

Томашевська Марися Валеріївна

Громадсько-політичний рух «Залишитися» у медіапросторі Великої Британії (2015 – червень 2016 року)

УДК 327(410:4-6ЄС)
DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2023-4.15>

Томашевська Марися Валеріївна
аспірантка кафедри міжнародних відносин
Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника
вул. Шевченка, 57,
Івано-Франківськ, Україна
ORCID: 0009-0004-2135-2256

Актуальність порушеної проблеми зумовлена її науково-теоретичним та практичним значенням для розвитку політичного процесу в Україні. Досвід Брексіту має аналогії з висвітленням у медіа національних виборчих кампаній у нашій країні та дає повчальні уроки для розуміння впливу і значення інформаційно-психологічних операцій, які веде Російська Федерація проти України. Мета статті – аналіз відображення в медіапросторі розгортання громадсько-політичного руху з підтримки членства Великої Британії в Європейському Союзі в період підготовки до референдуму 23 червня 2016 р. Використано методи історичної актуалізації, контент-аналізу, дискурс-аналізу, медіа-комунікації зовнішнього і внутрішнього аналізу.

Результати дослідження полягають у виокремленні двох груп «серйозних» газет і таблоїдів, які підтримували ідейно протилежні рухи «Залишитися» та «Вийти». За визначеними критеріями (характер формування, функціонування тощо) здійснена градація громадсько-політичних організацій, які виступали за та проти Брексіту на три групи: «однопартійні» та «міжпартійні» (ініціювалися, підтримувалися однією або кількома партіями), «позапартійні» (формально або фактично незалежні).

Зафіксовано присутність в медіапросторі близько 30 таких організацій. Крізь призму медійного Брексіт-дискурсу здійснена їхня класифікація та характеристика за такими ознаками: ставлення до Брексіту: групи євроскептиків («Вийти») та єврооптимістів («Залишитися»); партійна підпорядкованість та орієнтація (однопартійні, міжпартійні, позапартійні); ступінь присутності в медіа: «високий», «середній», «низький»; характер ставлення до Брексіту: «м'які» / «тверді» європесимісти та єврооптимісти; час виникнення: «старі» та «нові», тобто, створені «до» та «після» жовтня 2015 р., коли оголосили про проведення референдуму.

Ключові слова: Велика Британія, Брексіт, євроскептицизм, єврооптимізм, референдум 23 червня 2016 р., медіадискурс, медіапростір, громадсько-політичні організації.

Вступ. Сполучене Королівство завжди відіграло неоднозначну роль в процесі європейської інтеграції та претендувало на «особливий статус» як члена Європейського Союзу. На цьому тлі в країні точилися гострі суперечності між єврооптимістами та євроскептиками, які охопили не лише провідні політичні партії, а й усе громадянське суспільство. Вони загрожували внутрішньому розколу в правлячій Консервативній партії. Щоб не допустити цього та зняти суспільну напругу в цьому питанні, її лідер і прем'єр-міністр Д. Кемерон у лютому 2015 р. оголосив про проведення референдуму щодо членства Великої Британії в Євросоюзі. Він відбувся 23 червня 2016 р. та показав, що 52% британців проголосували за вихід країни з Євросоюзу.

Цей півторарічний період проведення кампанії з Брексіту (англ. Brexit – Britain's exit – буквально «вихід Великої Британії») позначився складними, динамічними процесами інституціоналізації та розвитку громадсько-політичних рухів «Залишитися» («Remain») та «Вийти» («Leave»), які обстоювали відповідні позиції щодо членства країни в складі Європейського Союзу. Вони склалися з нових агітаційних груп, створених як надбудови політичних партій, та з організацій, що мали глибші коріння. Успіх їхньої діяльності значною мірою зумовлювався характером і рівнем її висвітлення в медіа. Зважаючи на складність і масштабність цієї проблеми, у нашому дослідженні акценту-

ємо на медіадискурсі, що стосується руху «Залишитися», який для повноти картини розглядаємо крізь призму порівняння з відображенням у медіапросторі агітаційних груп «Вийти».

Актуальність порушеної проблеми зумовлена її науково-теоретичним та практичним значенням для розвитку політичного процесу в Україні. Досвід Брексіту має аналогії з висвітленням у медіа національних виборчих кампаній у нашій країні та дає повчальні уроки для розуміння впливу і значення інформаційно-психологічних операцій, які веде країна-агресорка Російська Федерація проти України.

Мета та завдання. Мета статті – аналіз відображення в медіапросторі розгортання громадсько-політичного руху з підтримки членства Великої Британії в Європейському Союзі в період підготовки до референдуму 23 червня 2016 р. Розв'язувалися завдання щодо структуризації означеного медіадискурсу, з'ясування його впливу на громадянське суспільство, порівняння характеру та особливостей відображення в різних видах медіа діяльності таборів, які підтримували позиції «Залишитися» та «Вийти».

Методи дослідження. При вивченні порушеної проблеми використовувалися методи історичної актуалізації, контент-аналізу, дискурс-аналізу та методи медіа-комунікації зовнішнього і внутрішнього аналізу.

Результати. Після оголошення в лютому 2015 р. прем'єром Д. Кемероном рішення про проведення референдуму щодо членства Великої Британії в ЄС, в країні почав формуватися новий дискурс з цієї доленосної проблеми. Поряд з умовно «традиційними» медіа (радіо, телебачення, «серйозні» газети, таблоїди, партійні органи), важливу роль в його розвитку відіграли соціальні мережі та веб-сайти і часописи громадських агітаційних організацій. Під їх впливом поряд з дихотомією «Залишитися» та «Вийти» з'явилася опозиція “In” та “Out”, що, згідно з назвами англійських прийменників, означало «в [ЄС]» «з / геть з [ЄС]»..

Згідно з твердженням британських дослідників медіа відіграли «вирішальну» роль у тотальному розколі громадянського суспільства на табори прихильників та противників членства Великої Британії в Євросоюзі та поляризації суспільних настроїв [2; 7]. Вивчення цієї проблеми дало змогу визначити дві групи «серйозних» газет і таблоїдів, які підтримували ідейно протилежні рухи. Позицію «Залишитися» протегували “Mirror”, “The Guardian”, “The Independent”, “The Financial Times”, а позицію “Вийти” – “The Sun”, “The Daily Mail”, “The Daily Express”, “The Daily Telegraph”, “The Sunday Times” та ін.

Такий поділ впливає зі змісту заголовків статей та редакційних матеріалів. Згідно з даними медіа-експертів, газети, які підтримували позицію «Залишитися», випускали одну редакційну статтю на тему Брексіту за 9,4 днів, а «Вийти» – за 7,6 днів. При цьому “The Sun” і “The Daily Mail” друкували матеріали на підтримку Брексіту майже щодня, від них дещо відставали “The Daily Express” і “The Daily Telegraph” [2].

Показовими є й такі характеристики. Газети групи «Залишитися» проводили «набагато тихішу кампанію», ніж групи «Вийти», які в кампанії з Брексіту подавали «найгучніший голос», особливо в її останній тиждень. За критерієм «наполегливість» останні оцінювалися в 92 бали, чим значно випереджали своїх конкурентів [2]. Крім створення тематичних колонок і рубрик таблоїди вдавалися до приймів візуального впливу на читача. Приміром, газета “The Daily Express” створила логотип

у вигляді голови середньовічного лицаря, який оголосив «хрестовий похід» з наміром «вивести країну з ЄС». На першій або другій сторінках вона розміщувала плакати із закликами від імені читачів на кшталт «Ми вимагаємо повернути країну назад». А “The Sun” за кілька днів до референдуму прикрасила обкладинку Юніон Джеком із написом «BeLEAVE [Повернемо] Британію». Напередодні референдуму британська преса мерехтіла гучними гаслами «за» та «проти» Брексіту.

Якщо радіо і телебачення відіграли вагомий роль у просуванні ідей політичних партій, то «серйозна» преса і соціальні медіа стали головними каналами інформації про діяльність громадсько-політичних рухів «Вийти» та «Залишитися». Вони розгоралися паралельно, створюючи дзеркально альтернативні структури для охоплення і залучення на свій бік виборців із різних партій, соціальних шарів тощо. За характером формування і функціонування поділяємо їх на три основні групи: «однопартійні» та «міжпартійні» (ініціювалися, підтримувалися однією або кількома партіями), «позапартійні» (формально або фактично незалежні).

Фіксуємо згадки в медіапросторі про близько 30 таких організацій. Крізь призму Брексіт-дискурсу, пропонуємо їх класифікацію за п'ятьма критеріями: 1) ставлення до Брексіту: групи євроскептиків («Вийти») та єврооптимістів («Залишитися»); 2) партійна підпорядкованість та орієнтація (однопартійні, міжпартійні, позапартійні); 3) ступінь присутності в медіа: «високий», «середній», «низький»; 4) характер ставлення до Брексіту: «м'який» / «тверді» європесимісти та єврооптимісти; 5) час виникнення: «старі» та «нові», тобто, створені «до» та «після» жовтня 2015 р., коли оголосили про проведення референдуму. Градація агітаційних груп за трьома першими основними ознаками представлена в таблиці 1.

За ступенем медіаактивності вирізняються монопартійні об'єднання. Ледь вщухли пристрасі після травневих національних виборів у Британії, як на початку червня 2015 р. парламентарі-єврооптимісти для «посилення політичного тиску» ініціювали створення групи «Консерватори для Британії» (“Conservatives for Britain”).

Таблиця 1

Класифікація організацій, які обстоювали позиції «Вийти» та «Залишитися» в медіапросторі Великої Британії у період підготовки до червневого 2016 р. референдуму*

Ідейна орієнтація	Однопартійні	Міжпартійні	Позапартійні
Євроскептики, «Вийти»	“Labor Leave”, “Leave.eu”	“Vote Leave”, “Grassroots Out” «Краще вийти», Демократичний рух	«Бізнес для Британії», «Ветерани за Британію», «Компанія за незалежну Британію»
Єврооптимісти, «Залишитися»	«Консерватори для Британії», «Британія сильніша в Європі» «Лейбористи для Британії»	«Європейський рух»	«Вчені для ЄС», «Бізнес для нової Європи», «Екологи для Європи», «Кембрідж для Європи», «Бренд ЄС»

* За ступенем присутності в медіа організації позначені шрифтом: «високий», «середній», «низький».

Згідно з повідомленнями медіа її назва опозиційноувала організації євроскептиків «Бізнес для Британії», щоб у «перспективі битви на референдумі» створити підґрунтя для формування широкої платформи під прапором «За Британію в Європі». До неї відразу приєдналися 50 депутатів-консерваторів, а співголовами стали С. Бейкер, європарламентар Д. Беннерман та члени Палати лордів Н. Ламонт і Н. Лоусон [5; 14].

Покликаючись на першу заяву групи «Консерватори для Британії»: якщо Д. Кемерон не досягне «справді радикальних змін» у стосунках з ЄС, то будемо закликати громадськість голосувати «Вийти», її членів медіа потрактували як «м'яких» євроскептиків. Підстави для цього давали і їхні звернення з трибуни "The Daily Telegraph" й інших таблоїдів до місцевих радників і партійних активістів із закликом публічно декларувати підтримку кампанії «Вийти», щоб таким чином змусити уряд переглянути свої стосунки з ЄС [14].

Згідно з повідомленнями в пресі (вони зібрані на сайті [5]) створення 8 жовтня 2015 р. групи «Консерватори для Британії» офіційно пояснювалося потребою розгортання «професійної, мейнстрімової міжпартійної кампанії, яка б підтримала кампанію «Вийти», якщо не відбудеться «фундаментальних змін» у відносинах Великої Британії та ЄС.

Зважаючи на таку суперечливу позицію група наразилася на критику з боку медіа обох таборів. Так, євроорієнтована «The Guardian», попри публічно декларовану «політичну толерантність», на її появу відреагувала статтею з гострою назвою «Зустрічайте нових «виродків» – незграбний загін Торі з 50 осіб». Спершу її анонімний автор висловив розчарування: «Я думав, що всі консерватори за Британію, Я думав, що це їхня справа. Краща Британія – Британія 50-х рр. Нація крамарів..., які не є мігрантами». Потім він перейшов до гострої критики: під «кращими умовами» для країни «Консерватори для Британії» розуміють повернення до власного суверенітету», але «щоб його домогтися доведеться повністю відійти [з ЄС]». Відтак, викривався «хитрий план» і «нечисті мотиви»: «залишити Британію в ЄС, якщо прем'єр-міністр досягне хорошої угоди»; такі «намагання шукати подвійні рішення» насправді означає позицію «Вийти» [12].

Медійні виступи членів групи «Консерватори для Британії» засвідчили її неспроможність розв'язати цю дилему. Зокрема, заява про приєднання до неї 14 членів Європарламенту від торі не означала перехід на позицію «Залишитися», адже супроводжувалася черговим застереженням: якщо високопосадовці ЄС не усвідомлять можливість того, що один із найбільших членів Євросоюзу серйозно налаштований на фундаментальну зміну відносин, то закликатиме британців «Вийти» [15]. Схожим був і тон січневої 2016 р. заяви: підготовка до кампанії «Вийти» стане очевидною, якщо переговори не досягнуть цілей [1].

Медіа постійно фокусували увагу на групі «Консерватори для Британії» через її намагання стати «офіційною кампанією», яка мала представляти позицію виборців «Залишитися» на червневому 2016 р. референдумі. З боку табору «Вийти» на такий статус претендувала група "Vote Leave". Оприлюднивши в медіа 16 квітня 2016 р. рішення на користь цих організацій, Виборча комісія визначила умови їх передвиборчої діяльності: кожна сторона має право витратити до 7 млн. фунтів стерлінгів (ф. ст.) з фондів офіційних публічних пожертв та використати по 600 тис. ф. ст. державних субсидій на різні форми політичної агітації [10].

Менш малопомітною в медіапросторі Британії стала присутність створеної в жовтні 2015 р. ще однієї групи «м'яких» євроскептиків «Labor Leave» («Лебористи [за] Вихід»), яку створили та очолили парламентарі Лейбористської партії Г. Стрінгер, К. Хопкінс, Р. Годсіфф [Lab]. Поряд з повідомленнями "The Sun", "The Daily Mail", "The Daily Express", "The Sunday Times", головним джерелом інформування про діяльність цього утворення стали власний (labourleave.org.uk) та партійний ("LabourList") веб-сайти, що значно звужувало аудиторію реципієнтів. "Labor Leave" публічно заперечувала будь-який зв'язок з іншими політсилами та запевняла, що фінансується і керується виключно лейбористами.

"Labor Leave" претендувала на роль «об'єднального ядра» членів партії і соціалістичних асоціацій, їхніх прихильників та профспілкових діячів для забезпечення перемоги на референдумі прихильників позиції «Вийти». В агітаційній діяльності група спиралася на ідеї, викладені в програмній статті її очільника Б. Чілтона. В ній декларувалася «повна недовіра» до Д. Кемерона в справі перегляду умов членства Британії в Євросоюзі, тим паче, що він не користувався «достатнім авторитетом і повагою» серед країн-членів, щоб забезпечити проведення потрібних британцям реформ. «Енергійною участю у кампанію по всій країні» група хотіла довести, що євроскептицизм «є не лише сферою політики правих», а й «потужною ідеєю лівоцентристів». Висловлювалася готовність співпрацювати з іншими організаціями, які підтримували позицію «Вийти» [4].

"Labor Leave", з одного боку, критикували орієнтовані на «Out» медіа за «м'який» євроскептицизм, що виявлявся в «ідеалізації» Євросоюзу як міждержавного об'єднання спроможного реалізувати ідеали «єдності та спільних зусиль для блага більшості» та «нової соціальної Європи», спроможної втілити ідеї «солідарності, толерантності та поваги». З іншого боку, групу критикували лейбористи, які представляли крило «твердих» євроскептиків. Вони доводили, що «Євросоюз став організацією, яка надає перевагу фінансистам і корпораціям, а не працівникам і державним

підприємствам». Тому вихід з нього – єдиний правильний шлях для вільного розвитку Британії [11].

Як і «Консерватори для Британії», «Labor Leave» сподівалася, що Д. Кемерону вдасться досягнути істотних поступок від ЄС для Британії. Проте його уряд стояв «на розтяжці» полярно-протилежних суспільних настроїв. За відсутності свіжих оригінальних ідей медіактивність цих груп танула, тож ініціативу перехопили безкомпромісно налаштовані угруповання.

Протистояння між єврооптимістами та євроскептиками загострювалося з наближенням призначеного на 23 червня 2016 р. референдуму. Тому чинні політичні партії послали намагання активізувати діяльність моно- та міжпартійних агітаційних груп обох таборів.

З Консервативною партією медіа пов'язали створення 11 жовтня 2015 р. «правозахисної групи» «Британія сильніша в Європі» (“Britain Stronger in Europe”) для проведення кампанії зі збереження членства Сполученого Королівства в Євросоюзі на референдумі 2016 р. Налаштовані на позицію «Вийти» медіа відразу охрестили її «проєвропейською парасольковою групою» та розкритикували список керівників, в якому переважали селебріті (зірки телесеріалів К. Брейді і Д. Сарпонг, художній керівник «Southbank Centre» Д. Келлі та ін.) й такі відомі у минулому діячі, як колишній керівник кампанії «Marks and Spencer» лорд Роуз (голова) та колишні прем'єр-міністри Д. Мейджор, Г. Браун, Т. Блер і начальник генштабу П. Уолл [17].

Для протиставлення згаданим організаціям, зокрема і “Labor Leave”, депутати лейбористи 1 грудня 2015 р. заснували ще одну монопартійну групу “Labor In for Britain” (або “Labor In”, «Лейбористи для Британії»). Її появу медіа коментували словами одного із засновників, колишнього міністра внутрішніх справ А. Джонсона: теракти в Парижі у листопаді 2015 р. показали більшу потребу в європейській інтеграції та тіснішій співпраці між державами-членами Євросоюзу, тож голосування за вихід з нього призведе до ізоляції та «піддасть країну великим ризикам». Таким штибом, як повідомили “BBC News”, обґрунтовувалася «прогресивна позиція» “Labor In”: за результатами референдуму Сполучене Королівство має зберегти членство в ЄС [9].

Активність цих організацій у медіапросторі виявлялася головню у виступах і заявах провідників. Їхня політична комунікація через соцмережі та веб-сайти не відзначалася масовістю. Приміром, веб-сайт “Labor In” (labourinforbritain.org.uk) мав кілька сотень підписників і користувачів.

Сказане стосується й інших «груп спорідненості» (“Affinity groups”) єврооптимістів. Виходячи з матеріалів деяких аналітичних оглядів [3] та нашого аналізу, відзначимо такі з них: агітаційна група «Британський вплив» (“British Influence”); міжнародна членська організація «Європейський

рух» (“European Movement”); монопартійні організації «Лейбористи для Британії», «Консерватори для Великої Британії»; групи інтересів – «Бізнес для нової Європи» (“Business for New Europe”), «Екологи для Європи» (“Environmentalists for Europe”); регіональні професійні та науково-академічні групи – «Кембрідж для Європи» (“Cambridge for Europe”), «Вчені для ЄС» (“Scientists for EU”); «Бренд ЄС» (“Brand EU”) та ін.

Ці створені в різний час організації мали свої цілі та пройшли власний шлях розвитку. Через слабку активність в політичному процесі з підготовки референдуму, їхня присутність в медіапросторі Британії була малопомітною, часто обмежувалася інформацією на власних веб-сайтах із невеликим числом користувачів. Як приклад, відзначимо засновану в 2006 р. знаними бізнесменами і журналістами групу тиску «Бізнес для нової Європи», що мала офіси в Лондоні і Брюсселі. Через брак сконсолідованих дій її завдання щодо популяризації переваг членства Сполученого Королівства в Євросоюзі та створення платформи для обговорення цієї проблеми за участі бізнес-лідерів, політиків, дипломатів, медіа залишилася нереалізованою. Плани щодо організації широкого Брексіт-дискурсу з актуальних економічних питань, як впливає з матеріалів її веб-сайту (businessforbritain.org/about), звелися до поодиноких виступів у «серйозних» газетах і ділових виданнях, розрахованих на вузьке коло читачів.

Помітнішим явищем медіапростору Британії стала «проєвропейська професійна дослідницька група» «Вчені для ЄС». Її заснували в червні 2015 р. знані фахівці з медицини і екології М. Голсуорсі та Р. Девідсон за допомогою соціальних мереж: «запустили ідею у Facebook» і «вже за вихідні її підтримала тисяча осіб». Відтак, відкрили веб-сторінку і обліковий запис у Twitter, обрали Консультативну раду як керівний орган, налагодили співпрацю з іншими інституціями. Свою місію група вбачала в посиленні згуртованості британської спільноти та формуванні у неї розуміння переваг ЄС і ризиків Брексіту [16].

У розбурханому пристрастями Брексіт-дискурсі лунали тверезі голоси членів групи, які закидали: медіа «зосередилися на політичній мильній опері (“political soap opera”), а не фактах», тому тон і зміст дебатів щодо Брексіту свідчить про «колосальне суспільне неприйняття думки експертів» [6]. У публічних виступах «Вчені для ЄС» доводили необхідність інтеграції науковців Британії та країн-членів ЄС. Таким чином вони домоглися проведення в березні 2016 р. слухань Комітету з науки і технологій Палати лордів, де розглянули представлені групою докази важливості членства Британії в ЄС для розвитку національної науки. Показувалися конкурентні переваги її фінансування з фондів ЄС, ефективність наукового співробітництва, потенційні втрати після Брексіту, які

обернуться тягарем для бюджету країни або недофінансуванням галузі [8].

Розпорошені у медіа коментарі та враження політиків і вчених щодо звіту Комітету з науки і технологій Палати лордів виклали журналісти "BBC News" 20 квітня 2016 р. «Переважаючий баланс думок» відображала заява М. Голсуорсі, згідно з якою наукова програма ЄС має «велику додаткову цінність» для Сполученого Королівства», тому «наукова спільнота країни вважає за доцільне зберегти в ній присутність». З цим не погоджувалися вчені, які вважали, що після Брексіту Британія все одно матиме право на фінансування з фондів ЄС, адже країна залишиться його асоційованим членом. Інші науковці вказували на негативні наслідки Брексіту передусім для фундаментальних досліджень в країні. У цій медіаполеміці переконливо звучав голос голови Комітету лорда Селборна, який показав, що саме завдяки фінансуванню досліджень з боку ЄС «британська наука досягла надзвичайно високих результатів» [13].

Висновки. Отже, можемо розвинути і конкретизувати артикульовану на початку статті думку британських аналітиків з проблеми «медіа та Брексіт». Наш аналіз показав, що розгортання громадсько-політичного руху з підтримки членства Великої Британії в ЄС стало важливою складовою медіадискурсу Великої Британії під час підготовки до червневого 2016 р. референдуму. При цьому, орієнтовані на позиції «Залишитися» та «Вийти» медіа критикували їх як за «м'який» євроскептицизм, з одного боку, та за, буцімто, апіорі хибну позицію щодо збереження членства Великої Британії в Євросоюзі, з іншого. Хоча представники табору «Залишитися» досить переконливо артикулювали в медіа переваги перебування країни в ЄС, перемогли їхні опоненти. Більш ефективна медійна активність представників табору «Вийти» має стати предметом подальших студій.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Baker S. About Conservatives for Britain. *Stevebaker.info*. 2016. 7 January. URL: <https://www.stevebaker.info/2015/06/about-conservatives-for-britain>.
2. 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, 2016. URL: <http://www.referendumanalysis.eu/eu-referendum-analysis-2016/section-1/>
3. Chakelian A. The EU referendum campaign groups: who's In and who's Out?. URL: <https://www.newstatesman.com/politics/2015/10/eu-referendum-campaign-groups-who-s-and-who-s-out>.
4. Chilton B. Labour Leave has no confidence in David Cameron's EU renegotiation. *LabourList*. 2015. 10 October. URL: <https://labourlist.org/2015/10/labour-leave-has-no-confidence-in-david-camerons-eu-renegotiation>.
5. Conservatives for Britain – Supporters. 2015. 2 October. URL: <https://web.archive.org/web/20151002144413/http://conservativesforbritain.org/supporters>.

6. Gatehouse J. Brexit vs Bremin: It's decision time. *Macleans*'s. 2016. 8 June. URL: <https://macleans.ca/politics/worldpolitics/leave-camp-surges-in-british-referendum-to-abandon-the-eu>.

7. Hinde, S. Brexit and the media. *Dans Hermès, La Revue*. 2017. № 1. P. 80–86. URL: <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2017-1-page-80.htm>.

8. How does EU membership influence UK science? Lords Committee, URL: <https://www.parliament.uk>. 26 February 2016. www.parliament.uk.

9. Johnson A. Launches Labour's «keep UK in the EU» campaign. *BBC News*. 2015. 1 December. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-34968668>.

10. Lead EU referendum campaigns named. *BBC News*. 2016. 13 April. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-36038672>.

11. Luke J. Labour MPs warn of split as Vote Leave turns right. *Morning Star*. 2016. 5 February. URL: <https://web.archive.org/web/20160206051824/http://www.morningstaronline.co.uk/a-4f09-Labour-MPs-warn-of-split-as-Vote-Leave-turns-right#.VrWCKXbP32c>.

12. Meet the new «bastards» – the Tories 50-strong awkward squad. *The Guardian* 2015. 8 June. URL: <https://www.theguardian.com/politics/shortcuts/2015/jun/08/meet-new-bastards-tories-50-strong-awkward-squad-conservatives-for-britain>.

13. Rincon P. Concern over Brexit's impact on science. *BBC News*. 2016. 20 April. URL: <https://www.bbc.com/news/science-environment-36083736>.

14. Ross T. 50 Tories plot Britain's EU exit. *The Daily Telegraph*. 2015. 6 June. URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/newstopics/eureferendum/11657082/conservatives-plot-britains-eu-exit.html>.

15. Silvera I. EU referendum: 14 Tory MEPs 'show interest' in joining Conservatives for Britain. *International Business Times* dated 11 June 2015. URL: <https://www.ibtimes.co.uk/eu-referendum-14-tory-meps-show-interest-joining-conservatives-britain-1505633>.

16. «Who we are». Scientists for EU. 12 July 2018. URL: https://www.scientistsforeu.uk/who_we_are.

17. Wright O. EU referendum: Britain will become a «third-rate» power if it severs ties with Europe, warns Kenneth Clarke. *The Independent*. 2015. 11 October. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-britain-will-become-a-third-rate-power-if-it-severs-ties-with-europe-warns-kenneth-clarke-a6690146.html>.

REFERENCES:

1. Baker S. About Conservatives for Britain. *Stevebaker.info*. 2016. 7 January. URL: <https://www.stevebaker.info/2015/06/about-conservatives-for-britain>.
2. 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, 2016. URL: <http://www.referendumanalysis.eu/eu-referendum-analysis-2016/section-1/>
3. Chakelian A. The EU referendum campaign groups: who's In and who's Out?. URL: <https://www.newstatesman.com/politics/2015/10/eu-referendum-campaign-groups-who-s-and-who-s-out>.
4. Chilton B. Labour Leave has no confidence in David Cameron's EU renegotiation. *LabourList*.

2015. 10 October. URL: <https://labourlist.org/2015/10/labour-leave-has-no-confidence-in-david-camerons-eu-renegotiation>.

5. Conservatives for Britain – Supporters. 2015. 2 October. URL: <https://web.archive.org/web/20151002144413/http://conservativesforbritain.org/supporters>.

6. Gatehouse J. Brexit vs Bremain: It's decision time. *Maclean's*. 2016. 8 June. URL: <https://macleans.ca/politics/worldpolitics/leave-camp-surges-in-british-referendum-to-abandon-the-eu>.

7. Hinde, S. Brexit and the media. *Dans Hermès, La Revue*. 2017. № 1. P. 80–86. URL: <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2017-1-page-80.htm>.

8. How does EU membership influence UK science? Lords Committee, URL: <https://www.parliament.uk>. 26 February 2016. www.parliament.uk.

9. Johnson A. Launches Labour's «keep UK in the EU» campaign. *BBC News*. 2015. 1 December. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-34968668>.

10. Lead EU referendum campaigns named. *BBC News*. 2016. 13 April. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-36038672>.

11. Luke J. Labour MPs warn of split as Vote Leave turns right. *Morning Star*. 2016. 5 February. URL: [https://web.archive.org/web/20160206051824/http://www.morningstaronline.co.uk/a-4f09-Labour-](https://web.archive.org/web/20160206051824/http://www.morningstaronline.co.uk/a-4f09-Labour-MPs-warn-of-split-as-Vote-Leave-turns-right#.VrWCKXbP32c)

[MPs-warn-of-split-as-Vote-Leave-turns-right#.VrWCKXbP32c](https://web.archive.org/web/20160206051824/http://www.morningstaronline.co.uk/a-4f09-Labour-MPs-warn-of-split-as-Vote-Leave-turns-right#.VrWCKXbP32c).

12. Meet the new «bastards» – the Tories 50-strong awkward squad. *The Guardian* 2015. 8 June. URL: <https://www.theguardian.com/politics/shortcuts/2015/jun/08/meet-new-bastards-tories-50-strong-awkward-squad-conservatives-for-britain>.

13. Rincon P. Concern over Brexit's impact on science. *BBC News*. 2016. 20 April. URL: <https://www.bbc.com/news/science-environment-36083736>.

14. Ross T. 50 Tories plot Britain's EU exit. *The Daily Telegraph*. 2015. 6 June. URL: <https://www.telegraph.co.uk/news/newstoppers/eureferendum/11657082/conservatives-plot-britains-eu-exit.html>.

15. Silvera I. EU referendum: 14 Tory MEPs 'show interest' in joining Conservatives for Britain. *International Business Times* dated 11 June 2015. URL: <https://www.ibtimes.co.uk/eu-referendum-14-tory-meps-show-interest-joining-conservatives-britain-1505633>.

16. «Who we are». Scientists for EU. 12 July 2018. URL: https://www.scientistsforeu.uk/who_we_are.

17. Wright O. EU referendum: Britain will become a «third-rate» power if it severs ties with Europe, warns Kenneth Clarke. *The Independent*. 2015. 11 October. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/eu-referendum-britain-will-become-a-third-rate-power-if-it-severs-ties-with-europe-warns-kenneth-clarke-a6690146.html>.

The social and political movement to “Remain” in the media space of the United Kingdom (2015 – June 2016)

Tomashevskaya Marysya Valeriivna
Postgraduate Student at the Department
of International Relations
Vasyl Stefanyk Precarpathian National
University
Shevchenko str., 57, Ivano-Frankivsk,
Ukraine
ORCID: 0009-0004-2135-2256

The relevance of this issue is due to its scientific, theoretical and practical significance for the development of the political process in Ukraine. The experience of Brexit has analogies with media coverage of national election campaigns in our country and provides instructive lessons for understanding the impact and significance of information and psychological operations conducted by the Russian Federation against Ukraine. The purpose of the article is to analyze the reflection in the media space of the unfolding of the socio-political movement in support of the UK's membership in the European Union during the period of preparation for the referendum on June 23, 2016. The methods of historical actualization, content analysis, discourse analysis, media communication, external and internal analysis were used.

The results of the study are to identify two groups of “serious” newspapers and tabloids that supported the ideologically opposite “Remain” and “Leave” movements. According to certain criteria (the nature of formation, functioning, etc.), it is possible to classify the socio-political organizations that supported and opposed Brexit into three groups: “one-party”; “inter-party” (initiated, supported by one or more parties); formally or actually independent (non-partisan). The presence of about 30 such organizations in the media space was recorded. Through the prism of the media Brexit discourse, they are classified and characterized according to the following features: attitude to Brexit: groups of Eurosceptics (“Leave”) and Euro-optimists (“Remain”); party affiliation and orientation (one-party, inter-party, non-party); degree of presence in the media: “high”, “medium”, “low”; the nature of the attitude towards Brexit: “soft” / “hard” Europeanists and Euro-optimists; time of emergence: “old” and “new”, i.e., created “before” and “after” October 2015, when the referendum was announced.

Key words: Great Britain, Brexit, Euroscepticism, Eurooptimism, referendum of June 23, 2016, media discourse, media space, public and political organizations.