

УДК 32 (06)

Марина Будко

РЕАКЦІЯ ЗМІ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ НА СПРИЙНЯТТЯ БРЕКЗИТУ У КРАЇНАХ ЄС

Позитивне або негативне сприйняття виходу Великої Британії з Європейського Союзу та реакція Засобів масової інформації Великої Британії на це значною мірою вплине на формування думки українських громадян, а також громадян країн -членів ЄС. З цього випливає, що думка громадськості залежатиме не тільки від успішного розвитку двосторонніх відносин, а й від об'єктивного висвітлення медіа. Саме у цьому контексті роль ЗМІ надзвичайно висока. Інформаційні кампанії стосовно Брекзиту є важливою складовою інтеграції України до ЄС. На них покладено функцію не тільки інформування громадськості про Брекзит, а й формування поглядів щодо необхідності вступу та переваг бути членом великої європейської асоціації. В умовах офіційно задекларованого на найвищому рівні виходу Великої Британії з Європейського Союзу формується думка громадськості країни ЄС, що підштовхує ЗМІ Великої Британії на певну реакцію британського суспільства.

Ключові слова: ЗМІ, Брекзит, ЄС, євроінтеграція, Велика Британія.

Постановка проблеми. Проїшло чотири роки з того моменту, коли Велика Британія у 2016 році оголосила про вихід з Європейського Союзу.

31 січня 2020 року уряд Бориса Джонсона заявив про остаточний вихід Великої Британії з ЄС [1]. Проте не зважаючи на ці аспекти ЗМІ Великої Британії не зафіксували на певному рівні реакції на Брекзит у країнах ЄС. На сайті «Укрінформ. Юа» було зафіксовано позиції керівництва країн ЄС щодо Брекзиту ще у 2019 році. Де політики з Парижу відстоювали найшвидший варіант підписання угоди про Брекзит, а представники Брюсселя були готові до будь-яких перебігів події. [2].

Дипломатичний кореспондент Марк Ландлер у всесвітньовідомій газеті «New York Times» дав оцінку перебігу останніх подій пов'язаних із Брекзитом, де як незалежний експерт з питань міжнародних відносин. Ландлер вважає, що Брекзит є своєрідним визволенням для самих британців, адже Лондон не відриваючись від бюрократичних поглядів Брюсселя, стане на шлях очищеної політики. Судячи зі слів Бориса Джонсона, Британія матиме шанси на нові економічні шляхи. У статті Ландлера здійснюється більший акцент на юридичний аспект. Адже лише покладаючись на юридичну безпеку, європейські інвестиції без перешкод зможуть увійти на український медіаринок. [3].

“Theguardian “ описує тематику Брекзиту у медіа як явище, що не виконує функції четвертої гілки влади, адже жодне з засобів масової інформації Великої Британії не проаналізувало значним чином угоду Бориса Джонсона. [4].

Мета статті: Аналіз діяльності ЗМІ Великої Британії у контексті політики Брекзиту та їх вплив на засоби масової інформації у країнах ЄС.

Основні результати дослідження: Міграція ЄС до Великобританії була ключовою проблемою в дебатах про референдуми про ЄС у 2016 році. Кампанія "Брекзит"використовувала антиіміграційний дискурс, стверджуючи, що основною причиною всіх проблем Великобританії, включаючи дефіцит житла чи напружену Національну службу охорони здоров'я, є " неконтрольована масова імміграція », викликана правом на свободу пересування в межах країн-членів ЄС. Кампанія Брекзит

стверджувала, що вихід із ЄС дозволить Британії "повернути контроль над своїми кордонами" - слоган, який раніше використовувався. Ембер Рудд у своєму виступі на конференції Консервативної партії в жовтні 2017 року говорить, що іноземні робітники не повинні "приймати роботу, яку могли робити британські люди". [5].

Ще у 2007 можна було вперше почути Гордона Брауна і його думку, що робота у Великій Британії для британських робітників - чудове [4]. Видання «Бернетт» зазначає, що експертиза понад ста випадків расистського насильства після референдуму в ЄС "показує зв'язок між мовою та поведінкою винних осіб та риторикою та політичним вимовою політиків". А це означає, що більшість засобів масової інформації Європейського Союзу, які процитували промову Бориса Джонсона щодо виходу Великої Британії з ЄС призвели деяким чином до расового насильства. Фекете наголосив на зв'язку між расизмом та політикою у світлі Brexit [6]:

1. Одне з речей, що стало зрозумілим, - це вороже середовище, яке було офіційною політичною метою.

2. Аналогічно спостерігається певна амбівалентність у зображенні польських мігрантів, особливо в засобах масової інформації. Спочатку деякі ЗМІ зосереджувались на позитивній трудовій етиці польських мігрантів, підкреслюючи працьовитість, цінність грошей та старанність. Вони були показані як "бажана" група мігрантів, і їх розглядають як "невидимих" через їхню білість. З спалахом економічної кризи у 2008 році відбувся риторичний зсув. Польські мігранти все частіше стали сприйматись як економічну загрозу, спричинену нездужанням суспільства: дефіцит робочих місць, безробіття та напруження соціальних послуг. Напередодні референдуму з ЄС у 2016 році звітність про імміграцію зросла більш ніж утричі за час кампанії з референдуму в ЄС, а висвітлення наслідків імміграції було надзвичайно негативним, особливо в Експресі, Щоденній пошті та The Sun. [4]

ЗМІ, безумовно, мають значення: Brexit, імміграція, зміни клімату та поза ним.

Думка про те, що головна роль засобів масової інформації в громадській думці - це посилення попередніх поглядів - і що ця ідея є відносно не впливовою в політичному плані - є поширеною у багатьох піддисциплінах політичних та суспільствознавчих наук та в неоакадемічних коментарях. Проте «медіа- підкріплення» є важливою та наслідковою силою, і залучені процеси мають суттєвий вплив на публічне неправильне сприйняття важливих політичних питань. Це все дає зрозуміти, що засоби масової інформації створюють невизначеність ставлення і можуть мати всебічний, але тонкий вплив на політичну позицію, особливо коли існують стійкі зразки висвітлення в різних ЗМІ. Але також, що в таких контекстах, як особливо тісні політичні змагання, такі впливи можуть бути, безумовно, наслідковими. [8].

Ідея, що "підкріплення" є політично значущою і, як наслідок, наслідком, давно визнана політичними теоретиками, які прагнуть визначити механізми, за допомогою яких здійснюється влада. У класичному зображенні політичний актор "А" має силу, наскільки А присвячує свою енергію створенню та зміцненню соціальних і політичних цінностей та інституційних практик, що обмежують сферу політичного процесу публічними міркуваннями лише тих питань, які є порівняно нешкідливими [9]. Але уявлення про те, що засоби масової інформації також можуть мати здатність посилювати існуючі погляди проти антиімміграції, проти еміграції чи клімату у значній частині електорату, ще більше підкреслює слабкість аргументу про те, що залучені процеси є не впливовими. І ми можемо правильно поставити запитання щодо того чи ЗМІ Європейського Союзу правильно виставляє Брекзит у світлі громадськості?

Але навіть якщо все ще вважається, що посилення процесів Брекзиту мало наслідки для здійснення влади або для громадського (неправильного) сприйняття

соціальних і політичних питань, засоби масової інформації все ще можуть мати системний вплив. Цей вплив відбувається не через фактичну здатність змінювати погляди чи поведінку громадян, а через уявлення політиків про те, що засоби масової інформації можуть досягти цього - форма того, що було названо «ефектом третьої особи» (Davison, 1983). Вплив здійснюється там, де існує побоювання, що вороже висвітлення вплине на тих, хто йому піддається, і така звітність часто зводить нанівець особисту позицію політичного актора або образ їх організації в цілому.

Те, що політики насторожено ставляться до потенційного впливу ЗМІ на громадян, визнається в міжнародній літературі. Коен та ін. (2008) демонструють, що політики часто припускають вплив ЗМІ на виборців. Інші дослідники відзначають, що в широкому діапазоні країн існує політичне уявлення про те, що засоби масової інформації встановлюють політичний порядок денний і можуть впливати на політиків (Lengauer et al., 2013; Maurer and Arendt, 2016; Van Aelst et al., 2008 p.).

Попередня оцінка не стверджує, що ЗМІ в будь-якому сенсі всесильні. Будь-який нюансовий аналіз повинен повністю визнати, що різноманітні сили - внутрішні та міжнародні - можуть мати важливий, можливо, навіть глибокий вплив на ставлення та розвиток ставлення. Наприклад, недавній, розширений та детальний аналіз Clarke et al. (2017) дослідив, чому люди голосували за Brexit. Це свідчить про неоднорідність сил, яка має широкий спектр факторів, що впливають на саме рішення, на ставлення громадськості до ЄС та на попередню підтримку UKIP. Серед них чільне місце - економічне ставлення, уявлення про те, яка партія найкраще керувала економікою, імідж та прихильність партійних лідерів, ставлення до контролю над економікою Великобританії (тобто суверенітету) ЄС, схвалення членства Великобританії в ЄС (включаючи економічну вигоду та збитки, які випливають із цього), сприйняття імміграції, емоційні реакції на Європу та значущість Європи як важливе питання для людей (чи це було на порядку денному громадян).

Багато з цих тем висвітлюються в паралельних аналізах (Hobolt, 2016). Але всі мають глибокі соціальні, політичні та економічні корені. Однак дослідження цих сил та факторів Кларком, Гудвіном та Уайтлі та Гобольтом також здається прикладом деяких проблем, які прагнув дослідити наш попередній аналіз. За їх використання змінні часто залишають недооціненим вплив засобів масової інформації на розвиток ставлення. Слід визнати, що деякі з цих досліджень демонструють лише виразний малюнок у висвітленні, а не будь-який підтверджений вплив на ставлення. Але таке малювання є потенційно значущим (як ми вже доводили). Наприклад, поряд з дослідженнями медіа-зображень нерівномірного співвідношення економічних витрат та переваг членства в ЄС, є вагомі докази десятиліть критики ЗМІ - і невмілої підтримки - ЄС [10]. Дослідження також висвітлює наполегливе та сильно критичне висвітлення того, що часто характеризувалося суверенітетом ЄС над Британією [13], і є дані, які твердо свідчать про те, що в різних межах ЗМІ, деякі партійні лідери послідовно поводитися з приводу висвітлення засобів масової інформації до Brexit [14].

Крім того, існує величезне підтвердження охоплення Великобританії, підкреслюючи зростаючу кількість імміграції (Allen and Blinder, 2013; Cheregi, 2015; KhosraviNik et al., 2012; Philo et al., 2013; Spigelman, 2012). Ця ж література (включаючи Ліз Джерард та Балх та Балабанова, 2014) також виявляє сильний та послідовний акцент у ЗМІ на загрозі іммігрантів економіці та безпеці Великобританії та її Національній службі охорони здоров'я (NHS), школам та ін. системи житла та пільг - що часто є необґрунтованим [14], які загрози є, принаймні, потенційно актуальними для «тривоги», яка є однією важливою та важливою складовою емоційних реакцій громадян Великобританії на ЄС. [15] Дійсно, майже всі чинники, які Кларк, Гудвін та

Уайтлі вважали важливими, були очевидні у висвітленні ЗМІ під час кампанії безпосередньо перед голосуванням за Brexit (Moore and Ramsay, 2017).

Крім того, слід враховувати, що здатність засобів масової інформації зміцнювати існуючі погляди - незалежно від того, стосуються вони ці стосунки до ЄС, імміграції, шахрайства з користю або зміни клімату - сама по собі є важливою силою. Більше того, сили, які рухають підкріплення, також можуть мати важливі наслідки для неправильного сприйняття цих питань. Тож навіть якщо підкріплення є єдиним впливом засобів масової інформації, все-таки слід пам'ятати, що результати насправді можуть бути наслідковими, а іноді і глибокими.

Висновки: Нарешті, і на додаток до цих міркувань, є література, яка підтверджує фактичний вплив висвітлення ЗМІ на економічне сприйняття та на ставлення до того, яка партія найкраще справляється з економікою. Це знаходить дуже сильне підтвердження загальної медійності, що визначає порядок денний, а також деякі підтверджуючі наслідки історичного впливу ЗМІ Великобританії на громадськість ЄС та розставлене я акцентів, що є важливими для громадськості ЄС, яка реагує за допомогою ЗМІ на вищевказану проблематику [16].

Усі схожі дослідження пов'язані із реакцією засобів масової інформації Великої Британії на сприйняття Брекзиту в країнах ЄС потребують вдосконалення та безперечного детального теоретичного дослідження, яке в деякій мірі розкрито у вищевказаному контексті за допомогою фактів, які розкрив Автор на основі вивчення ряду джерел та літератури.

1. Джонсон підписав угоду про Brexit: веб-сайт. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/dzhonson-podpisal-soglashenie-brexit-1579889734.html> (дата звернення: 19.01.2020).

2. Привид Brexit набрид Європі. А Британії і поготів: веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2806198-privid-brexitu-nabrid-evropi-a-britanii-j-pogotiv.html> (дата звернення: 29.01.2020).

3. Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 122 (частина II). 2014.

4. Owen Jones. The UK press is reducing Brexit to a crude soap opera, ignoring the real story: веб-сайт. URL: <https://www.google.com.ua/amp/s/amp.theguardian.com/commentisfree/2019/oct/21/uk-press-brexit-media> (дата звернення: 21.01.2020).

5. The Guardian 12. Січень 2017. Main point of agreement between UK and EU in Brexit deal: веб-сайт. URL: <https://www.google.co.uk/amp/s/amp.theguardian.com/uk-news/2017/dec/08/main-points-of-agreement-uk-eu-brexit-deal> (дата звернення: 19.01.2020).

6. Fox, Moroşanu та Szilassy 2012. President politics and political news from foxnews: веб-сайт. URL: <https://www.foxnews.com/politics> (дата звернення: 19.01.2020).

7. Racism and xenophobia experienced by Polish migrants in the UK before and after Brexit vote: веб-сайт. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369183X.2018.1451308?scroll=top&needAccess=true> (дата звернення: 29.01.2020).

8. Ніл Т Гевін. Британський журнал політики та міжнародних відносин. 2018. № 20 (4), 827-845.

9. Haque, Z. Racism and Inequality: The Truth about Brexit. : веб-сайт. URL: <https://www.runnymedetrust.org/blog/immigration-racism-and-inequality> (дата звернення: 19.01.2020).

10. Hudson, M., J. Phillips, K. Ray, and H. Barnes. Social Cohesion in Diverse Communities: Joseph Rowntree Foundation. : веб-сайт. URL: www.jrf.org.uk/publications/social-cohesion-diverse-communities (дата звернення: 27.01.2020).

11. Sivanandan, A. Poverty is the New Black. *Race and Class* 43 (2): 1–5. : веб-сайт. URL: doi: 10.1177/0306396801432001 [Crossref], [Web of Science ®], [Google Scholar]. (дата звернення: 19.01.2020).
12. Rzepnikowska, A. 2017a. “Conviviality in the Workplace: The Case of Polish Migrant Women in Manchester and Barcelona.” *Central and Eastern European Migration Review* 6 (2): 51–68.
13. Alan Blinder. After the Musik Stopped: The Financial Crisis, The Response, and the Work Ahead. [Електронний ресурс] <https://youtu.be/QnGKHsTmep4> (дата звернення: 19.01.2020).
14. Fitzgerald and Smoczyński. [Електронний ресурс] https://researchgate.net/publication/2F282484530_Anti-Polish_Migrant_Moral_Panic_in_the_UK_Rethinking_Employment_Insecurities_and_Moral_Regulation (дата звернення: 19.01.2020).
15. Language Barriers and Immigrant Health: веб-сайт. URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/hec.3358?fbclid=IwAR0qvFwOqlz_OYT_QfoNlpcqtFed6cn_CRMX4bjB7iWoV-7Qoxqy1b5k1pU (дата звернення: 27.01.2020).
16. Перспективи другого референдуму з питання «брекзиту» у Британії стають реальніші : веб-сайт. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29660801.html> (дата звернення: 29.01.2020).

References

1. Dzhonson pidpysav uhodu pro Brexit: veb-sait. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/dzhonson-podpisal-soglasenie-brexit-1579889734.html> (data zvernennia: 19.01.2020).
2. Pryvyd Brexit nabryd Yevropi. A Brytanii i pohotiv: veb-sait. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2806198-privid-brexitu-nabrid-evropi-a-britanii-j-pogotiv.html> (data zvernennia: 29.01.2020).
3. Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn. Vypusk 122 (chastyna II). 2014 .
4. Owen Jones. The UK press is reducing Brexit to a crude soap opera, ignoring the real story: veb-sait. URL: <https://www.google.com.ua/amp/s/amp.theguardian.com/commentisfree/2019/oct/21/uk-press-brexit-media> (data zvernennia: 21.01.2020).
5. The Guardian 12. Cichen 2017. Main point of agreement between UK and EU in Brexit deal: veb-sait. URL: <https://www.google.co.uk/amp/s/amp.theguardian.com/uk-news/2017/dec/08/main-points-of-agreement-uk-eu-brexit-deal> (data zvernennia: 19.01.2020).
6. Fox, Moroşanu ta Szilassy 2012 . President poltics and political news from foxnews: veb-sait. URL: <https://www.foxnews.com/politics> (data zvernennia: 19.01.2020).
7. Racism and xenophobia experienced by Polish migrants in the UK before and after Brexit vote: veb-sait. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369183X.2018.1451308?scroll=top&needAccess=true> (data zvernennia: 29.01.2020).
8. Nil T Hevin. *Brytanskyi zhurnal polityky ta mizhnarodnykh vidnosyn*. 2018. № 20 (4), 827-845.
9. Haque, Z. Racism and Inequality: The Truth about Brexit. : veb-sait. URL: <https://www.runnymedetrust.org/blog/immigration-racism-and-inequality> (data zvernennia: 19.01.2020).
10. Hudson, M., J. Phillips, K. Ray, and H. Barnes. Social Cohesion in Diverse Communities: Joseph Rowntree Foundation. : veb-sait. URL: www.jrf.org.uk/publications/social-cohesion-diverse-communities (data zvernennia: 27.01.2020).
11. Sivanandan, A. Poverty is the New Black. *Race and Class* 43 (2): 1–5. : veb-sait. URL: doi: 10.1177/0306396801432001 [Crossref], [Web of Science ®], [Google Scholar]. (data zvernennia: 19.01.2020).
12. Rzepnikowska, A. 2017a. “Conviviality in the Workplace: The Case of Polish Migrant Women in Manchester and Barcelona.” *Central and Eastern European Migration Review* 6 (2): 51–68.

13. Alan Blinder. After the Musik Stopped: The Financial Crisis, The Response, and the Work Ahead. [Elektronnyi resurs] <https://youtu.be/QnGKHsTmep4> (data zvernennia: 19.01.2020).

14. Fitzgerald and Smoczyński. [Elektronnyi resurs] https://researchgate.net%2Fpublication%2F282484530_Anti-Polish_Migrant_Moral_Panic_in_the_UK_Rethinking_Employment_Insecurities_and_Moral_Regulation (data zvernennia: 19.01.2020).

15. Language Barriers and Immigrant Health: veb-sait. URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/hec.3358?fbclid=IwAR0qvFwOqlz_OYT_QfoNlpcqtFed6cn_CRMX4bjB7iWoV-7Qoxqy1b5k1pU (data zvernennia: 27.01.2020).

16. Perspektyvy drugoho referendumu z pytannia «brekzytu» u Brytanii staiut realnishi : veb-sait. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/29660801.html> (data zvernennia: 29.01.2020).

***Budko Maryna* The reaction of the British media to the perception of Brexit in the EU**

Positive or negative perceptions of the UK country with the European Union and the reaction of the UK media at this level remain migratory, existing in the minds of Ukrainian citizens and also EU citizens. From this it follows that the opinion of the public leaves multimedia not only from the successful development of bilateral relations, but also from the active higher level of media. In this confidential side of the media itself, it is extremely high.

Brexit information campaigns are an important component of Ukraine's integration into the EU. They have the function not only of informing the public about Brexit, but also of forming views on the need to join and the benefits of being a member of a major European association. In the context of the highest-level declaration of the UK's exit from the European Union, a public opinion of an EU country is formed, which pushes the UK media to a certain reaction of British society.

Key words: Key words: media, Brexit, EU, European integration, United Kingdom.