатекстов британских печатных СМИ в отношении России при освещении "дела Скрипалей"**

**Научный руководитель – Панова Елена Юрьевна**

***Афоншина Мария Владимировна***

*Студент (магистр)*

Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия

*E-mail: Afonshina\_mv@mail.ru*

«Дело Скрипалей», всколыхнувшее мировую общественность в марте 2018 года, почти сразу стало главной новостью и трендом в СМИ. Каждый счел нужным выдвинуть свою версию происходящего, что создало информационный шум невероятного масштаба. Одно за другим в сети начали появляться громкие заявления и «неопровержимые доказательства», что только наращивало напряжение в обществе и между странами. Официальные СМИ Британии, реагируя на 252 вали предельно субъективированную риторическую стратегию в медиатекстах тематического поля «дело Скрипалей». Анализ материалов доказывает, что расследование инцидента сопровождалось «яростной атакой» британских политиков и СМИ на Россию, выражающуюся в оскорбительных комментариях, давлении и в целом нарушением норм политической и дипломатической риторики. Освещение СМИ напумевшего дела Скрипалей, в частности специфика языковых средств и способов выражения модальности в британских медиа при интерпретации данного события и формирования образа России в мировой политике, - стало основным полем исследования. Эмпирическая база представлена публикациями качественной прессы о «деле Скрипалей» «The Times», «The Guardian», «The Independent» и таблоидов «The Sun», «Daily Mirror», «Daily Express» с марта 2018 по декабрь 2018 года (более 100 материалов). В результате анализа были выделены основные способы выражения модальности в печатных материалах британских СМИ о данном деле, структурированы и классифицированы используемые языковые приемы, обнаружена их корреляция с типом СМИ, а также выявлен ряд закономерных характеристик данного процесса в печатных СМИ. Было установлено, что официальные СМИ не всегда с осторожностью подходили к выбору слов и выражений, тем самым нарушая языковую норму и нормы политической риторики, что говорит о провокационном мотиве с их стороны, тогда как британские таблоиды, не скупясь на средства художественной выразительности, нагнетали и без того напряженную атмосферу в обществе. При анализе как государственных, так и частных СМИ Британии, освещавших данное громкое дело, было определено, что журналисты использовали языковые средства эмоционально-воздействующего характера, такие как тропы и стилистические фигуры, языковую игру, лексико-грамматические особенности построения текста в заголовках и лид-абзацах, для усиления напряженности, создания некой «мифологичности» вокруг отравления, а также для эксклюзивности. Также значимым выводом стало выявление закономерностей между усилением модальности текста и падением рейтинга новости на примере нескольких волнообразных скачков текстовых «вбросов» на протяжении 10 месяцев с момента отравления. Отмечено, что риторика СМИ изменилась 253 в связи с появлением первых конкретных подозреваемых: акцент в материалах был смещен с жертв на обсуждение подробностей, выстраивание теорий и выдвижение версий. Таблоиды Британии генерировали все более абсурдные версии, не предоставляя аргументов и ссылаясь на свои и неизвестные источники, используя манипулятивные тактики и приемы. Официальные СМИ в своем большинстве прибегали к той же речевой тактике, лишь немногие предпочитали нейтральный стиль и умеренный тон статей. Так как дело еще не получило

своего логического завершения, британские издания временно прекратили соревноваться в мастерстве провокационных заголовков и «эксклюзивных» материалов, что дало в это временное затишье увидеть основные закономерности и стратегии в журналистской работе британских печатных СМИ, что и отражено в данном исследовании.