ЗАРУБЕЖНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Гикис Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры журналистики, медиакоммуникаций и связей с общественностью, Пятигорский государственный университет, Пятигорск, Россия; e-mail: gikissvetlana@mail.ru

Кучерова Елизавета Александровна, выпускница Пятигорского государственного университета, Пятигорск, Россия; e-mail: kucherovael-96@mail.ru

УЧАСТИЕ МЕДИА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ КАМПАНИИ ПО ВОПРОСУ ВЫХОДА ВЕЛИКОБРИТАНИИ ИЗ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

В статье представлен опыт участия медиа в политической кампании по поводу выхода Великобритании из состава Европейского союза в 2016–2019 гг. Выбор изданий The Sun и The Guardian обусловлен тем, что данные медиа – представители сторон «Выход» и «Остаться» соответственно – активно участвовали в политической кампании. Выделены три ключевых этапа реализации заявленной политической кампании и определены позиции The Sun и The Guardian на каждом этапе. В статье использован контент-анализ публикаций о Брекзите в британских газетах 2016–2019 гг., а также метод компаративного анализа, который позволил сравнить позиции редакционных коллективов двух популярных британских газет. Исследование показало, что в период политической кампании в большей степени проявляется позиция редакции как политического актора, ее восприятие себя как одного из участников политической кампании, чем как нейтрального наблюдателя.

Ключевые слова: *роль медиа, политическая кампания, Брекзит, социально-политические коммуникации, общественное мнение.*

Svetlana N. Gikis, PhD in Pedagogics, Associate Professor at the Chair of Journalism, Media Communication, and Public Relations, Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russia; email: gikissvetlana@mail.ru

Elizabeth A. Kucherova, Graduate of Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, Russia; email:kucherovaei-96@mail.ru

MEDIA PARTICIPATION IN THE POLITICAL CAMPAIGN ON THE ISSUE OF BRITAIN'S EXIT FROM THE EUROPEAN UNION

The role of media in influencing society is steadily increasing in modern political communication. Being part of this trend, authoritative media serve to inform citizens about current political events and processes within the framework of the political

agenda they form, and interpret political facts. The article shows the experience of media participation in the political campaign for Britain's withdrawal from the European Union, which took place mainly in 2016–2019. The authors chose the Sun and the Guardian newspapers because these media clearly represented the 'Leave' and 'Remain' parties. As a result, they actively participated in the political campaign and had a significant influence on the outcome of the vote. Three key stages of the implementation of the declared political campaign are identified in the article and the positions of the Sun and the Guardian at each stage are determined. The article uses content analysis of publications on Brexit in the two popular British newspapers (which made it possible to clarify the main technologies used in public opinion formation), as well as the method of comparative analysis (which helped to compare the positions and actions of the editorial teams in the Sun and the Guardian). The research has shown that the success of a political campaign much depends on the activity of the publication's newsroom positioning itself as a political actor.

Key words: *media's role, political campaign, Brexit, socio-political communications, public opinion.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2020.197215

Введение

В XXI в. существенно возросло значение политической коммуникации и роли традиционных и новых медиа в ней. Глобальный процесс медиатизации политики способствовал повышению ее открытости, переходу многих элитарных практик в публичную сферу. Свойственная предшествовавшим векам односторонняя коммуникация по линии «власть – общество» окончательно сменилась двусторонней моделью взаимного влияния с растущим значением обратной связи.

Развитие информационных технологий привело к трансформации всей политической коммуникации: граждане получили возможность активно участвовать в политических процессах за счет оперативной оценки решений властей и образования сообществ в интернет-пространстве, позволяющих эффективно координировать совместные политические действия, а политические деятели получили в медиа перспективный инструмент для поддержки своих решений.

В новых исторических условиях для медиа открылся широкий спектр ролей в политической коммуникации: роль посредника между властью и обществом (передающего массовой аудитории решения властных элит и аккумулирующего для этих элит сведе-

ния об интересах и запросах аудитории), роль информатора (информирующего аудиторию о действиях политических лидеров и институтов с журналистским комментарием либо без него), политического консультанта или эксперта (разъясняющего суть политических решений с позиции законов политической науки, предлагающего прогнозы), а также политического актора в ситуации, когда медиа выступают в качестве влиятельного и активного участника политической кампании. Примером может служить политическая кампания по поводу выхода Великобритании из состава Европейского союза (так называемый «Брексит»), проходившая в основном в 2016–2019 гг., когда крупные британские медиа, такие как газеты *The Sun* и *The Guardian*, существенно повлияли на исход голосования и фактически определили судьбу страны.

Новизна данного исследования заключается в том, что изучены особенности работы британских медиа на подготовительном этапе референдума о выходе Великобритании из Европейского союза, выявлена специфика их участия в реализации обязательств о выходе Великобритании из Евросоюза при Т. Мэй, дана оценка роли медиа в британской общественно-политической коммуникации после отставки Т. Мэй и до выхода из ЕС.

Теория и методологические основы исследования

Изучением политических коммуникаций и медийных технологий в них занимались многие отечественные и зарубежные исследователи. Так, С. В. Володенков рассматривал различные технологии интернет-коммуникации в системе современного политического управления (2015), отмечал в совместной с Д. И. Чулковым статье, что, собирая и интерпретируя информацию, медиа конструируют социальную реальность особым образом, прибавляя к фактам информационные элементы, удовлетворяющие интересам политических центров силы или групп влияния (2018). Ю. Э. Григонис изучала особенности политической коммуникации в контексте современной политической теории (2017). Российская политическая действительность и применение в ней коммуникационных технологий получили отражение и в диссертационных исследованиях: К. Л. Зуйкина делает акцент на особенностях политической коммуникации в блогосфере России и США (2017), Ю. Н. Макаров изучает воздействие, оказываемое интернет-ком-

муникаторами на социальные и политические процессы в современном российском обществе (2016). Из зарубежных трудов необходимо отметить публикации об исследовании взаимосвязи политической информации и социальных медиа (Casero-Ripollés, 2018), критический обзор взаимодействия между медиа и политикой (Geçer, 2018), исследование роли цифровых технологий в медиатизации демократических процессов (Hofmann, 2019), описание трансформации политической коммуникации под действием интернет-технологий (Kutlu, 2018) и пр.

Роль современных медиа в политике нередко исследуется в рамках теории демократизации, поскольку демократия требует активного участия граждан в политических процессах посредством медиаплатформ. По мнению исследователя С. Джамил, это приводит к разрушению медийными технологиями доминирующей коммуникационной сферы, что приводит к ее нежелательным для политических элит трансформациям; усиливается зависимость между использованием медиа и политической мобилизацией, в том числе во время избирательных кампаний, что характерно как для развитых демократий, так и для автократий, где медиа выступают в роли источника политических знаний и площадки для взаимодействия с общественностью (Jamil, 2018). В данном контексте закономерна актуализация вопроса о ролевых возможностях медиа в рамках политических процессов и кампаний, о наличии у редакционных коллективов выбора из широкого круга ролей: от роли посредников-информаторов, собирающих и передающих массовой аудитории информацию политического характера с журналистским комментарием либо без него (к примеру, в виде прямой трансляции выступления политического деятеля), до роли политического актора, когда редакция медиа объявляет себя одним из участников политического процесса или кампании, занимается организационной и агитационной деятельностью, оказывает влияние на процесс принятия и осуществления политических решений. С точки зрения исследователя Е. Г. Калугиной, роль медийных технологий в современной политической коммуникации сводится к выполнению традиционными и новыми медиа специфического набора функций, включая их способность выступать в роли политических акторов или инструментов, используемых другими акторами, посредников между политическими деятелями и обществом,

а также транслировать актуальную политическую информацию, участвовать в формировании общественного мнения, представлять общественные интересы, заниматься установлением повестки дня (2017).

Следует отметить, что, несмотря на существование работ, анализирующих различные аспекты политической коммуникации и роли медиа в ее осуществлении, практические исследования медийного участия в масштабных политических кампаниях последних лет, в особенности если те обусловлены не выборами, а референдумами, проводятся значительно реже. В этом отношении интересен опыт Великобритании, когда в рамках кампании по поводу Брексита редакция газеты *The Guardian*, поддерживающая вариант «Остаться», выбрала роль посредника-информатора с ограниченным комментированием и выражением собственной позиции, тогда как редакция газеты *The Sun*, выступавшая за «Выход», предпочла стать политическим актором и регулярно заявляла о себе как о полноправном участнике политической кампании в редакционных манифестах и статьях.

Методической основой нашего исследования является систематизация; контент-анализ публикаций в британских газетах позволил уточнить роль редакций в политической кампании по поводу Брексита и влияние их действий на конечный результат; метод компаративного анализа позволил сравнить позиции и действия редакционных коллективов популярных британских газет *The Sun* и *The Guardian*, представляющих разные стороны политического противоборства во время кампании.

Для исследования были выбраны две ведущие британские газеты – правопопулистская *The Sun* и левоцентристская *The Guardian*, поскольку именно они стали основными представителями сторон «Выход» и «Остаться» соответственно. Хронологические рамки охватывают период с 10 ноября 2015 г., когда Д. Кэмерон объявил о начале политической кампании по поводу Брексита, по 31 января 2020 г., когда Великобритания официально вышла из Европейского союза. Поскольку суммарное количество статей о Брексите за этот период превысило 2 500 в *The Sun* и 22 600 в *The Guardian*, анализировались только публикации с тематической отметкой *Brexit*, которые в день их выхода публиковались на главной странице соответствующей газеты, т. е. были отмечены редакцией как

важные для повестки дня (964 публикации в газете *The Sun* и 907 – в газете *The Guardian*).

Участие медиа в подготовительном этапе референдума о выходе 2016 г.

Движение за выход Великобритании из ЕС, получившее наименование «Брексит» (*Britain exit*) стало наиболее масштабной кампанией референдумного типа последних лет. Первый этап продлился с 10 ноября 2015 г. по 13 июля 2016 г., были проанализированы 294 статьи с отметкой *Brexit* в газете *The Sun* и 292 статьи в газете *The Guardian*.

Основным медиа, поддерживавшим кампанию «Выход», стал таблоид *The Sun* с ежедневным тиражом около 7,7 млн экземпляров. Стать политическим актором в рамках данной кампании и выступить на стороне «Выход» было внутренним решением редакции, о котором она заявляла читателям в своих редакционных манифестах. Выбор стороны обуславливался общей политико-идеологической направленностью редакции, которой она придерживается на протяжении десятилетий. Выражая определенные политические взгляды, сотрудники редакции считали оправданным называть себя участниками политической кампании и вести себя соответственно: не только освещать политические события, но и организовывать массовые публичные политические акции, вести агитацию от своего имени (а не только предоставлять пространство для заявлений политиков), брать на себя роль модераторов в политических дискуссиях между оппонентами, дополнять выступления политиков своими аргументами, предлагать им варианты политических решений. *The Sun* регулярно публиковала материалы о Брексите и получала сотни комментариев от читателей к ним в электронной версии, а потому проанализируем наиболее типичные из них.

Характерной формой публикаций *The Sun* перед референдумом стали политические манифесты редакции, обращенные к читателям и призванные убедить их проголосовать за «Выход». Так, за три дня до референдума в *The Sun* вышел манифест «Голосование за Брексит – это все, что нужно для освобождения Британии», представляющий собой компиляцию тезисов из выступлений сторонников Брексита. В нем подчеркивалось, что британцы имеют шанс пойти по стопам других крупных демократий, обретя под-

линную независимость; освободиться от влияния сверхдержавы ЕС и т. д. В комментариях к манифесту читатели (более 90% комментаторов) активно высказывались в его поддержку и отмечали, что только *The Sun* верна себе и продолжает поддерживать Брексит[1].

В ночь на 24 июня после объявления предварительных результатов референдума редакция *The Sun* отмечала победу сторонников «Выхода» как собственную и поздравляла с ней читателей. Она выпустила материал, где назвала победу результатом массового народного восстания против лондонской элиты. В комментариях читатели благодарили редакцию за поддержку, радовались тому, что Великобритания стала свободной, смогла занять место лидера и строить будущее без ограничений со стороны ЕС[2].

Отдельная публикация *The Sun* посвящена высказываниям лидеров кампании «Выход» по поводу итогов Брексита. В ней приветствовался «рассвет на независимой Британии». Также *The Sun* написала о знаменитостях, которые раскритиковали сторонников Брексита, назвав их «несмышлеными птенцами, не имеющими экономической грамотности». Цитаты выбраны журналистами намеренно, чтобы вызвать ответную реакцию читателей в адрес знаменитостей и дать им повод для самоутверждения[3]. В последующие дни *The Sun* продолжила писать о негативной реакции со стороны знаменитостей, что можно расценивать как эмоциональную журналистскую реакцию и попытку взять реванш за то, что до Брексита в победу кампании «Выход» на официальном уровне почти никто не верил.

По мере обсуждения кандидатов на пост премьер-министра после Брексита и укрепления позиций Т. Мэй редакция *The Sun* продолжила играть роль актора, являющегося участником политической кампании «Выход» и выступающего в роли консультанта для британских политиков. 9 июля 2016 г. вышла статья «Тереза Мэй должна считать Брексит великим шансом, а не проблемой», в которой шансы политика стать эффективным следующим премьер-министром Великобритании ставятся в прямую зависимость от того, насколько оптимистичным будет ее настрой по отношению к Брекситу. *The Sun* настойчиво советовала Т. Мэй показать готовность уважать мнение тех, кто проголосовал за Брексит[4].

Напротив, на первом этапе Брексита сторонников варианта «Остаться» активно поддерживала авторитетная газета *The Guardian*. Ее редакция заняла позицию наблюдателя-эксперта, сосре-

доточившись на публикации аргументов в пользу того, что выход Великобритании из состава ЕС приведет к значительным финансовым потерям и окажет неблагоприятное влияние на жизнь граждан. *The Guardian* стремилась представлять информацию обезличенно, не претендуя на роль политического актора и ограничиваясь ролью информатора, разъясняющего аргументы сторонников «Остаться» читателям.

На фоне роста популярности сторонников «Выхода» весной 2016 г. стало меняться и отношение читателей к негативным прогнозам *The Guardian*. Позиция редакции формулировалась во все более определенно: редакционная статья «Кошмарный Брексит становится реальностью. Лагерь за «Остаться» пребывает в стадии отрицания» предупреждала о приближении шторма, способного вывести Великобританию из ЕС. Редакция обвиняла коллег из других медиа в евроскептицизме, указывая, что даже нейтральная компания *BBC* начала колебаться. Негативное мнение редакции получило поддержку аудитории: около 15% комментариев регулярно указывали на то, что Брексит усилит зависимость Великобритании от международного капитала и корпораций[5].

Накануне голосования журналисты *The Guardian* утратили веру в победу, несмотря на то что по опросам имели небольшое преимущество. Газета стала ежедневно писать о том, что 23 июня разочарованные британцы получат шанс проголосовать назло правительству и используют Брексит для демонстрации недовольства политической и экономической ситуацией в стране, не связанного с членством в ЕС. В комментариях к таким публикациям более 80% читателей соглашались с позицией редакции, подчеркивая, что Брексит превратился из референдума о членстве в ЕС в повод для разочарованных высказать свое недовольство[6].

Экспертных оценок и прогнозов о последствиях Брексита, составивших 2/3 всех публикаций о нем в *The Guardian*, оказалось недостаточно, чтобы убедить многочисленную аудиторию проголосовать против «Выхода». Референдум завершился победой сторонников «Выхода» – победой газеты *The Sun*.

Участие медиа в реализации обязательств по Брекситу при Т. Мэй

Второй этап начался со вступления в должность премьер-министра Т. Мэй 14 июля 2016 г. и продлился до 23 июля 2019 г. Были проанализированы 348 статей с отметкой *Brexit* в газете *The Sun*

и 322 статьи в газете *The Guardian*. В рамках второго этапа газета *The Sun* продолжила занимать позицию политического актора, выступая в роли представителя сторонников «Выхода» – как политических деятелей, так и простых граждан, требующих исполнения Брексита. Ее основным лозунгом стал «Тереза Мэй не должна предавать 17,4 миллиона людей, которые голосовали за Брексит, и не должна уступать Европе по требованию сторонников «Остаться»[7]. Мнение редакции разделяли около 85% читателей, считавших, что Т. Мэй не следует капитулировать перед Германией, соглашаясь на дополнительные платежи в бюджет ЕС во время переходного периода.

11 июня 2018 г., в преддверии очередной годовщины Брексита, редакция *The Sun* опубликовала манифест-обращение к Т. Мэй, всем британским министрам и членам парламента с требованием уважения к решению граждан о Брексите, с верой в способность страны процветать за пределами ЕС. Манифест *The Sun* собрал несколько сотен одобрительных комментариев о том, что британцам не нужен второй референдум, что члены правительства покидают его в знак протеста против неисполнения обязательств по Брекситу, что доверие к Т. Мэй неуклонно снижается[8].

В политической кампании *The Sun* последующего полугодия можно выделить два основных тематических направления: публикация опросов, подтверждающих сохраняющееся в британском обществе желание выйти из ЕС, и критика Т. Мэй, не способной вывести страну из ЕС, сформулировать приемлемые условия сделок с ЕС. Так, Д. Вулдинг подчеркивал, что настроение нации становится все более депрессивным после двух лет бесплодных переговоров по поводу Брексита: по результатам воскресного опроса, 48% британцев считают, что политические элиты намеренно затягивают согласование сделки с ЕС в надежде, что это заставит общественность изменить мнение. В этой связи редакция *The Sun* констатирует, что «опрос показал несостоятельность идеи сторонников «Остаться» о необходимости второго референдума»[9].

22 ноября 2018 г. *The Sun* опубликовала материал с резкой критикой предлагаемой Т. Мэй сделки с ЕС, назвав ее «продажей Британии Европе», поскольку по ее условиям Великобритания должна была выплачивать ЕС по 800 млн фунтов стерлингов ежемесячно до 2022 г. и оставалась в подчиненном положении по отношению к решениям Европейских судов[10]. Отрицательное отно-

шение к этой новости выразили 87% читателей в комментариях о том, что Т. Мэй дискредитировала себя и нужно провести новые всеобщие выборы. 15 декабря 2018 г. в комментариях к статье Х. Картера, допускающего возможность второго референдума по Брекситу в контексте заявлений политика Н. Фараджа, читатели указали на то, что Т. Мэй хорошо понимает, «насколько плоха ее сделка, да она и не пыталась заключить более выгодную для Великобритании сделку... Политики затягивают переговоры о заключении сделки, чтобы отложить или отменить наше решение, которое не хотят выполнять»[11].

Следующим значимым событием в политической кампании Брексита стало голосование против предложенной Т. Мэй сделки в Палате общин 12 марта 2019 г. В эмоциональном отчете о голосовании, опубликованном в *The Sun*, журналисты Х. Гай, Н. Кларк и М. Датан назвали ситуацию с Брекситом «продолжающейся ужасающей мыльной оперой». Они процитировали Т. Мэй, выразившую сожаление по поводу решения Палаты общин, поскольку, по ее мнению, «наилучшим результатом стало бы намерение Великобритании покинуть ЕС упорядоченным образом, заключив сделку», но сразу после этого привели слова представителя Либерально-демократической партии Великобритании Л. Моран: «Премьер-министр подвела страну. Три года спустя мы вернулись на круги своя. Это унизительно». Борис Джонсон призвал Великобританию «встать на путь самоуважения и выйти из ЕС без сделки». В комментариях к публикации более 90% читателей поддержали журналистов[12].

Таким образом, на протяжении всего второго этапа политической кампании Брексита *The Sun* продолжала играть роль политического актора, сторонника выхода Великобритании из ЕС, стремясь оказывать давление на политических деятелей противоположного лагеря. Газета *The Guardian*, напротив, продолжила курс на поддержку сторонников «Остаться». Ее редакция не прекращала критику самой идеи Брексита, однако отдельные авторы усмотрели в нем и некоторые плюсы. Так, Л. Эллиот написал о том, что Брексит «вынудил правительство пристально взглянуть на британскую экономику – чего не случилось бы без шока, вызванного референдумом». Следует отметить, что больше половины комментариев к этому материалу содержат экономические аргументы против Брексита[13].

В рамках второго этапа редакция *The Guardian* лишь один раз опубликовала манифест о позиции сотрудников газеты в отношении переговоров по Брекситу, отметив, что вся нация переживает «период национально-демократических неудач, что люди глубоко разделены во многих отношениях, а не только из-за Брексита», а потому желает видеть «реформированную Великобританию в реформированном Европейском союзе». Общий вывод редакции заключался в том, что лучший Брексит для Великобритании – это его отсутствие[14].

24 мая 2019 г., сообщив об отставке Т. Мэй, журналист *The Guardian* Й. Фридланд обвинил сторонников Брексита в равнодушном отношении к разрушительным последствиям выхода из ЕС без согласованной сделки. Необычно эмоциональную для *The Guardian* статью одобрительно восприняли более 70% читателей: «Великобритании нужно 30 лет походить по пустыне, чтобы окончательно избавиться от оставшейся имперской мании величия, но вместо этого она окажется придатком Америки»[15]. В целом можно констатировать неудачу редакционной политики *The Guardian* на втором этапе, ее неспособность добиться нового референдума, идея которого в этот период пользовалась широкой популярностью в стране.

Роль медиа в дискуссиях по поводу Брексита после отставки Т. Мэй

Третий этап начался со вступления в должность премьер-министра Б. Джонсона 24 июля 2019 г. и продлился до 31 января 2020 г. Были проанализированы 322 статьи с отметкой *Brexit* в газете *The Sun* и 293 статьи в газете *The Guardian*. В начале третьего этапа газета *The Sun* поддержала назначение Б. Джонсона, одного из самых активных сторонников Брексита, премьер-министром. В этот период заметно изменилась тональность публикаций: они приобрели вид дайджестов о разнородных политических событиях. Так, журналист Т. Тахир с одобрением процитировал Б. Джонсона, заявившего, что «скорее умрет, чем станет унижаться в Брюсселе из-за условий Брексита». Комментарии показали, что настроение более 95% читателей заметно изменилось: выраженное недовольство, характерное для второго этапа политической кампании, сменилось на позитивное ожидание сделки и уверенность в том, что теперь она состоится[16].

В рамках избирательной кампании, предшествующей выборам в парламент, *The Sun* выступила на стороне консерваторов и Б. Джонсона: к примеру, 29 ноября 2019 г. газета рассказала о встречах Б. Джонсона с ветеранами голосования за «Выход» с целью призвать сторонников Брексита поддержать консерваторов на выборах. В комментариях к подобным публикациям читатели *The Sun* выражали осторожную надежду на исполнение Б. Джонсоном обещаний, указывали на то, что по-прежнему хотят, чтобы Великобритания вышла из ЕС[17].

Очередной программный редакционный манифест *The Sun* выпустила за пять дней до выхода Великобритании. В нем подчеркивается, что британцы вернут возможность управлять своими границами, а сторонники «Выхода» и вся редакция *The Sun* станут «главным голосом разочарованных избирателей против вмешательства Брюсселя», но теперь «Британия будет процветать и развиваться»[18]. В ночь на 1 февраля 2020 г. *The Sun* опубликовала материал, в котором подробно описала торжества по всей стране, многотысячный митинг на площади перед парламентом в Лондоне. Читатели The Sun в комментариях коллективно радовались выходу (положительные отзывы оставили 98% комментаторов), ощущая превосходство над сторонниками «Остаться» и повторяя: «Британия правит волнами. Британцы никогда, никогда, никогда не будут рабами»[19].

Политическая кампания *The Sun* на коротком третьем этапе прошла в позитивном ключе, редакция активно использовала опросы общественного мнения и выступала с открытой поддержкой политики Б. Джонсона. Позиция и настроение *The Guardian* в этот период имели выраженно негативный характер: после избрания Б. Джонсона премьер-министром *The Guardian* подготовила серию статей, основными идеями которых стало отсутствие реальной народной поддержки Брексита; смена курса Консервативной партии Великобритании, вследствие которого она стала представлять интересы лишь небольшой части капиталистов; необоснованная надежда сторонников Брексита на то, что ЕС сдастся и продолжит торговлю с Великобританией, словно ничего не изменилось[20]. Комментарии читателей *The Guardian* оказались крайне разнообразными. Часть из них (около 55%) продолжила писать, что Брексит не приносит Великобритании никаких преимуществ. Другая группа (12%) сосредоточилась на аргументах в пользу того, что Брексит показал всю важность ЕС для

страны. Третья группа (8%) указывала, что создание национальной бюрократической системы вместо общеевропейских институтов обойдется дороже членства в ЕС. Четвертая (7%) обвиняла правительство Великобритании в некомпетентности и нежелании конструктивно взаимодействовать с представителями реальной экономики. Пятая (6%) называла сторонников Брексита мошенниками, поскольку жесткий Брексит приведет к финансовым убыткам и т. д.

После окончательного выхода Великобритании из ЕС *The Guardian* опубликовала статью «День Брексита: конец эпохи, Великобритания покидает ЕС», в которой негативно оцениваются последствия Брексита и приводятся цитаты политических лидеров ЕС: «Брексит покажет всем, что сила вовсе не в великолепной изоляции». Около 82% комментариев под ней – негативные отклики разочарованных читателей[21].

Заключение

Сравнение участия в политической кампании двух популярных изданий – *The Sun* и *The Guardian* – на этапе подготовки к Брекситу показало, что популистский, эмоциональный подход и риторика в кампаниях референдумного типа являются более результативными, чем сдержанно-отстраненная публикация оценок и прогнозов. Деятельность редакции как политического актора, ее активное участие в политической кампании могут способствовать победе, доказательством чего служит итог кампании *The Sun*, способствовавшей победе на референдуме сторонников Брексита. Она получила и более выраженную реакцию читателей на публикации, поскольку соотношение комментариев к статьям о Брексите между *The Sun* и *The Guardian* составило в среднем 10 к 1.

В рамках второго этапа редакция *The Sun* продолжила выступать в роли политического актора, выступающего за практическую реализацию результатов референдума 23 июня 2016 г., критикующего попытки политических деятелей замедлить эту реализацию, осуждающего инициативы дополнительных референдумов. Со своей стороны, редакция *The Guardian*, которая поначалу придерживалась сдержанно-отстраненной позиции независимого политического комментатора, с течением времени позволила себе большую вовлеченность и стала публиковать бо-

лее эмоциональные статьи с критикой сторонников Брексита. Произошла радикализация *The Guardian*, ее переход с позиции внешнего наблюдателя на позицию политического актора, желающего, чтобы его мнение учитывалось избирателями и политическими деятелями.

В рамках третьего этапа *The Sun* осталась полноправным участником кампании в составе группы «Выход», оказывая поддержку Б. Джонсону в подготовке Брексита и в участии в парламентских выборах, публикуя данные опросов, чем помогла его победе. Газета *The Guardian* стала чаще отходить от роли независимого политического эксперта в пользу роли политического актора и пытаться помешать Брекситу и избранию Б. Джонсона, но не сумела реализовать свой потенциал.

Примечания

[1] Sun On Sunday Says. A vote for Brexit is all it takes to set Britain free (2016) *The Sun*, 19 June. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/1306294/a-vote-for-brexit-is-all-it-takes-to-set-britain-free/ (accessed: 10.02.2020).

[2] Tolhurst A., Dunn T., Hawkes S. (2016) See EU Later! Britain votes to LEAVE the EU on a dramatic night as Nigel Farage declares 'victory for ordinary people'. *The Sun*, 24 June. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/1332742/britain-votes-to-back-brexit-and-leave-the-eu-on-historic-night-as-nigel-farage-declares-victory-for-ordinary-people/ (accessed: 10.02.2020).

[3] Cain K. (2016) Luvvies Attacked Over Brexit. Damon Albarn, JK Rowling and other celebs slammed after claiming Brexit shows Britons are 'chippy and economically illiterate'. *The Sun*, 24 June. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/1334732/celebrities-slammed-after-claiming-brexit-shows-britons-are-chippy-and-economically-illiterate/ (accessed: 10.02.2020).

[4] Forsyth J. (2016) Theresa May must see Brexit as a great chance, not a problem. *The Sun*, 9 July. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/1415879/theresa-may-must-see-brexit-as-a-great-chance-not-a-problem/ (accessed: 10.02.2020).

[5] Nougayrède N. (2016) The Brexit nightmare is becoming reality. The remain camp is in denial. *The Guardian,* 9 April. Available at: https://www.theguardian.com/commentisfree /2016/apr/09/brexit-nightmare-remain-camp-denial-cameron-panama-papers (accessed: 10.02.2020).

[6] White M. (2016) What is Brexit and why does it matter? The EU referendum guide for Americans. *The Guardian*, 18 June. Available at: https://www.theguardian.com/politics /2016/jun/18/eu-referendum-brexit-explainer-for-americans (accessed: 10.02.2020).

[7] Theresa May must not betray...on the advice of sly Remainers (2017) *The Sun*, 20 September. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/4503929/theresa-may-brexit-voters-sly-remainers-sun-says-opinion/ (accessed: 28.02.2020).

[8] Here's our message to MPs ahead of historic Brexit vote ...trust Britain (2018) *The Sun*, 11 June. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/6505185/the-sun-says-great-britain-brexit-vote-betrayal-leave-remain/ (accessed: 28.02.2020).

[9] Wooding D. (2018) Half of Brits want to leave EU on March 29, with or without a Brexit deal. *The Sun*, 18 August. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/7047947/british-voters-give-brexit-verdict/ (accessed: 28.02.2020).

[10] Hawkes S., Gutteridge N., Davidson L. (2018) Theresa May's Brexit deal branded a 'sell-out'. *The Sun*, 22 November. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/brexit/7807312/theresa-mays-brexit-deal-branded-sell-out/ (accessed: 28.02.2020).

[11] Carter H. (2018) Nigel Farage says there WILL be second Brexit referendum... *The Sun*, 15 December. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/brexit/7985087/nigel-farage-says-there-will-be-second-brexit-referendum-and-urges-leave-voters-to-get-ready/ (accessed: 28.02.2020).

[12] Gye H., Clark N., Dathan M. (2019) Theresa May's Brexit deal crushed by MPs AGAIN ... *The Sun*, 13 March. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/brexit/8615679/brexit-deal-vote-latest-theresa-may-fails-majority/ (accessed: 28.02.2020).

[13] Elliot L. (2016) Brexit Armageddon was a terrifying vision... *The Guardian*, 20 August. Available at: https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/aug/20/brexit-eu-referendum-economy-project-fear (accessed: 28.02.2020).

[14] The Guardian view on Brexit: the government has failed... (2019) *The Guardian*, 20 January. Available at: https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/jan/08/the-guardian-view-on-brexit-the-government-has-failed-its-time-to-go-back-to-the-people (accessed: 28.02.2020).

[15] Freedland J. (2019) Now it's a fight to the finish between a no-deal Brexit and remain. *The Guardian*, 24 May. Available at: https://www.theguardian.com/commentisfree/2019 /may/24/no-deal-remain-theresa-may-brexit-party-compromise-brexit (accessed: 28.02.2020).

[16] Tahir T. (2019) Supreme Court Brexit ruling – what was the decision and what happens next? *The Sun*, 24 September. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/9851041/what-is-happening-brexit-latest-news/ (accessed: 18.03.2020).

[17] Clark N. (2019) Boris Johnson gets his Brexit band back together to crush Farage threat and squeeze Leave vote. *The Sun*, 29 November. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/brexit/10449467/boris-johnson-brexit-leave-vote/ (accessed: 18.03.2020)

[18] Kavanagh T. (2020) The 17,197 days of Britain being throttled by Europeans as we break free on Friday. *The Sun*, 26 January. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/brexit/10820462/britain-leaving-eu-friday/ (accessed: 18.03.2020).

[19] Clark N., O'Sullivan S. (2020) Brexit news LIVE... *The Sun*, 1 February. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/10858199/brexit-news-uk-live-eu-latest/ (accessed: 18.03.2020).

[20] Edgerton D. (2019) Brexit is a necessary crisis... *The Guardian*, 9 October. Available at: https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/oct/09/brexit-crisis-global-capitalism-britain-place-world (accessed: 18.03.2020).

[21] Sparrow A. (2020) Brexit day: end of an era as United Kingdom leaves EU – as it happened. *The Guardian*, 1 February. Available at: https://www.theguardian.com/politics/live/2020/jan/31/brexit-day-britain-prepares-leave-eu-live-news-updates (accessed: 18.03.2020).

Библиография

Володенков С. В. Технологии интернет-коммуникации в системе современного политического управления: дис. ... д-ра полит. наук. М., 2015.

Володенков С. В., Чулков Д. И. Политические коммуникации как инструмент конструирования современной социально-политической реальности // Русская политология. 2018. № 4 (9). С. 3–8.

Григонис Ю. Э. Политическая коммуникация в контексте современной политической теории: дис. ... канд. полит. наук. СПб., 2017.

Зуйкина К. Л. Особенности политической коммуникации в блогосфере России и США: дис. ... канд. филол. наук. М., 2017.

Калугина Е. Г. Интернет-СМИ как субъект политической коммуникации: ключевые характеристики // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. № 6 (3). С. 406–417. DOI 10.17150/2308-6203.2017.6(3).406-417

Макаров Ю. Н. Особенности воздействия интернет-коммуникаторов на социальные процессы в современном российском обществе (на примере блогов и социальных сетей): дис. ... канд. социол. наук. Краснодар, 2016.

Casero-Ripollés A. (2018) Research on political information and social media: Key points and challenges for the future. *El profesional de la información* 27 (5): 964–974.

Geçer E. (2018) Media, Politics and Democracy: A Critical Perspective. *Erciyes İletişim Dergisi* 5 (4): 479–492.

Hofmann J. (2019) Mediated democracy – Linking digital technology to political agency. *Internet Policy Review* 8 (2). Available at: https://policyreview.info/ articles/analysis/mediated-democracy-linking-digital-technology-political-agency (accessed: 10.01.2020). DOI: 10.14763/2019.2.1416

Jamil S. (2018) Politics in a Digital Age: The Impact of New Media Technologies on Public Participation and Political Campaign in Pakistan's 2018 Elections – A Case Study of Karachi. *Global Media Journal* 16 (31).

Kutlu A. (2018) The *Internet and Politics: Transformation of Political Communication*. Available at: https://www.dpublication.com/wp-content/uploads/2018/12/ICRHS-1-168.pdf (accessed: 10.01.2020).

Notes

Cain K. (2016) Luvvies Attacked Over Brexit. Damon Albarn, JK Rowling and Other Celebs Slammed after Claiming Brexit Shows Britons are 'Chippy and Economically Illiterate'. *The Sun*, 24 June. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/1334732/celebrities-slammed-after-claiming-brexit-shows-britons-are-chippy-and-economically-illiterate/ (accessed: 10.02.2020).

Carter H. (2018) Nigel Farage Says There WILL Be Second Brexit Referendum... *The Sun*, 15 December. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/brexit/7985087/nigel-farage-says-there-will-be-second-brexit-referendum-and-urges-leave-voters-to-get-ready/ (accessed: 28.02.2020)

Clark N. (2019) Boris Johnson Gets His Brexit Band Back Together to Crush Farage Threat and Squeeze Leave Vote. *The Sun*, 29 November. Available at: https://www.thesun.co.uk/news /brexit/10449467/boris-johnson-brexit-leave-vote/ (accessed: 18.03.2020).

Clark N., O'Sullivan S. (2020) Brexit News LIVE... *The Sun*, 1 February. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/10858199/brexit-news-uk-live-eu-latest/ (accessed: 18.03.2020).

Edgerton D. (2019) Brexit Is a Necessary Crisis... *The Guardian*, 9 October. Available at: https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/oct/09/brexit-crisis-global-capitalism-britain-place-world (accessed: 18.03.2020).

Elliot L. (2016) Brexit Armageddon Was a Terrifying Vision...*The Guardian*, 20 August. Available at: https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/aug/20/brexit-eu-referendum-economy-project-fear (accessed: 28.02.2020).

Forsyth J. (2016) Theresa May Must See Brexit as a Great Chance, not a Problem. *The Sun*, 9 July. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/1415879/theresa-may-must-see-brexit-as-a-great-chance-not-a-problem/ (accessed: 10.02.2020).

Freedland J. (2019) Now It's a Fight to the Finish Between a No-Deal Brexit and Remain // *The Guardian,* 24 May. Available at: https://www.theguardian.com/commentisfree/2019 /may/24/no-deal-remain-theresa-may-brexit-party-compromise-brexit (accessed: 28.02.2020).

Gye H., Clark N., Dathan M. (2019) Theresa May's Brexit Deal Crushed by MPs AGAIN ...*The Sun,* 13 March. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/brexit/8615679/brexit-deal-vote-latest-theresa-may-fails-majority/ (accessed: 28.02.2020).

Hawkes S., Gutteridge N., Davidson L. (2018) Theresa May's Brexit Deal Branded a 'Sell-out'. *The Sun*, 22 November. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/brexit/7807312/theresa-mays-brexit-deal-branded-sell-out/ (accessed: 28.02.2020).

Here's Our Message to MPs Ahead of Historic Brexit Vote ...Trust Britain (2018) *The Sun*, 11 June. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/6505185/the-sun-says-great-britain-brexit-vote-betrayal-leave-remain/ (accessed: 28.02.2020).

Kavanagh T. (2020) The 17,197 Days of Britain Being Throttled by Europeans as we Break Free on Friday. *The Sun*, 26 January. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/brexit/10820462/britain-leaving-eu-friday/ (accessed: 18.03.2020).

Nougayrède N. (2016) The Brexit Nightmare Is Becoming Reality. The Remain Camp Is in Denial. *The Guardian*, 9 April. Available at: https://www.theguardian.com/commentisfree /2016/apr/09/brexit-nightmare-remain-camp-denial-cameron-panama-papers (accessed: 10.02.2020).

Sparrow A. (2020) Brexit Day: End of an Era as United Kingdom Leaves EU – as it Happened. *The Guardian*, 1 February. Available at: https://www.theguardian.com/politics/live /2020/jan/31/brexit-day-britain-prepares-leave-eu-live-news-updates (accessed: 18.03.2020).

Sun On Sunday Says. A Vote for Brexit Is All it Takes to Set Britain Free (2016) *The Sun*, 19 June. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/1306294/a-vote-for-brexit-is-all-it-takes-to-set-britain-free/ (accessed: 10.02.2020).

Tahir T. (2019) Supreme Court Brexit Ruling – What Was the Decision and What Happens Next? *The Sun*, 24 September. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/9851041/what-is-happening-brexit-latest-news/ (accessed: 18.03.2020).

The Guardian View on Brexit: the Government Has Failed...(2019) *The Guardian*, 20 January. Available at: https://www.theguardian.com/commentis-

free/2019/jan/08/the-guardian-view-on-brexit-the-government-has-failed-its-time-to-go-back-to-the-people (accessed: 28.02.2020).

Theresa May Must not Betray...on the Advice of Sly Remainers (2017) *The Sun*, 20 September. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/4503929/theresa-may-brexit-voters-sly-remainers-sun-says-opinion/ (accessed: 28.02.2020).

Tolhurst A., Dunn T., Hawkes S. (2016) See EU Later! Britain Votes to LEAVE the EU on a Dramatic Night as Nigel Farage Declares 'Victory for Ordinary People'. *The Sun*, 24 June. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/1332742/britain-votes-to-back-brexit-and-leave-the-eu-on-historic-night-as-nigel-farage-declares-victory-for-ordinary-people/ (accessed: 10.02.2020).

White M. (2016) What Is Brexit and Why Does It Matter? The EU Referendum Guide for Americans. *The Guardian*, 18 June. Available at: https://www.theguardian.com/politics /2016/jun/18/eu-referendum-brexit-explainer-for-americans (accessed: 10.02.2020).

Wooding D. (2018) Half of Brits Want to Leave EU on March 29, With or Without a Brexit Deal. *The Sun*, 18 August. Available at: https://www.thesun.co.uk/news/7047947/british-voters-give-brexit-verdict/ (accessed: 28.02.2020).

References

Casero-Ripollés A. (2018) Research on Political Information and Social Media: Key Points and Challenges for the Future. *El profesional de la información* 27 (5): 964–974.

Geçer E. (2018) Media, Politics and Democracy: A Critical Perspective. *Erciyes İletişim Dergisi* 5 (4): 479–492.

Grigonis Yu. E. (2017) *Politicheskaya kommunikatsiya v kontekste sovremennoy politicheskoy teorii*: dis. ... kand. polit. nauk. [Political Communication in the Context of Modern Political Theory: PhD polit. sci. diss.] Saint Petersburg. (In Russian)

Hofmann J. (2019) Mediated Democracy – Linking Digital Technology to Political Agency. *Internet Policy Review* 8 (2). Available at: https://policyreview.info/ articles/analysis/mediated-democracy-linking-digital-technology-political-agency (accessed: 10.01.2020). DOI: 10.14763/2019.2.1416

Jamil S. (2018) Politics in a Digital Age: the Impact of New Media Technologies on Public Participation and Political Campaign in Pakistan's 2018 Elections – a Case Study of Karachi. *Global Media Journal* 16 (31).

Kalugina E.G. (2017) Internet-SMI kak subiekt politicheskoj kommunikacii: kljuchevye harakteristiki [Online Media as a Subject of Political Communication: Key Characteristics]. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*. 6 (3): 406–417. (In Russian)

Kutlu A. (2018) The *Internet and Politics: Transformation of Political Communication*. Available at: https://www.dpublication.com/wp-content/uploads/2018/12/ICRHS-1-168.pdf (accessed: 10.01.2020).

Makarov Yu. N. (2016) *Osobennosti vozdeystviya internet-kommunikatorov na sotsial'nye protsessy v sovremennom rossiyskom obshchestve (na primere blogov i sotsial'nykh setey)*: dis. ... kand. sotsiol. nauk. [The Influence of Online Com-

municators on the Social Processes in Modern Russian Society (a Case Study of Blogs and Social Networks): PhD social. sci. diss.] Krasnodar. (In Russian)

Volodenkov S. V. (2015) *Tekhnologii internet-kommunikatsii v sisteme sovremennogo politicheskogo upravleniya*: dis. ... dokt. polit. nauk. [Online Communication Technologies Within Modern Political Management: Dr. polit. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Volodenkov S. V., Chulkov D. I. (2018) Politicheskie kommunikacii kak instrument konstruirovanija sovremennoj social'no-politicheskoj real'nosti [Political Communications as a Tool for Constructing Modern Social and Political Reality]. *Russkaja politologija* 4 (9): 3–8. (In Russian)

Zuykina K. L. (2017) *Osobennosti politicheskoy kommunikatsii v blogosfere Rossii i USA*: dis. ... kand. filol. nauk. [Features of Political Communication in the Russian and American Blogosphere: PhD philol. sci. diss.] Moscow. (In Russian)

Поступила в редакцию
27.03.2020