

Научная статья
УДК 81'42; 070
doi: 10.17223/19986645/75/10

Язык референдумов через призму британских газетных заголовков

Мариана Самвеловна Саркисян¹, Евгения Витальевна Зиминая²

¹ *Ереванский государственный университет, Ереван, Республика Армения,
marianasargsyan@ysu.am; mariana.sargsyan80@gmail.com*

² *Костромской государственный университет, Кострома, Россия, ezimina@rambler.ru*

Аннотация. Референдумы о независимости Шотландии 2014 г. и о членстве Британии в ЕС 2016 г. сформировали нынешнюю политическую картину в стране. Заголовки в прессе Англии и Шотландии отражают сдвиг в языке и культуре медийного дискурса. Умеренный дискурс референдума 2014 г. сменился жёсткой риторикой Брекзита. Сравнивая освещение этих событий в прессе Англии и Шотландии, авторы изучают взаимовлияние медийной культуры, языка и политики и отмечают сдвиг в языке к угрозам и манипуляциям. Мы исследуем роль прессы в переосмыслении политических взглядов, ценностей и убеждений британцев.

Ключевые слова: газетный дискурс, заголовок, Брекзит, референдум о независимости Шотландии, новая лексика, языковое манипулирование, агрессивная риторика, влияние СМИ

Для цитирования: Саркисян М.С., Зиминая Е.В. Язык референдумов через призму британских газетных заголовков // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2022. № 75. С. 199–220. doi: 10.17223/19986645/75/10

Original article
doi: 10.17223/19986645/75/10

The language of referenda through the prism of British press headlines

Mariana S. Sargsyan¹, Evgeniya V. Zimina²

¹ *Yerevan State University, Yerevan, Republic of Armenia,
marianasargsyan@ysu.am; mariana.sargsyan80@gmail.com*

² *Kostroma State University, Kostroma, Russian Federation, ezimina@rambler.ru*

Abstract. Shifts and transformations of social and political systems have always happened under the influence of a wide range of media techniques and means employed by newspapers to influence processes and shape public opinion. The paper considers the phenomenon on the example of the UK at the background of the recent political processes in the context of the Independence Referendum of 2014 and the

EU Membership Referendum in 2016 (Brexit). To study the language of the British press of the period and to observe in what ways newspapers with different political stance tried to achieve the desired impact on the reader, the paper suggests looking at the headlines of English and Scottish newspapers. The study employs linguistic analysis, supplemented by discourse analysis, as well as elements of content analysis. Headlines were selected according to the thematic principle (Politics, Referendum and Brexit) and classified by the political stance and the geographical location (England or Scotland). The choice of the object of the study is due to the specific nature of British newspaper headlines (works by H. Kniffka, A.M. Simon-Vandenberg, T.A. van Dijk, K. Schneider, J. Aitchison, E. Semino, A.Yu. Isaeva, and others). The chronological order of the data demonstrates the changes in the techniques used by journalists and politicians to reach to the readers and influence their opinion. In particular, the paper argues that the press coverage of the 2014 Referendum can be characterized as moderate, while the coverage in 2016 demonstrates a shift to manipulative techniques for which a wide range of linguistic tools were used by politicians and journalists to transform values, beliefs, and social and political attitudes. The paper argues that closer to the end of 2019, given the growing uncertainties about the future of the country, the press language grew harsher, with the domination of words with negative connotation and direct verbal abuse. As to manipulative rhetoric choices, most frequently press headlines employed metaphor, antithesis, lexical and syntactic repetition, parallelism, hyperbole, comparison and citation. The study of over 500 headlines demonstrates that the press culture has undergone significant changes which account for the qualitative transformations of the language of the British press, traditionally characterized by a reserved tone. On the other hand, the analysis of the headlines shows that the notions *unity*, *Britishness* and *identity* were frequently referred to. This enables to conclude that the press has given start to new interpretations of the mentioned notions the effect of which will be seen in the long-term perspective. In the course of the revision of the paper, based on the reviewers' comments, the title of the paper has been concretized, the methodology employed in the paper has been specified, and a more detailed account of the choice of the object of study has been presented.

Keywords: newspaper discourse, headline, referendum, new Brexit lexis, language manipulation, aggressive rhetoric

For citation: Sargsyan, M.S. & Zimina, E.V. (2022) The language of referenda through the prism of British press headlines. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology*. 75. pp. 199–220. (In Russian). doi: 10.17223/19986645/75/10

Введение

СМИ всегда играли важную роль в формировании общественного мнения. В наши дни на сайтах газет и на их страницах в социальных сетях имеется возможность читательского комментирования. Известно, что читатели могут выражать как свое мнение, так и мнение определенных политических, общественных и прочих групп. Это приводит к тому, что влияние СМИ на электорат усиливается многократно. Разумеется, печатные СМИ лишь один из многочисленных способов воздействия на публику. Однако мы рассмотрим именно печатные СМИ и их онлайн версии, которые благодаря интернет-технологиям стали одним их самых легкодоступ-

ных источников информации. В этой связи исследование в сфере политического медиадискурса является одним из наиболее актуальных направлений не только лингвистики, но и междисциплинарных исследований. Политический медиадискурс как средство реализации воздействия на массовую аудиторию изучается в работах Э.В. Будаева, О.Ф. Русаковой, Е.И. Шейгал, Ю.В. Ключева и других исследователей [1–4].

Вышеизложенное явление можно наблюдать на примере британских СМИ на фоне недавних политических событий, а именно в контексте референдума о независимости Шотландии в 2014 г. и референдума о членстве Великобритании в ЕС (Брекзит) в 2016 г., повлёкших за собой не только изменения в жизни Великобритании, но и предположения о втором референдуме о независимости Шотландии. Эти события широко освещались в британской прессе, влияние которой на результаты прошедших референдумов трудно переоценить.

Использование журналистами и политиками широкого лингвистического инструментария для достижения своих целей привело к качественным сдвигам не только в языковой культуре прессы, но и в системе ценностей, убеждений и социальной позиции в целом. Сами же политические процессы породили множество новых слов и терминов в английском языке. Количество таких слов настолько значительно, что можно говорить о целом корпусе референдумной лексики.

Цель данной статьи – исследовать язык прессы в период 2016–2019 гг. в тесной связи с социально-политической ситуацией в стране и проследить за качественными изменениями в заголовках. Хронологический порядок анализа позволяет проследить за эволюцией журналистских приёмов в попытках британской прессы сыграть свою роль во время политического кризиса в Соединённом Королевстве. Актуальность исследования определяется возрастающим воздействием СМИ на социальную и политическую жизнь. Объектом исследования стали заголовки статей в электронных версиях британских газет. В процессе исследования был проведён анализ более 500 заголовков статей по темам «Политика», «Референдум» и «Брекзит». Выбор объекта исследования не случаен.

В первую очередь нужно отметить, что существует достаточное количество работ как зарубежных, так и российских исследователей, посвящённых проблеме заголовков прессы, в частности англо-американской [5–11].

Особенности развития британской прессы наложили яркий отпечаток на заголовки газетных статей. Во-первых, специалисты отмечают, что количество слов в заголовках стало намного больше по сравнению с их количеством в XIX в. (в среднем менее 3 слов на заголовок в 1800 г. и более 7 слов в заголовке в 2000 г.) [8. Р. 54]. Таким образом, заголовок стал более развёрнутым и представляет собой очень краткую аннотацию статьи.

Говоря о функциях заголовков, исследователи отмечают, что главная цель заголовков в англо-американской прессе – привлечь внимание читателя, заинтересовать, воздействовать и даже поразить его, и лишь во вторую очередь заголовку поручается информационно-разъяснительная функ-

ция – сообщение читателю краткого содержания данной статьи [9–10]. Вследствие этого в британской прессе выработался особый стиль газетного заголовка, характерной чертой которого является чрезвычайная экспрессивность. Современные британские заголовки пытаются резюмировать статью, одновременно реализуя функцию воздействия. Считается, что эффект таких заголовков потенциально длительный. Утверждается, что заголовки часто являются единственной информацией, которую можно прочитать или запомнить [7. Р. 189]. Развёрнутые заголовки экономят время читателя – они позволяют не читать всю статью целиком, но по-прежнему сообщают достаточное количество информации. Итак, можно отметить, что заголовки одновременно нацелены на привлечение внимания читателей и резюмирования информации. Выбор объекта настоящего исследования обусловлен именно упомянутыми особенностями заголовков британских газет.

Методологическую основу данного исследования составляет лингвистический анализ текста, который дополняется методами критической лингвистики и дискурсивного анализа, а также элементами контент-анализа. Совокупность применения этих методов позволяет рассмотреть характеристики языка заголовков для получения более объёмной картины. Заголовки отбирались по тематическому принципу («Политика», «Референдум» и «Брекзит»), а также классифицировались в соответствии с политической принадлежностью издания (проконсервативные или пролейбористские, а также либерально-демократические и независимые газеты) и географическим расположением редакции (Англия или Шотландия).

Заголовки статей цитируются в основном по электронным версиям газет.

Референдум о независимости Шотландии в британской прессе

Освещение референдумов 2014 и 2016 гг. в шотландской прессе с точки зрения выбранных журналистами языковых средств существенно различается. Начиная с 2016 г. язык прессы по отношению к Брекзиту и возможному второму референдуму о независимости стал более агрессивным в атмосфере неуверенности, страха и все более возрастающей важности вопросов национальной важности. Мы придаём особое значение динамике политической риторики по основным политическим событиям как в Англии, так и в Шотландии.

Заголовки статей в шотландской прессе за 2013–2014 гг. вряд ли можно описать как дискурс национальных ценностей и вопросов национальной самоидентификации [12. Р. 49]. Значительное число примеров, взятых из шотландской прессы, демонстрирует, что как сторонники, так и противники независимости в основном обсуждают вопросы экономических потерь и выгод, будущее экономики в составе Соединённого Королевства и преимущества членства в ЕС. Примеры также показывают, что шотландская пресса вне зависимости от интересов издателей не выражала определённых мнений относительно независимости, за исключением воскресного выпуска «Геральд» от 4 мая 2014 г. в поддержку сторонников отделения.

ШНП (Шотландская национальная партия) выстроила кампанию в поддержку независимости, апеллируя к уникальной возможности (a lifetime opportunity) Шотландии исполнить свои мечты (fulfil its hopes and dreams) [13]. Кампания не была агрессивной, а в плане языка весь процесс проходил спокойно, в нейтральном тоне. Наиболее распространённым журналистским приёмом было преуменьшение, с помощью которого сторонники членства в ЕС (Лучше вместе – Better Together) старались придать меньшую значимость взглядам ШНП на независимость. *Nessie is more real than SNP's economic claims* [14], *SNP independence vision a 'pale imitation of past'* [15], или *By 2070, Scots independence as likely as putting astronauts on Mars* [16], *Scots independence white paper 'just wish list'* [17], *SNP independence white paper 'a work of fiction'* [18]). Эти заголовки ставили своей целью показать нереалистичность кампании в поддержку независимости и близорукость ШНП. Такая речевая стратегия, выраженная посредством риторических фигур речи, была эффективной и достигла цели, принимая во внимание результаты референдума.

Другим аспектом референдума 2014 г. является понятие единства нации, эксплуатируемое противниками выхода Шотландии из состава Соединённого Королевства. Интересно, что заголовок *Patriotism not nationalism is the basis for independence* [19] отражает типичную стратегию противопоставления патриотизма национализму. Понятия «патриотизм» и «национализм», часто превращающиеся в понимании шотландских читателей в синонимы, на самом деле имеют разную коннотацию. Поскольку электронные версии газет предоставляют читателям возможность комментировать тексты, мнение читателей всегда очевидно выражено. В контексте референдума 2014 г. патриотизм подразумевает единство нации для всех, кто разделяет это чувство, а также стремление избирателей голосовать душой и сердцем. Национализм в том же контексте означал восприятие Шотландии как страны, чьё превосходство над другими частями Соединённого Королевства неоспоримо, из чего вытекала необходимость политической независимости, а также холодный экономический расчёт. Таким образом, сторонники и противники независимости апеллировали к разным чувствам избирателей. Заголовок подчёркивает «сепаратистскую» природу кампании и подрывает позиции ШНП.

Осознание себя как британцев, а не шотландцев стало ещё одним важным пунктом в кампании против независимости, что видно, например, из заголовка *Talk up benefits of Union* [20]. Лидер шотландских тори убедительно доказывал, что противники независимости должны донести до избирателя плюсы союза как для Шотландии, так и для всего Соединённого Королевства. Далее он обращается к шотландцам, напоминая об общем прошлом, о черных днях, которым Англия и Шотландия противостояли сообща, и подчёркивает силу союза по сравнению с простой политической сделкой. Эффект усиливается за счёт использования исторических отсылок, например к событиям Второй мировой войны.

Основываясь на вышеупомянутых заголовках, мы можем сделать вывод, что стратегия кампании «Лучше вместе» была сбалансированной и умерен-

ной, поэтому практически все шотландские газеты выступали в её поддержку. Однако несмотря на спокойное языковое оформление кампании и отсутствие вербальных дуэлей в шотландской прессе, газеты всё же способствовали усилению страха и неопределённости в обществе, представляя независимую Шотландию как малореалистичную идею. Роль прессы можно считать крайне важной, так как ни одна ведущая шотландская газета не высказалась в поддержку независимости.

Реакция английских газет на референдум в Шотландии варьировалась в зависимости от политических предпочтений редакций и времени, остающегося до дня референдума. Большинство английских СМИ отнеслись к идее референдума со значительной долей скептицизма и восприняли её как шутку. Однако с приближением дня голосования тон многих газетных материалов изменился. Некоторые газеты, несмотря на свои политические пристрастия, предостерегали Шотландию от проведения референдума. «Санди Таймс», «Телеграф», «Санди Миррор» подчёркивали славное общее прошлое (например, «Санди Таймс» переосмысливала лозунг «Битва за Британию», использовавшийся во время Второй мировой войны, для выражения своего отношения к референдуму).

«Стар», напротив, подчёркивала необходимость референдума как проявления демократии в стране и символа политического пробуждения Шотландии. Единственным исключением стала «Сан» с двумя разными редакторскими статьями – одна для английского издания, другая для шотландского. Английская версия характеризовалась долей скептицизма по отношению к референдуму, в то время как шотландская была более нейтральной. Однако мы можем с уверенностью сказать, что большинство английских газет поддерживали слоган «Лучше вместе».

В целом можно сделать вывод о нейтральности языковых средств в освещении референдума 2014 г. На наш взгляд, умеренный тон и отсутствие ярко окрашенной лексики не только сгладили эффект от событий в поле СМИ, но и способствовали спокойному восприятию итогов референдума в реальной жизни.

Брекзит и его освещение в прессе

Референдум о независимости Шотландии, несмотря на сравнительно спокойное освещение в прессе, послужил стартовой точкой для последующих политических событий, которые изменили не только политику и экономику Соединённого Королевства, но и язык прессы и политики.

Кажущаяся относительно спокойной политическая жизнь страны после 2014 г. вскоре была прервана решением Джеймса Кэмерона провести референдум по вопросам членства страны в Евросоюзе. Чтобы прояснить определённые языковые нюансы дадим краткое описание самого процесса Брексита.

Брекзит стал исключительно сложным политическим и экономическим процессом, который ухудшил отношения между группами населения, до этого относительно толерантно относящимися друг к другу.

Мы не ставим целью описать политические и социальноэкономические причины Брекзита. Также слишком рано говорить о последствиях Брекзита, и это не входит в цели исследования. Однако можно с уверенностью сказать, что Брекзит стал для Соединённого Королевства одним из самых тяжёлых испытаний за последние годы. Например, он послужил причиной рассуждений о втором референдуме о независимости Шотландии (две трети населения Шотландии предпочли бы остаться в ЕС), а также вызвал проблемы, связанные со свободным перемещением между Северной Ирландией и Республикой Ирландия. Кроме того, некоторые решения, принятые нынешним премьер-министром страны, Борисом Джонсоном, уже вызвали раскол в Консервативной партии, казавшейся до этого монолитной и принимающей решения практически единогласно.

Неудивительно, что такой сложный и противоречивый процесс послужил причиной появления в английском языке целого пласта новой лексики и переосмысления значений уже существующих слов.

Во-первых, некоторые лексические единицы, описывающие процесс Брекзита, стали новыми лишь для широкой публики. Нейтральные по своей окраске, они до недавнего времени представляли интерес лишь для политических аналитиков и чиновников ЕС. Такие термины описывают различные механизмы функционирования ЕС и содержатся в документации ЕЭС/ЕС. Однако во время кампании по выходу из ЕС эти слова стали часто использоваться в прессе для объяснения процедуры выхода.

Примером могут стать *free market* (свободный рынок), *Article 50 of the Lisbon Treaty* (Статья 50 Лиссабонского договора), *Common Travel Area* (Зона свободного передвижения) [21], *Customs Union* (Таможенный союз), *the European Communities Act* (Закон о европейских сообществах), *the Four Freedoms* (четыре свободы ЕС/ЕАЭС), *hard/soft border* (строгая/мягкая граница, т.е. граница с пограничным контролем или без него), *member states* (страны-члены ЕС), *opt-outs* (исключения из Маастрихтского договора, которыми пользуются некоторые страны ЕС) и многие другие, характеризующие функционирование ЕС.

Слова с более яркой эмоциональной окраской описывают реалии, появившиеся во время Брекзит-кампании: *the Brexit bus* (агитационный автобус кампании в поддержку Брекзита), *Three Baskets* (Три корзины, т.е. три стратегии выхода из ЕС. Термин происходит от известного выражения «не класть все яйца в одну корзину»), *Brexchosis* (массовый психоз, вызванный Брекзитом) [21], *Europhobia* (Еврофобия), *Europhilia* (Еврофилия), *cakeism* (стремление получить несколько выгод сразу. Происходит от известного выражения *You cannot have the cake and eat it*, т.е. невозможно съесть пирожное так, чтобы оно у тебя осталось). Оксфордский словарь уже содержит собственно слово «Брекзит» и образованные от него лексические единицы *Bregret* (*Brexit+Regret*, сожаление о том, что голос был отдан за Брекзит), *Brexodus* (*Brexit+Exodus*, т.е. Исход Британии из ЕС), *Grexit* (*Greece+Exit*, т.е. выход Греции из ЕС), а также слова, образованные от лексических единиц, обозначающих реалии Брекзита: *retapias*

(*Remain + maniac*, т.е. человек, маниакально стремящийся остаться в ЕС), *Remoaner* (*Remain + moaner*, т.е. человек, который хочет, чтобы Британия осталась в ЕС, и постоянно говорит (ноет) на эту тему). Многие из таких слов имеют негативную коннотацию.

Некоторые общеизвестные слова за время Брекзит-кампании приобрели совершенно новые значения. Примерами могут служить *snowflake* (человек, который не воспринимает альтернативную точку зрения), *cherry-picking* (предвзятый выбор, выбор только удобных аргументов).

Британские СМИ всегда играли значительную роль в создании и распространении новых политических тенденций. Поскольку телевидение в Соединённом Королевстве традиционно считается наименее предвзятым СМИ [22], за влияние на публику и формирование общественного мнения по поводу Брекзита сражались в основном газеты и их электронные версии. Нейл Гэвин полагает, что именно британские печатные СМИ ответственны за манипулирование сознанием электората в ходе референдума 2016 г. [23]. Дейвид Леви, ссылаясь на отчёт, подготовленный агентством Рейтер, отмечает возросшее число негативных комментариев в британских газетах и полагает, что газеты имеют существенное влияние как на определившийся, так и неопределившийся электорат [24]. Роль социальных сетей также нельзя преуменьшать. Например, Скай Ньюз использовала YouTube для загрузки коротких роликов с интервью, в которых избиратели отвечали, как они будут голосовать. В роликах неизменно присутствовали активисты, раздающие листовки соответствующего содержания (в зависимости от ответов респондентов). С помощью стратегии KISS (*Keep it simple, stupid* (Будь проще и глупее)) сторонники выхода из ЕС успешно привлекли на свою сторону представителей рабочих профессий из провинции, создав у тех впечатление, что они могут взять ситуацию в свои руки и выиграть в сражении с либерально настроенными гражданами [25]. Ролики характеризуются очень простым языком и простой визуализацией.

Также сторонники выхода из ЕС применили стратегию KISS в формировании образа национального самоопределения. Найджел Фарадж, лидер Партии независимости Соединённого Королевства (позднее лидер партии Брекзит), завоевал популярность с помощью роликов YouTube с упоминаниями Второй мировой войны, Фолклендской кампании, изображениями королевской семьи, футбола, крикета, сельских пейзажей и т.д. По утверждению Ламберта, 60% сторонников выхода из ЕС считают себя англичанами, а не британцами или европейцами [26].

Английские газеты существенно повлияли на итоги референдума. Однако утверждение о том, что какая-либо газета отражает мнение определённой политической партии, как это было в начале кампании, было бы неверным. Анализируя заголовки начала кампании, т.е. за 2016 г., можно сказать, что наиболее яркими сторонниками Брекзита выступили «Дейли Экспресс» и «Сан», в то время как «Гардиан», «Индепендент» и «Файнэншл Таймс» занимали проевропейскую позицию. «Дейли Мейл»

оставалась нейтральной. Эти данные подтверждают наблюдения, сделанные Райтом [27]. В то же время очевидно, что обе стороны использовали сходные речевые стратегии для продвижения своей точки зрения. С самого начала кампании английские газеты провели чёткое разделение между «ними» и «нами», т.е. теми, кто высказывал противоположную и сходную точку зрения соответственно. В газетных заголовках использовались стратегии, которые не только подчёркивали правильность и жизнеспособность своей точки зрения, но и дискредитировали противоположную точку зрения. Можно выделить такие стратегии дискредитации, как оскорбление, сарказм, обвинение и угроза. Заголовки *NHS worker wipes the floor with Cameron in EU debate and orders him to do his part* [28] и *EU referendum live: Cameron warns of economic timebomb* [29] были типичны для обеих сторон процесса. На страницах газет прочное место заняли слова *threat* (угроза), *ban* (запрет), *accuse* (обвинять), *crime* (преступление), *risks* (риски), *limbo* (неопределённая ситуация, «завис»).

Обе стороны в одинаковой степени использовали прецедентные наименования (т.е. слова, отражающие культурные особенности страны и служащие разделителями между «ними» и «нами» [30]. Этот приём помогает провести параллели между политическими оппонентами и прецедентными наименованиями для нелицеприятных сравнений. *Want to know what real racism is? Ask Donald Trump, not Brexiteers* [31] или *Brexit campaign resonates with Catalan separatists* [32]. Во втором примере сравнение более негативно из-за событий, связанных с каталонским референдумом: власти Испании объявили его незаконным, а в 2017 г. в Испании проходили массовые аресты организаторов референдума в Каталонии.

Обвинение как приём воздействия на читателя широко использовали сторонники выхода из ЕС, говоря о мигрантах. Примером такого популистского заголовка может служить *Migrants take our jobs: Britons losing out to foreign workers* [33]. Авторы статей использовали контраст между «нами» и «ними», что привело к восприятию мигрантов как отчуждённой, враждебной группы населения.

После того как результаты референдума были обнародованы, а изначальная эмоциональная реакция утихла, фокус газетных материалов сместился на объяснение процедур, которым должны следовать Соединённое Королевство и Евросоюз для начала – и окончания! – процесса. Эмоциональная реакция наблюдалась не столько в самих материалах прессы, сколько в комментариях читателей, когда стало понятно, что Брекзит является новой неизбежной реальностью. Тон самих газет был слегка эмоциональным, например: *UK votes to leave EU after dramatic night divides nation* [34]. «Сан» и «Дейли Мейл» отреагировали на произошедшее с сарказмом и радостью: *See EU later!* [35] и *We're Out!* [36]. Тон «Файнэншл Таймс» был подчёркнуто деловым: *Tory Brexiters urge Cameron to stay regardless of vote results* [37]. Можно с уверенностью сказать, что беспокойство по поводу Брекзита выражали в основном газеты континентальной Европы. Однако есть и несколько исключений: *No second chance for Britain: Germany's*

threat to UK – You'll never be allowed back in EU [38]; *Don't mention the B-word!* [39] или *Pity the Brexipats!* [40]. В таких заголовках отмечаются ранее упомянутые стратегии. Однако необходимость информировать публику о происходящем вынудила многие газеты использовать спокойный тон, поэтому вскоре язык терминов, объясняющих процедуру выхода, заменил эмоции для того, чтобы подготовить нацию к ближайшим переменам.

По мере того как переговоры по Брекзиту стали менее продуктивными в отношении сделки с Евросоюзом по причине неспособности правительства Терезы Мэй предложить подходящее решение, тон большинства газет стал меняться. Наблюдавшаяся ранее политическая лояльность печатных СМИ сменилась желанием публиковать горячие новости, невзирая на партийную принадлежность лица, находящегося в центре новости. Язык самих политиков, а вслед за ними и журналистов, стал более агрессивным. В сентябре 2019 г. агрессия в высказываниях политиков достигла пика, а тиражирование агрессивных высказываний в печатных СМИ стало беспрецедентным. Премьер-министр Борис Джонсон использовал такую агрессивную лексику, как *surrender* (сдаваться), *traitor* (предатель), *attack* (нападение), а многократное повторение его слов в прессе привело к эскалации насилия не только на бумаге, но и в реальной жизни. Его упоминание миссис Кокс [41] стало причиной роста числа угроз в адрес женщин-политиков по всей стране. Многие газеты, как местные, так и национальные, отмечают рост насилия в стране, связанного с риторикой Джонсона, забыв упомянуть при этом собственную роль в тиражировании и муссировании агрессивных высказываний. Практически все печатные и электронные СМИ отметили использование Джонсоном слова *humbug* (чепуха, вздор), когда премьер-министра попросили прокомментировать ситуацию с угрозами в адрес женщин-депутатов парламента, хотя Джонсон и уверял, что его слова неправильно интерпретировали. Это стало ещё одной приметой времени: прессу часто упрекали в неправильной интерпретации многих высказываний, так как отдельные фразы были опубликованы без учёта контекста, а многие слова использованы не в тех значениях. Это привело к высокой степени предвзятости в печатных (и не только) СМИ и потере объективности.

Языковая ситуация в политике и печатных СМИ привела к решению парламента использовать более умеренный язык в публичных высказываниях. Однако ситуация продолжала накаляться, и 2 октября 2019 г. «Индепендент» написала, что ЕС «пристрелил» (*shot down*) планы Джонсона [42]. Пресса снова раздула эти случаи языковой агрессии, а читатели подхватили тенденцию, и количество агрессивных комментариев в соцсетях стало расти.

Газеты и их электронные версии начали публиковать заметки, которые лишь способствовали нагнетанию обстановки. *Brexit referendum triggered man's acute psychosis, doctor says.* [43]. На деловых страницах английских газет использовался более серьёзный (или менее сенсационный) тон, но выбор тематики и лексики оставался тревожащим. «Метро» опубликовала

список компаний, обанкротившихся или пострадавших по причине Брекзита [44].

Лавина статей подобного рода была спровоцирована крахом компании «Томас Кук». И хотя с самого начала было понятно, что банкротство компании было вызвано не одним лишь Брекзитом, именно «Томас Кук» упоминалась в статьях об экономических последствиях Брекзита. Ирония заключается в том, что именно «Томас Кук» начала использовать термины *Brexit-guaranteed* и *Brexit Price Guarantee* на странице клиентской поддержки.

Язык прессы становился все более оскорбительным и язвительным. *Brexit has infected British politics from top to bottom* [45]; *PM whipping up riot fears to avoid Brexit extension* [46]; *Civil war over Brexit* [47]. Не только заголовки, но и общий тон статей стал более тревожным. *Emergency meeting* (Экстренное заседание), *loot* (нависать, надвигаться, обычно об угрозе), *terrible week* (ужасная неделя), *terminal decline* (окончательный спад) – вот несколько примеров типичной лексики этого периода.

Комментарии читателей на страницах этих газет в «Фейсбуке» также отмечались ростом агрессивных высказываний. *Clowns, morons, die in the ditch* могут служить примерами того, как читатели выражали своё разочарование и недовольство происходящим.

Произошло переосмысление старых слоганов. Например, «Экономист» сопровождал слоган *Make Britain Great Again* рисунком, на котором Борис Джонсон на своём агитационном автобусе едет по американским горкам в никуда [48].

Тони Торн, лингвист-консультант в Кингз Колледж, Лондон, полагает, что британцы не успевали за развитием *Brexit-speak* (Брекзитязы). [49]. Аллюзия на известный роман Оруэлла демонстрирует ситуацию с политическим языком Соединенного Королевства в конце 2019 г. Торн называет её «токсичной терминологией популизма», за которой люди не успевают следить.

Брекзит и его последствия для Шотландии: освещение в прессе

Освещение Брекзита в шотландских печатных СМИ также претерпело существенные изменения. Меняющаяся реальность и перспектива выхода из ЕС привели к возобновлению разговоров о независимости Шотландии. В референдуме по Брекзиту большинство регионов Англии и Уэльса проголосовали за выход из ЕС, в то время как в Шотландии 62% голосов было отдано против выхода. 24 июня 2016 г. «Курьер» опубликовал материалы под заголовком *N. Sturgeon says new independence referendum now 'highly likely'* [50], тем самым проинформировав читателей, что вопрос о втором референдуме о независимости снова находится в повестке для ШНП. В этот раз в поддержку независимости выступили почти все шотландские газеты и их интернет-версии, в особенности «Нэшнл», новое издание, основанное после референдума 2014 г.

Большинство шотландских газет, выступивших против выхода из ЕС, сочли Брекзит угрозой социальному и экономическому благополучию

Шотландии, будущему страны как части европейского сообщества. Это видно из таких заголовков, как *Brexit 'poses risk' to higher education* [51]; *Remain Brexit would put Scotland in 'very, very difficult position' with no best scenario* [52]; *Remain campaigners warn of 'devastating' impact of Brexit* [53]. Во всех вышеперечисленных примерах основным языковым приёмом стала отсылка к прямой речи политиков, чьё мнение высказывается в статье. Таким образом, ссылка на авторитетное мнение подготавливала читателя к мысли о том, что нужно готовиться к худшему.

Брекзит снова сделал реалистичными перспективы второго референдума о независимости. Некоторые заголовки указывают на желание ШНП воспользоваться тупиковой ситуацией, в которой оказалось британское правительство по причине Брексита, в особенности когда стало понятно, что Брексит без сделки является вполне реальным вариантом. Никола Стерджен заявила, что с каждым днём вопрос о независимости становится все насущнее: *Brexit deal has put Scottish Independence on the agenda again* [54].

Сценарий выхода из ЕС без сделки стал поворотным пунктом в шотландском обществе и изменил общественное мнение относительно референдума о независимости. В лагерь противников Брексита перешли даже те, кто проголосовал «нет» в первом референдуме о независимости Шотландии. Три опроса общественного мнения, проведённых в неделю референдума по Брекситу, показали, что приблизительно 50% шотландцев предпочли бы отделиться от Соединённого Королевства, а 9% не определились с мнением [55]. В последующие годы число сторонников независимости стало возрастать, что нашло отражение в таком заголовке, как *The reality is 'kicking in' – Brexit voters starting to feel 'Bregret'*, который свидетельствует о разочаровании и сожалениях тех, кто голосовал за Брексит [56].

Газетные заголовки 2016 г. отражают быстрое развитие событий и показывают желание шотландцев снова внести вопрос о независимости в повестку дня. В сравнении с 2013–2014 гг. наблюдалось увеличение напряжённости и эмоциональности по причине агрессивных сдвигов в языке, вызванных Брекситом. В прессе стали гораздо чаще встречаться слова *fight* (сражение), *blast* (взрыв, взрывная волна), *counterblast* (встречный удар), *gun fired* (выпущенный из ружья), *major push* (мощный импульс) и др. Каждое из этих слов постепенно подталкивало читателя к более агрессивной позиции по Брекситу и представляло текущую ситуацию как театр военных действий.

В отличие от первого референдума о независимости, вопросы национального самоопределения в период с 2015 по 2019 г. получили в прессе более широкое освещение. Акцент делался на желании шотландцев быть вместе с Европой и на самоидентификации шотландцев как европейцев. Депутат шотландского парламента Алан Смит произнёс в Европарламенте пламенную речь, что немедленно нашло отражение в заголовках шотландских газет от 28 июня 2016 г.: *Scotland did not let you down; do not let Scotland down* [57]. Через параллелизм в данном случае отражается преданность шотландцев европейской идентичности и надежда на совместное

будущее. Эта позиция сопровождалась большим числом заголовков и статей, посвящённых экономическим потерям, которые бы повлёк за собой выход из ЕС.

Очевидно, что быть частью Европы для обеспечения не только социально-экономического равновесия, но и твёрдых оснований считаться носителями «европейских ценностей» важно для 40% шотландцев, которые считают себя шотландцами, а не британцами, и для 29% шотландцев, которые считают себя в большей степени шотландцами, чем британцами [58. Р. 24]. Газетные заголовки с 2016 по 2017 г. («Пресс энд Джорнал», «Курьер» (Данди), «Геральд», «Скоттиш Сан», «Скотсмэн», «Скоттиш Экспресс») продемонстрировали негативный дискурс, полный взаимных обвинений в нечестности и безрассудстве, сарказма и угроз, которые чаще всего актуализированы при помощи метафор дуэли, игры и азартной игры: *The gloves are off: May v. Sturgeon* [59]; *Theresa May slams Nicola Sturgeon's 'tunnel vision' for a second independence referendum and warns her to stop 'playing politics' with the future of the country* [60]; *Sturgeon brands Brexit a 'reckless gamble' as PM begins EU divorce* [61]; *Sturgeon accused of "well-rehearsed game" as she makes case for second independence referendum* [62]; *Focus on priorities' May's brutal attack on Sturgeon for 'playing games & twisting truth'* [63].

Даже беглый взгляд на то, как британские и шотландские газеты освещали Брекзит с 2016 г., даёт ясно понять, что политкорректность давно забыта. Высказывания политиков и освещение в прессе свидетельствуют о том, что институциональный дискурс перешёл к сфере личных оскорблений, что является беспрецедентным явлением и вызывает озабоченность по поводу границ свободы слова и языка вражды.

При описании ситуации пресса пользуется более жёстким и агрессивным языком. После ухода Терезы Мэй с поста премьер-министра в шотландской прессе увеличилось число оскорблений, жёсткой риторики, негативно окрашенной лексики. Также наблюдался страх перед неопределённостью и стремление ШНП воспользоваться ситуацией и ускорить выход Шотландии из состава Соединённого Королевства. Эта же языковая ситуация наблюдалась и на страницах газет в Фейсбуке, где читатели не стеснялись в выражениях, оскорбляя политиков и друг друга.

Заключение

СМИ всегда играли важную роль в процессах трансформации социально-политических и идеологических систем, а также в формировании общественного мнения. Это явление можно наблюдать в медийном пространстве Великобритании на фоне политических процессов в контексте Референдума о независимости 2014 г. и недавно появившегося дискурса о втором референдуме о независимости. Проблема независимости Шотландии обострилась под влиянием референдума о членстве в ЕС в 2016 г. Процессы получили широкое освещение в прессе, влияние которой на исход референдумов неоспоримо. Не менее значительным является влияние прессы

на трансформации и новые интерпретации культурного и политического единства под эгидой британской идентичности.

Проводя параллели между освещением в английской и шотландской прессе различных политических взглядов, авторы показывают взаимовлияние медиакультуры и языка и политических процессов. В первую очередь референдумы повлекли за собой появление новых слов и терминов в английском языке, а также привели к расширению значений или коннотативного компонента многих слов. С другой стороны, широкий лингвистический инструментарий использовался политиками и обозревателями для манипулирования и повышения осведомлённости граждан с целью трансформировать систему ценностей, убеждений и социальных и политических взглядов. Среди наиболее часто используемых риторических приёмов можно назвать гиперболу, метафору, антитезу, синтаксический и лексический повтор, параллелизм, сравнение и цитирование. По мере того как переговоры по Брекзиту стали менее продуктивными в отношении сделки с Евросоюзом тон большинства газет стал меняться. Язык самих политиков, а вслед за ними и заголовков стал более агрессивным. Агрессия в языке заголовков достигла пика, что чаще всего достигалось словами с ярко выраженной негативной эмоциональной окраской и словесными оскорблениями. Все перечисленные явления говорят о качественных изменениях языка британской прессы, которая ещё некоторое время назад традиционно отличалась сдержанным тоном.

Список источников

1. Будаев Э.В. Критический анализ политического дискурса: основные направления современных зарубежных исследований // Политическая лингвистика. 2016. № 6 (60). С. 12–17.
2. Русакова О.Ф., Грибовод Е.Г. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2014. 14 (4). С. 65–77.
3. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград : Перемена, 2000. 367с.
4. Ключев Ю.В. Политический дискурс в массовой коммуникации: анализ публично-политического взаимодействия. Москва ; Берлин : Директ Медия, 2016. 122 с.
5. Kniffka H. Soziolinguistik und empirische Textanalyse: Schlagzeilen- und Lead-Formulierung in amerikanischen Tageszeitungen. Tübingen : Niemeyer, 2016.
6. Simon-Vandenberghe A.M. The grammar of headlines in "The Times", 1870–1970. Brussel : Paleis der Academien, 1981.
7. Dijk T.A. van News as Discourse. Hillsdale, N.J. : Lawrence Erlbaum, 1988.
8. Schneider K. The Emergence and Development of Headlines in British Newspapers. English media texts-past and present: language and textual structure / ed. by Friedrich Ungerer. John Benjamins Publishing Company, 2000. P. 45–65.
9. Aitchison J. Headlines and Deadlines: Changing Newspaper Language // Atti del XII Congresso Internazionale di Lessicografia / eds. by E. Corino, C. Marelllo, C. Onesti. Vol. 1. Torino : Euralex, 2006. P. 3–18.
10. Semino E. Language in Newspapers // English language: description, variation and context / eds. by J. Culpeper, F. Katamba, P. Kerswill, R. Wodak, T. McEnery. Basingstoke : Palgrave, 2009.
11. Исаева А.Ю. Коммуникативно-прагматические особенности газетного заголовка: на материале англоязычных интернет-изданий : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2017.

URL: <https://www.dissercat.com/content/kommunikativno-pragmaticheskie-osobennosti-gazetnogo-zagolovka-na-materiale-angloyazychnykh-read> (дата обращения: 10.03.2021).

12. Dekavalla M. The 2014 Referendum in the Scottish Press // Scottish Affairs. 2018. № 27 (1). P. 47–53.

13. Kerry G. SNP Spring Conference 2014: Alex Salmond – independence vote 'opportunity of a lifetime' // The Scottish Express. April 11. URL: <https://www.express.co.uk/scotland/469962/SNP-Spring-Conference-2014-Alex-Salmond-independence-vote-opportunity-of-a-lifetime> (дата обращения: 03.09.2019).

14. Cameron B. 'Nessie more real than SNP's economic claims' // The Press and Journal. 2014. May 1. URL: <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/47964/nessie-more-real-than-snps-economic-claims/> (дата обращения: 03.09.2019).

15. Evening Telegraph Reporter. SNP independence vision a 'pale imitation of past' // The Evening Telegraph. 2013. July 31. URL: <https://www.eveningtelegraph.co.uk/2013/07/31/snp-independence-vision-a-pale-imitation-of-past/> (дата обращения: 03.09.2019).

16. Poll: by 2070, Scots independence as likely as putting astronauts on Mars // The Herald. 2013. August 2. URL: <https://www.heraldscotland.com/news/13116560.poll-by-2070-scots-independence-as-likely-as-putting-astronauts-on-mars/> (дата обращения: 05.09.2019).

17. Evening Telegraph Reporter. Welsh Secretary: Scots independence white paper 'just wish list.' // The Evening Telegraph. 2013. November 29. URL: <https://www.eveningtelegraph.co.uk/2013/11/29/page/2/> (дата обращения: 06.09.2019).

18. Evening Telegraph Reporter. Darling: SNP independence white paper a 'work of fiction' // The Evening Telegraph. 2013. November 26. URL: <https://www.eveningtelegraph.co.uk/2013/11/26/> (дата обращения: 06.09.2019).

19. Murphy J. Comment: Patriotism not nationalism is basis for independence No vote // The Scottish Express. 2014. April 20. URL: <https://www.express.co.uk/scotland/471450> (дата обращения: 08.09.2019).

20. Reporter. 'Talk up benefits of Union' // The Press and Journal. 2013. October 2. URL: <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/21438> (дата обращения: 06.09.2019).

21. O'Grady S. Brexicon: A full dictionary of Brexit-related jargon // The Independent. 2018. February 21. URL: <https://www.independent.co.uk/voices/brexit-hard-soft-boris-johnson-theresa-may-article-50-brexchosis-a8221566.html> (дата обращения: 03.09.2019).

22. Обвинцева О. Реализация речевой стратегии дискредитации в заголовках британских СМИ (в период кампании референдума о членстве Великобритании в Евросоюзе // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2016. Вып. 10 (175). С. 54–57.

23. Gavin T.N. Media definitely do matter: Brexit, immigration, climate change and beyond // The British Journal on Politics and International Relations. 2018. № 20 (4). P. 827–845. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1369148118799260#>

24. Levy D. UK Press Coverage of the EU Referendum. 2019. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/uk-press-coverage-eu-referendum>

25. Berry M. Understanding the Role of the Mass Media in the EU Referendum // EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign / ed. by D. Jackson, E. Thorsen, D. Wring. Poole, England : The Centre for the Study of Journalism, Culture and Community, 2016. URL: <http://www.referendu-manalysis.eu/eu-referendum-analysis-2016/section-1-context/understanding-the-role-of-the-mass-media-in-the-eu-referendum> (дата обращения: 04.03.2020).

26. Lambert H. EU Referendum result: 7 graphs that explain how Brexit won // The Independent. 2016. June 24. URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-result-7-graphs-that-explain-how-brexit-won-eu-explained-a7101676.html> (дата обращения: 04.03.2020).

27. Wright O. EU Referendum: Could the UK media swing it one way or another? // The Independent. 2016. June 11. URL: <https://www.independent.co.uk/news/media/press/eu-referendum-could-the-uk-media-swing-it-one-way-or-another-a7077006.html> (дата обращения: 04.03.2020).

28. *Peat Ch.* NHS worker WIPES THE FLOOR with Cameron in EU debate & ORDERS him to 'do his part' // The Daily Express. 2016. June 22. URL: <https://www.express.co.uk/news/uk/677841> (дата обращения: 04.03.2020).

29. *EU Referendum Live.* Cameron warns of economic timebomb // The Guardian. 2016. 2016. June 2. URL: <https://www.theguardian.com/politics/live/2016/jun/06/eu-referendum-live-cameron-harman-leave-campaign-con-trick> (дата обращения: 04.03.2020).

30. *Варзанова В.* Прецедентные феномены в заголовках британских медиатекстов как средство проявления национального культурного кода // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. Вып. 10 (163). С. 9–14.

31. *Daley J.* Want to know what real racism is? Ask Donald Trump not Brexiteers // The Telegraph. 2016. June 11. URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/06/11/want-to-know-what-real-racism-is-ask-donald-trump-not-brexiteers/> (дата обращения: 04.03.2020).

32. *Tremlett G.* Brexit campaign resonates with Catalan separatists // The Guardian. 2016. June 5 URL: <https://www.theguardian.com/politics/2016/jun/06/catalan-president-keeps-keen-eye-on-britains-eu-referendum> (дата обращения: 04.03.2020).

33. *Dawar A.* Migrants DO take our jobs: Britons losing out to foreign workers, says official study // The Express. 2014. July 9. URL: <https://www.express.co.uk/news/uk/487645> (дата обращения: 04.03.2020).

34. *Asthana A., Quinn B., Mason R.* UK votes to leave EU after dramatic night divides nation // The Guardian. 2016. June 24. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2016/jun/24/britain-votes-for-brexit-eu-referendum-david-cameron> (дата обращения: 04.03.2020).

35. *Tolhurst A.* SEE EU LATER! Britain votes to LEAVE the EU on a dramatic night as Nigel Farage declares 'victory for ordinary people.' // The Sun. 2016. June 23. URL: <https://www.thesun.co.uk/news/1332742/> (дата обращения: 04.03.2020).

36. *Brexit Front Pages in Pictures.* We're out! // The Guardian. 2016. June 24. URL: <https://www.theguardian.com/media/gallery/2016/jun/25/brexit-front-pages-in-pictures/> (дата обращения: 04.03.2020).

37. *Brexit Front Pages in Pictures.* Tory Brexiteers urge Cameron to stay regardless of vote results // The Guardian. 2016. 25 June. URL: <https://www.theguardian.com/media/gallery/2016/jun/25/brexit-front-pages-in-pictures> (дата обращения: 04.03.2020).

38. *Perring R., Pallenberg M.* NO Second Chance for Britain: Germany's THREAT to UK – You'll NEVER be allowed back in EU // The Express. 2016. June 8. URL: <https://www.express.co.uk/news/world/677632/Germany-EU-european-union-Brexit-Britain-EU> (дата обращения: 04.03.2020).

39. *Mansfield K.* Don't mention the B-WORD! Eurocrats BANNED from saying Brexit in EU referendum discussions // The Express. 2016. June 9. URL: <https://www.express.co.uk/news/uk/678277/Eurocrats-banned-using-Brexit-in-EU-referendum-discussions> (дата обращения: 04.03.2020).

40. *Bagehot.* Pity the Brexipats // The Economist. 2016. June 4. URL: <https://www.economist.com/britain/2016/06/04/pity-the-brexipats> (дата обращения: 04.03.2020).

41. *Mason R.* Boris Johnson refuses to say sorry for remarks about murdered MP Jo Cox // The Guardian. 2019. September 27. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2019/sep/26/johnson-refuses-to-say-sorry-for-remarks-about-murdered-mp-jo-cox> (дата обращения: 04.03.2020).

42. *Rentoul J.* Boris Johnson's conference speech: what he said – and what he really meant // The Independent. 2019. October 2. URL: <https://www.independent.co.uk/voices/boris-johnson-tory-conference-speech-brexit-translation-what-he-said-meant-a9129346.html> (дата обращения: 04.03.2020).

43. *Weston P.* Brexit referendum triggered man's acute psychosis, doctor says // The Independent. 2019. October 2. URL: <https://www.independent.co.uk/news/health/brexit-news-latest-referendum-psychosis-delusions-a9127841.html> (дата обращения: 04.03.2020).

44. *Mahmood B.* All the companies that have collapsed or moved abroad since Brexit // The Metro. 2019. September 23. URL: <https://metro.co.uk/2019/09/23/companies-collapsed-moved-abroad-since-brexit-10795029/?ito=cbsshare> (дата обращения: 04.03.2020).

45. *The Supreme Court.* Brexit has infected British politics from top to bottom // The Economist. 2019. September 26. URL: <https://www.economist.com/leaders/2019/09/26/brexit-has-infected-british-politics-from-top-to-bottom> (дата обращения: 04.03.2020).

46. *Helm T.* Boris Johnson 'whipping up riot fears to avoid Brexit extension' // The Guardian. 2019. September 28. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2019/sep/28/boris-johnson-invoke-civil-emergency-powers-brexit-deal> (дата обращения: 04.03.2020).

47. *Dearden L.* British Army soldier under investigation after threatening MP with 'civil war' over Brexit // The Independent. 2019. September 27. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/crime/daniel-goshawk-soldier-brexit-civil-war-mp-angela-rayner-a9123921.html> (дата обращения: 04.03.2020).

48. *Parkins D.* The Brexit rollercoaster // The Economist. 2019. July 26. URL: <https://www.economist.com/leaders/2019/07/27/to-stop-no-deal-tory-mps-must-be-ready-to-bring-down-boris-johnson> (дата обращения: 04.03.2020).

49. *Booth R.* 'Brexitpeak' growing too fast for public to keep up, say experts // The Guardian. 2019. October 5. URL: <https://www.theguardian.com/politics/2019/oct/05/brexitpeak-brexit-vocabulary-growing-too-fast-public-keep-up> (дата обращения: 04.03.2020).

50. *McPherson G.* Nicola Sturgeon says new independence referendum now "highly likely" // The Courier. 2016. June 24. URL: <https://www.thecourier.co.uk/fp/news/politics/scottish-politics/212851> (дата обращения: 04.10.2019).

51. *Russell G.* Brexit poses risk to higher education // The National. 2016. December 27. URL: <https://www.thenational.scot/news/14988339.brexit-poses-risk-to-higher-education/> (дата обращения: 04.10.2019).

52. *McConnell I.* Economist: Brexit would put Scotland in "very, very difficult position" with no best scenario // The Herald. 2016. June 16. URL: https://www.herald-scotland.com/business_hq/14559436.economist-brexit-would-put-scotland-in-very-very-difficult-position-with-no-best-scenario/ (дата обращения: 04.10.2019).

53. *Press Association.* Remain campaigners warn of 'devastating' impact of Brexit // The Courier. 2016. May 10. URL: <https://www.thecourier.co.uk/fp/news/politics/170155/remain-campaigner-warns-devastating-impact-brexit/> (дата обращения: 10.10.2019).

54. *Duffy R.* Indyref 2? The Brexit Deal Has Put Scottish Independence on the Agenda Again. 2019. URL: <https://www.thejournal.ie/scotland-brexit-vote-4343770-Nov/> (дата обращения: 10.10.2019).

55. *Post-Brexit* Scottish Attitudes Poll. Retrieved from Survation // Daily Record / Daily Mirror. 2016. June 25. URL: <https://survation.com/wp-content/uploads/2016/06/Post-Brexit-Scottish-Attitudes-Poll.pdf> (дата обращения: 10.10.2019).

56. *Press Association.* The reality is kicking in" – Brexit voters starting to feel "Bregret" // The Courier. 2016. June 25. URL: <https://www.thecourier.co.uk/fp/news/uk-world/213425/reality-kicking-brexit-voters-starting-feel-bregret/> (дата обращения: 10.10.2019).

57. *Smyth A.* Scotland Did Not Let You Down; Do Not Let Scotland Down. 2016. URL: https://www.alynsmith.eu/scotland_did_not_let_you_down_do_not_let_scotland_down (дата обращения: 12.10.2019).

58. *McCrone D.* Opinion Polls in Scotland: July 1998–June 1999 // Scottish Affairs. 1999. № 28. P. 32–43.

59. *Razaq L.* The gloves are off: May v. Sturgeon // The Press and Journal. 2017. March 17. URL: <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/uk/1197223/the-gloves-are-off-may-v-sturgeon/> (дата обращения: 15.10.2019).

60. *Davidson L.* 'UNCERTAINTY AND DIVISION' Theresa May slams Nicola Sturgeon's 'tunnel vision' for a second independence referendum and warns her to stop 'playing politics' with the future of the country // The Scottish Sun. 2017. May 13. URL:

<https://www.thesun.co.uk/news/3079899/theresa-may-slams-nicola-sturgeons-tunnel-vision-for-a-second-independence-referendum/> (дата обращения: 15.10.2019).

61. Reporter. Nicola Sturgeon brands Brexit a “reckless gamble” as PM begins EU divorce // *The Press and Journal*. 2017. March 29. URL: <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/politics/1208385/nicola-sturgeon-brands-brexit-reckless-gamble-pm-begins-eu-divorce/> (дата обращения: 15.10.2019).

62. Razaq L. Sturgeon accused of “well-rehearsed game” as she makes case for second independence referendum // *The Press and Journal*. 2017. March 22. URL: <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/uk/1201567/sturgeon-accused-of-well-rehearsed-game-as-she-makes-case-for-second-independence-referendum/> (дата обращения: 15.10.2019).

63. Hall M., Martin T. 'Focus on priorities' May's brutal attack on Sturgeon for 'playing games & twisting truth'. 2017. March 3. URL: <https://www.express.co.uk/news/politics/774286/Theresa-May-attack-SNP-Glasgow-speech-Nicola-Sturgeon-Politics-not-game> (дата обращения: 15.10.2019).

References

1. Budaev, E.V. (2016) Critical Analysis of Political Discourse: Main Trends of Contemporary Foreign Research. *Politicheskaya lingvistika – Political Linguistics*. 6 (60). pp. 12–17. (In Russian).

2. Rusakova, O.F. & Gribov, E.G. (2014) Political Media Discourse and Mediatization of Politics as Concept of Political Communicativistics. *Nauchnyy ezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo otdeleniya Rossiyskoy akademii nauk*. 14 (4). pp. 65–77. (In Russian).

3. Sheygal, E.I. (2000) *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse]. Volgograd: Peremena.

4. Klyuev, Yu.V. (2016) *Politicheskii diskurs v massovoy kommunikatsii: analiz publichnogo-politicheskogo vzaimodeystviya* [Political discourse in mass communication: analysis of public-political interaction]. Moscow; Berlin: Direkt Mediya.

5. Kniffka, H. (2016) *Soziolinguistik und empirische Textanalyse: Schlagzeilen- und Lead-Formulierung in amerikanischen Tageszeitungen*. Tübingen: Niemeyer.

6. Simon-Vandenberg A.M. The grammar of headlines in “The Times”, 1870–1970. Brussel: Paleis der Academien, 1981.

7. van Dijk, T.A. (1988) *News as Discourse*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum.

8. Schneider, K. (2000) The Emergence and Development of Headlines in British Newspapers. In: Ungerer, F. (ed.) *English media texts-past and present: language and textual structure*. John Benjamins Publishing Company. pp. 45–65.

9. Aitchison, J. (2006) Headlines and Deadlines: Changing Newspaper Language. In: Corino, E., Marell, C. & Onesti, C. (eds) *Atti del XII Congresso Internazionale di Lessicografia*. Vol. 1. Torino: Euralex. pp. 3–18.

10. Semino, E. (2009) Language in Newspapers. In: Culpeper, J. et al. (eds) *English language: description, variation and context*. Basingstoke: Palgrave.

11. Isaeva, A.Yu. (2017) *Kommunikativno-pragmaticheskie osobennosti gazetnogo zagolovka: na materiale angloyazychnykh internet-izdaniy* [Communicative and pragmatic features of a newspaper headline: based on the material of English-language online publications]. Abstract of Philology Cand. Diss. Moscow. [Online] Available from: <https://www.disscat.com/content/kommunikativno-pragmaticheskie-osobennosti-gazetnogo-zagolovka-na-materiale-angloyazychnykh-read> (Accessed: 10.03.2021).

12. Dekavalla, M. (2018) The 2014 Referendum in the Scottish Press. *Scottish Affairs*. 27 (1). pp. 47–53.

13. Kerry, G. (2014) SNP Spring Conference 2014: Alex Salmond – independence vote ‘opportunity of a lifetime.’ *The Scottish Express*. April 11. [Online] Available from:

<https://www.express.co.uk/scotland/469962/SNP-Spring-Conference-2014-Alex-Salmond-independence-vote-opportunity-of-a-lifetime> (Accessed: 03.09.2019).

14. Cameron, B. (2014) Nessie more real than SNP's economic claims. *The Press and Journal*. May 1. [Online] Available from: <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/47964/nessie-more-real-than-snps-economic-claims/> (Accessed: 03.09.2019).

15. Evening Telegraph Reporter. (2013) SNP independence vision a 'pale imitation of past.' *The Evening Telegraph*. July 31. [Online] Available from: <https://www.eveningtelegraph.co.uk/2013/07/31/snp-independence-vision-a-pale-imitation-of-past/> (Accessed: 03.09.2019).

16. The Herald. (2013) Poll: by 2070, Scots independence as likely as putting astronauts on Mars. *The Herald*. August 2. [Online] Available from: <https://www.heraldscotland.com/news/13116560.poll-by-2070-scots-independence-as-likely-as-putting-astronauts-on-mars/> (Accessed: 05.09.2019).

17. Evening Telegraph Reporter. (2013) Welsh Secretary: Scots independence white paper 'just wish list.' *The Evening Telegraph*. November 29. [Online] Available from: <https://www.evening-telegraph.co.uk/2013/11/29/page/2/> (Accessed: 06.09.2019).

18. Evening Telegraph Reporter. (2013) Darling: SNP independence white paper a 'work of fiction.' *The Evening Telegraph*. November 26. [Online] Available from: <https://www.evening-telegraph.co.uk/2013/11/26/> (Accessed: 06.09.2019).

19. Murphy, J. (2014) Comment: Patriotism not nationalism is basis for independence No vote. *The Scottish Express*. April 20. [Online] Available from: <https://www.express.co.uk/scotland/471450> (Accessed: 08.09.2019).

20. Reporter. (2013) Talk up benefits of Union. *The Press and Journal*. October 2. [Online] Available from: <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/21438> (Accessed: 06.09.2019).

21. O'Grady, S. (2018) Brexicon: A full dictionary of Brexit-related jargon. *The Independent*. February 21. [Online] Available from: <https://www.independent.co.uk/voices/brexit-hard-soft-boris-johnson-theresa-may-article-50-brexchosis-a8221566.html> (Accessed: 03.09.2019).

22. Obvintseva, O. (2016) Realizatsiya rechevoy strategii diskreditatsii v zagolovkakh britanskikh SMI (v period kampanii referendumo o chlenstve Velikobritanii v Evrosoyuzhe) [Implementation of the speech strategy of discrediting in the headlines of the British media (during the campaign for a referendum on UK membership in the European Union)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 10 (175). pp. 54–57.

23. Gavin, T.N. (2018) Media definitely do matter: Brexit, immigration, climate change and beyond. *The British Journal on Politics and International Relations*. 20 (4). pp. 827–845. [Online] Available from: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1369148118799260#>

24. Levy, D. (2019) *UK Press Coverage of the EU Referendum*. [Online] Available from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/uk-press-coverage-eu-referendum>

25. Berry, M. (2016) Understanding the Role of the Mass Media in the EU Referendum. In: Jackson, D., Thorsen, E. & Wring, D. (eds) *EU Referendum Analysis 2016: Media, Voters and the Campaign*. Poole, England: The Centre for the Study of Journalism, Culture and Community. [Online] Available from: <http://www.referendu-manalysis.eu/eu-referendum-analysis-2016/section-1-context/understanding-the-role-of-the-mass-media-in-the-eu-referendum> (Accessed: 04.03.2020).

26. Lambert, H. (2016) EU Referendum result: 7 graphs that explain how Brexit won. *The Independent*. June 24. [Online] Available from: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-result-7-graphs-that-explain-how-brexit-won-eu-explained-a7101676.html> (Accessed: 04.03.2020).

27. Wright, O. (2016) EU Referendum: Could the UK media swing it one way or another? *The Independent*. June 11. [Online] Available from: <https://www.independent.co.uk/news/media/press/eu-referendum-could-the-uk-media-swing-it-one-way-or-another-a7077006.html> (Accessed: 04.03.2020).

28. Peat, Ch. (2016) NHS worker WIPES THE FLOOR with Cameron in EU debate & ORDERS him to 'do his part'. *The Daily Express*. June 22. [Online] Available from: <https://www.express.co.uk/news/uk/677841> (Accessed: 04.03.2020).
29. The Guardian. (2016) EU Referendum Live. Cameron warns of economic timebomb. *The Guardian*. June 2. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/live/2016/jun/06/eu-referendum-live-cameron-harman-leave-campaign-con-trick> (Accessed: 04.03.2020).
30. Varzapova, V. (2015) Pretsedentnye fenomeny v zagolovkakh britanskikh mediatekstov kak sredstvo proyavleniya natsional'nogo kul'turnogo koda [Precedent phenomena in the headlines of British media texts as a means of manifesting the national cultural code]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 10 (163). pp. 9–14.
31. Daley, J. (2016) Want to know what real racism is? Ask Donald Trump not Brexiteers. *The Telegraph*. June 11. [Online] Available from: <https://www.telegraph.co.uk/news/2016/06/11/want-to-know-what-real-racism-is-ask-donald-trump-not-brexiteers/> (Accessed: 04.03.2020).
32. Tremlett, G. (2016) Brexit campaign resonates with Catalan separatists. *The Guardian*. June 5 [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/2016/jun/06/catalan-president-keeps-keen-eye-on-britains-eu-referendum> (Accessed: 04.03.2020).
33. Dawar, A. (2014) Migrants DO take our jobs: Britons losing out to foreign workers, says official study. *The Express*. July 9. [Online] Available from: <https://www.express.co.uk/news/uk/487645> (Accessed: 04.03.2020).
34. Asthana, A., Quinn, B. & Mason, R. (2016) UK votes to leave EU after dramatic night divides nation. *The Guardian*. June 24. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/2016/jun/24/britain-votes-for-brexit-eu-referendum-david-cameron> (Accessed: 04.03.2020).
35. Tolhurst, A. (2016) SEE EU LATER! Britain votes to LEAVE the EU on a dramatic night as Nigel Farage declares 'victory for ordinary people.' *The Sun*. June 23. [Online] Available from: <https://www.thesun.co.uk/news/1332742/> (Accessed: 04.03.2020).
36. The Guardian. (2016) Brexit Front Pages in Pictures. We're out! *The Guardian*. June 24. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/media/gallery/2016/jun/25/brexit-front-pages-in-pictures/> (Accessed: 04.03.2020).
37. The Guardian. (2016) Brexit Front Pages in Pictures. Tory Brexiteers urge Cameron to stay regardless of vote results. *The Guardian*. 25 June. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/media/gallery/2016/jun/25/brexit-front-pages-in-pictures> (Accessed: 04.03.2020).
38. Perring, R. & Pallenberg, M. (2016) NO Second Chance for Britain: Germany's THREAT to UK – You'll NEVER be allowed back in EU. *The Express*. June 8. [Online] Available from: <https://www.express.co.uk/news/world/677632/Germany-EU-european-union-Brexit-Britain-EU> (Accessed: 04.03.2020).
39. Mansfield, K. (2016) Don't mention the B-WORD! Eurocrats BANNED from saying Brexit in EU referendum discussions. *The Express*. June 9. [Online] Available from: <https://www.express.co.uk/news/uk/678277/Eurocrats-banned-using-Brexit-in-EU-referendum-discussions> (Accessed: 04.03.2020).
40. Bagehot. (2016) Pity the Brexipats. *The Economist*. June 4. [Online] Available from: <https://www.economist.com/britain/2016/06/04/pity-the-brexipats> (Accessed: 04.03.2020).
41. Mason, R. (2019) Boris Johnson refuses to say sorry for remarks about murdered MP Jo Cox. *The Guardian*. September 27. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/2019/sep/26/johnson-refuses-to-say-sorry-for-remarks-about-murdered-mp-jo-cox> (Accessed: 04.03.2020).
42. Rentoul, J. (2019) Boris Johnson's conference speech: what he said – and what he really meant. *The Independent*. October 2. [Online] Available from: <https://www.independent.co.uk/voices/boris-johnson-tory-conference-speech-brexit-trans-lation-what-he-said-meant-a9129346.html> (Accessed: 04.03.2020).

43. Weston, P. (2019) Brexit referendum triggered man's acute psychosis, doctor says. *The Independent*. October 2. [Online] Available from: <https://www.independent.co.uk/news/health/brexit-news-latest-referendum-psychosis-delusions-a9127841.html> (Accessed: 04.03.2020).
44. Mahmood, B. (2019) All the companies that have collapsed or moved abroad since Brexit. *The Metro*. September 23. [Online] Available from: <https://metro.co.uk/2019/09/23/companies-collapsed-moved-abroad-since-brexit-10795029/?ito=cbshare> (Accessed: 04.03.2020).
45. The Supreme Court. (2019) Brexit has infected British politics from top to bottom. *The Economist*. September 26. [Online] Available from: <https://www.economist.com/leaders/2019/09/26/brexit-has-infected-british-politics-from-top-to-bottom> (Accessed: 04.03.2020).
46. Helm, T. (2019) Boris Johnson 'whipping up riot fears to avoid Brexit extension'. *The Guardian*. September 28. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/2019/sep/28/boris-johnson-invoke-civil-emergency-powers-brexit-deal> (Accessed: 04.03.2020).
47. Dearden, L. (2019) British Army soldier under investigation after threatening MP with 'civil war' over Brexit. *The Independent*. September 27. [Online] Available from: <https://www.independent.co.uk/news/uk/crime/daniel-goshawk-soldier-brexit-civil-war-mp-angela-rayner-a9123921.html> (Accessed: 04.03.2020).
48. Parkins, D. (2019) The Brexit rollercoaster. *The Economist*. July 26. [Online] Available from: <https://www.economist.com/leaders/2019/07/27/to-stop-no-deal-tory-mps-must-be-ready-to-bring-down-boris-johnson> (Accessed: 04.03.2020).
49. Booth, R. (2019) 'Brexitpeak' growing too fast for public to keep up, say experts. *The Guardian*. October 5. [Online] Available from: <https://www.theguardian.com/politics/2019/oct/05/brexitpeak-brexit-vocabulary-growing-too-fast-public-keep-up> (Accessed: 04.03.2020).
50. McPherson, G. (2016) Nicola Sturgeon says new independence referendum now "highly likely". *The Courier*. June 24. [Online] Available from: <https://www.thecourier.co.uk/fp/news/politics/scottish-politics/212851> (Accessed: 04.10.2019).
51. Russell, G. (2016) Brexit poses risk to higher education. *The National*. December 27. [Online] Available from: <https://www.thenational.scot/news/14988339.brexit-poses-risk-to-higher-education/> (Accessed: 04.10.2019).
52. McConnell, I. (2016) Economist: Brexit would put Scotland in "very, very difficult position" with no best scenario. *The Herald*. June 16. [Online] Available from: https://www.herald-scotland.com/business_hq/14559436.economist-brexit-would-put-scotland-in-very-very-difficult-position-with-no-best-scenario/ (Accessed: 04.10.2019).
53. Press Association. (2016) Remain campaigners warn of 'devastating' impact of Brexit. *The Courier*. May 10. [Online] Available from: <https://www.thecourier.co.uk/fp/news/politics/170155/remain-campaigner-warns-devastating-impact-brexit/> (Accessed: 10.10.2019).
54. Duffy, R. (2019) *Indyref 2? The Brexit Deal Has Put Scottish Independence on the Agenda Again*. [Online] Available from: <https://www.thejournal.ie/scotland-brexit-vote-4343770-Nov/> (Accessed: 10.10.2019).
55. Daily Record / Daily Mirror. (2016) Post-Brexit Scottish Attitudes Poll. Retrieved from Survation. *Daily Record / Daily Mirror*. June 25. [Online] Available from: <https://survation.com/wp-content/uploads/2016/06/Post-Brexit-Scottish-Attitudes-Poll.pdf> (Accessed: 10.10.2019).
56. Press Association. (2016) The reality is kicking in – Brexit voters starting to feel "Bregret". *The Courier*. June 25. [Online] Available from: <https://www.thecourier.co.uk/fp/news/uk-world/213425/reality-kicking-brexit-voters-starting-feel-bregret/> (Accessed: 10.10.2019).
57. Smyth, A. (2016) *Scotland Did Not Let You Down; Do Not Let Scotland Down*. [Online] Available from: https://www.alynsmith.eu/scotland_did_not_let_you_down_do_not_let_scotland_down (Accessed: 12.10.2019).

58. McCrone, D. (1999) Opinion Polls in Scotland: July 1998–June 1999. *Scottish Affairs*. 28. pp. 32–43.

59. Razaq, L. (2017) The gloves are off: May v. Sturgeon. *The Press and Journal*. March 17. [Online] Available from: <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/uk/1197223/the-gloves-are-off-may-v-sturgeon/> (Accessed: 15.10.2019).

60. Davidson, L. (2017) ‘UNCERTAINTY AND DIVISION’ Theresa May slams Nicola Sturgeon’s ‘tunnel vision’ for a second independence referendum and warns her to stop ‘playing politics’ with the future of the country. *The Scottish Sun*. May 13. [Online] Available from: <https://www.thesun.co.uk/news/3079899/theresa-may-slams-nicola-sturgeons-tunnel-vision-for-a-second-independence-referendum/> (Accessed: 15.10.2019).

61. Reporter. (2017) Nicola Sturgeon brands Brexit a “reckless gamble” as PM begins EU divorce. *The Press and Journal*. March 29. [Online] Available from: <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/politics/1208385/nicola-sturgeon-brands-brexit-reckless-gamble-pm-begins-eu-divorce/> (Accessed: 15.10.2019).

62. Razaq, L. (2017) Sturgeon accused of “well-rehearsed game” as she makes case for second independence referendum. *The Press and Journal*. [Online] Available from <https://www.pressandjournal.co.uk/fp/news/uk/1201567/sturgeon-accused-of-well-rehearsed-game-as-she-makes-case-for-second-independence-referendum/> (Accessed: 15.10.2019).

63. Hall, M. & Martin, T. (2017) ‘Focus on priorities’ May’s brutal attack on Sturgeon for ‘playing games & twisting truth’. [Online] Available from: <https://www.express.co.uk/news/politics/774286/Theresa-May-attack-SNP-Glasgow-speech-Nicola-Sturgeon-Politics-not-game> (Accessed: 15.10.2019).

Информация об авторах:

Саркисян М.С. – канд. филол. наук, доцент кафедры английской филологии Ереванского государственного университета (Ереван, Республика Армения). E-mail: mariana-sargsyan@ysu.am; mariana.sargsyan80@gmail.com

Зими́на Е.В. – канд. экон. наук, доцент кафедры романо-германских языков Костромского государственного университета (Кострома, Россия). E-mail: ezimina@rambler.ru

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Information about the authors:

M.S. Sargsyan, Cand. Sci. (Philology), associate professor, Yerevan State University (Yerevan, Republic of Armenia). E-mail: marianasargsyan@ysu.am; mariana.sargsyan80@gmail.com

E.V. Zimina, Cand. Sci. (Economics), associate professor, Kostroma State University (Kostroma, Russian Federation). E-mail: ezimina@rambler.ru

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 31.03.2021;
одобрена после рецензирования 23.01.2022; принята к публикации 09.04.2022.*

*The article was submitted 31.03.2021;
approved after reviewing 23.01.2022; accepted for publication 09.04.2022.*