**Санкт-Петербургский государственный университет**

**Филологический факультет**

**Кафедра английской филологии и лингвокультурологии**

Выпускная квалификационная работа

Магистранта Сметаниной Ирины Александровны

на тему:

«Языковая Актуализация Политического Противостояния в Современном Британском Публицистическом Дискурсе»

Научный руководитель: к.ф.н., доц. Петухова Т.И.

Рецензент: к.ф.н, доц. Родионова Е.В.

СПб 2016

**Содержание**

Введение……………………………………………………………………………3

Глава I. Дискурсивные и лингвопрагматические аспекты изучения политического противостояния…………………………………………………..6

1.1.Понятие дискурса в современной лингвистике …………………............... 6

1.2.Специфика дискурса СМИ…………………………………………………..10

1.3.Характерные черты британского публицистического дискурса……………… ………………………………………………………….14

1.4.Социально-политический аспект ситуации политического противостояния, обусловленного внутренней политикой (отделение Шотландии)………………………………………………………………………18

1.5.Коммуникативные стратегии и тактики публицистического дискурса…21

1.6.Дискурсивные маркеры как средство обеспечения связности публицистического дискурса……………………………………………………29

Выводы по Главе I………………………………………………………………33

Глава II. Лингво-дискурсивный анализ ситуации политического противостояния в британском публицистическом дискурсе………………….35

2.1.Дискурсивный анализ стратегий, реализуемых в ситуации политического противостояния …………………………………………………………………35

2.1.1.Анализ глобальных коммуникативных стратегий………………………35

2.1.2.Анализ локальных коммуникативных стратегий………………………39

2.2.Лингво-прагматический анализ способов речевого воздействия…………47

2.3.Семантический анализ дискурсивных маркеров…………………………60

Выводы по Главе II…………………………………………………………….66

Заключение………………………………………………………………………68

Список литературы……………………………………………………………….70

Список использованных словарей………………………………………………75

Список источников иллюстративного материала……………………………76

**Введение**

В настоящее время наблюдается повышение интереса к проблеме дискурса в целом и публицистического дискурса, в частности. Тексты СМИ представляют собой именно дискурс, они всегда динамичны и современны, они воспринимаются участниками коммуникации в контексте происходящих событий. Возникновение нового вида дискурса, который называют медиа-дискурс, медийный дискурс или дискурс СМИ, обусловлено тенденциями интернационализации и глобализации, развитием современных телекоммуникационных технологий в мировом сообществе. На данный момент, средства массовой информации оказывают большое влияние на политическую сферу. Поэтому можно обнаружить различные ситуации политического противостояния в текстах СМИ с целью воздействия на читателя. Для достижения этой цели, автор должен использовать набор таких языковых средств, которые помогут ему убедительно изложить свою точку зрения, сформировать или повлиять на мнение читателя. Поэтому **актуальным** становится рассмотрение языковой актуализации ситуации политического противостояния в британском публицистическом дискурсе.

**Цель диссертационной работы:** комплексное лингводискурсивное исследование ситуации политического противостояния в современном британском публицистическом дискурсе

**Объект исследования** – ситуация политического противостояния, объективируемая посредством коммуникативных стратегий и тактик в текстах публицистического дискурса

**Предмет исследования** – языковые средства, актуализирующие политическое противостояние в публицистическом дискурсе

**Задачи:**

1. обобщить существующие в современной лингвистике подходы к трактовке феноменов дискурса и медиа-дискурса;
2. охарактеризовать концепции изданий британского публицистического дискурса;
3. рассмотреть ситуацию политического противостояния, обусловленного внутренней политикой;
4. описать стратегии и тактики в аналитических газетных статьях в аспекте их реализации посредством способов речевого воздействия;
5. выявить основные стратегии и тактики, реализующиеся в ситуации политического противостояния на примере отделения Шотландии;
6. провести анализ языковых средств маркирования ситуации политического противостояния в британском публицистическом дискурсе;
7. выделить функционально-семантические группы дискурсивных маркеров и охарактеризовать их контекстную прагматику.

Диссертационное исследование проводилось на материалах британских интернет-версий качественных газет (The Guardian, The Daily Telegraph, The Independent, The Herald, The Sunday Herald, The Scotsman, The Scots Independent). Публикации отбирались методом тематической выборки (публикации о Шотландском референдуме за 2012-2014 период). Корпус выборки составил 50 статей.

**В качестве научно-теоретических оснований** настоящего исследования послужили работы в области теории дискурса таких лингвистов, как В.И. Карасик, Т. А. Ван Дейк, М.Л. Макаров, Н.Д. Арутюнова, Е.С. Кубрякова, В.Е.Чернявская; работы по теории медиа-дискурса Т.Г. Добросклонской, Е.О. Менджерицкой, Н.И. Клушиной; по коммуникативным и речевым стратегиям и тактикам О.С. Иссерс, Е.В. Шелестюк и др.; а также теоретические разработки по дискурсивным маркерам И.П. Массалиной, Д. Шиффрин, Б. Фрейзер, К. Бауэр – Рамазани.

Выполнение исследования потребовало применения следующих **методов**:

* метод прагма-коммуникативного анализа;
* метод дискурсивного анализа коммуникативных стратегий;
* метод семантико-синтаксического анализа;
* метод контекстуального анализа.

Научная **новизна** исследования состоит в том, что были впервые определены коммуникативные стратегии ситуации политического противостояния на примере отделения Шотландии от Великобритании в публицистическом дискурсе. Были описаны способы передачи авторской точки зрения, реализуемые в рамках стратегий, и оказывающие воздействие на сознание читателя.

**Основные положения, выносимые на защиту:**

1. В британском публицистическом дискурсе, посвященному Шотландскому референдуму, реализуются такие глобальные стратегии как стратегия манифестации национальных интересов и стратегия самосохранения нации.
2. В глобальную стратегию самосохранения нации включены локальные стратегии дискредитации, выражения скептицизма и репрезентации национальной значимости.
3. Стратегии осуществляются посредством способов речевого воздействия (убеждение, внушение, побуждение), которые рассматриваются как тактики. Коммуникативные тактики выражены с помощью языковых средств и риторических приемов.
4. Дискурсивные маркеры служат для обеспечения логической последовательности публицистического дискурса и коммуникативного ориентирования читателя.

**Апробация работы.** Основные положения работы были раскрыты на семинарских занятиях кафедры английской филологии и лингвокультурологии.

Диссертация включает введение, две главы, заключение и список литературы. Общий объем диссертации – 79 страниц.

**Глава I. Дискурсивные и лингвопрагматические аспекты изучения политического противостояния**

**1.1.Понятие дискурса в современной лингвистике**

Дискурсу посвящены работы многих известных ученых (Т.А. Ван Дейк, З.Харрис, Н.Д. Арутюнова, Е.С.Кубрякова, В.И. Карасик, М.Л. Макаров, В.Е.Чернявская и другие).

Понятие дискурс  (фр. discours, англ. discourse, от лат. discursus «бегание взад-вперед; движение, круговорот; беседа, разговор») насчитывает более десяти различных, порой противоречащих друг другу дефиниций (Арутюнова 1990:136-137).

Т. А. Ван Дейк, считает, что «понятие дискурса так же расплывчато, как понятия языка, общества, идеологии». В своей книге «Ideology:A Multidisciplinary approach» голландский лингвист попробовал сформулировать понятие дискурса. Он выделяет дискурс в широком смысле (как комплексное коммуникативное событие) и дискурс в узком смысле слова (как текст или разговор). Под дискурсом в широком смысле слова подразумевается «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном контексте. Это коммуникативное действие может быть речевым, письменным, иметь вербальные и невербальные составляющие» (Ван Дейк 1998). Дискурс в узком смысле слова выступает «как завершенный или продолжающийся “продукт” коммуникативного действия, его письменный или речевой результат, который интерпретируется реципиентами». Также понятие дискурса используется «для обозначения того или иного жанра, например: “политический дискурс”, “научный дискурс” или “новостной дискурс”» (Ван Дейк 1998).

Н.Д. Арутюнова раскрывает ситуативное понимание дискурса в "ЛЭС", где дискурс определяется как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими - прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное, социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» (Арутюнова 1990:136-137).

Как отмечает М.Л.Макаров, «категория «дискурс», одна из основных в коммуникативной лингвистике и современных социальных науках, как и всякое широко употребляющееся понятие, допускает не только варианты произношения (с ударением на первом или втором слоге), но и множество научных интерпретаций, и поэтому требует уточнений, особенно в отношении к смежным терминам текст, речь, диалог» (Макаров 2003:85).

В начале 70-х годов XX века была предпринята попытка дифференцировать понятия «текст» и «дискурс», которые до этого в европейской лингвистике были почти взаимозаменяемыми, с помощью включения в данную пару категории ситуа­ция. Так, дискурс предлагалось трактовать как «текст плюс ситуация», в то время как текст, соответственно, определялся как «дискурс минус ситуация» (Макаров 2003:87).

На современном этапе научных лингвистических исследований понятия *дискурс* и *текст* уже не столь часто отождествляются, как это было прежде по ряду критериев. Так, Т.Н Каменская подчеркивает, что «с одной стороны, понятия*дискурс* и *текст* противопоставляются по параметру динамика коммуникации (дискурс) /статика объекта (текст). С другой стороны, отношение текст/дискурс трактуются как отношение часть/целое» (Каменская 2010).

Дискурс, по выражению Н.Д. Арутюновой, - это речь, “погруженная в жизнь”. Поэтому термин «дискурс», в отличие от термина «текст», не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно (Арутюнова 1990:136-137).

Как любой объект изучения, дискурс предполагает появление особой отрасли лингвистики, вырабатывающей собственные методы для его исследования, – дискурсивного анализа. Дискурсивный анализ это не только междисциплинарное направление, изучающее дискурс, но и соответствующий раздел лингвистики. В связи с тем, что «любой дискурс возникает в рамках конкретной ситуации», «анализ дискурса должен дать характеристику того, как в контексте взаимодействия людей, направленного на достижение каких-либо целей, коммуниканты интерпретируют речь и действия» (Демьянков 1995:239-320).

Согласно В.Е. Чернявской, дискурсивный анализ сконцентрирован на степени и характере влияния различных факторов коммуникативно-речевой деятельности, как непосредственно ситуативного контекста, так и более широкого экстралингвистического фона, на формировании языковых закономерностей конкретного произведения (Чернявская 2012: 66).

Рассуждая о типах дискурса в рамках какого-либо национально-культурного сообщества, В.В. Красных подчёркивает, что сюда относятся «модификации» дискурса, определенным образом «адаптированные» в соответствии с той сферой, в которой он функционирует (Красных 1999:187). Следовательно, разновидностей дискурса столько, сколько видов деятельности человека, поскольку каждый вид деятельности порождает свой собственный вид дискурса с присущей ему лексикой и стилистикой (Иванова 2007).

Отечественный лингвист В.И. Карасик выделяет два типа дискурса: персональный (личностно-ориентированный) и институциональный (статусно-ориентированный) дискурс. В первом случае говорящий выступает как личность со своим богатым внутренним миром, во втором случае - как представитель той или иной социальной группы (Карасик 2000:5). В.И.Карасик отмечает, что персональный дискурс подразделяется на две разновидности: бытовое и бытийное общение. Специфика бытового общения детально отражена в исследованиях разговорной речи. В бытийном дискурсе общение преимущественно монологично и представлено произведениями художественной литературы. Институциональный дискурс представляет собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений и выделяется на основании двух признаков: цели и участники общения. Применительно к современному обществу, В.И. Карасик предложил следующие виды институционального дискурса: политический, дипломатический, административный, юридический, военный, педагогический, религиозный, мистический, медицинский, деловой, рекламный, спортивный, научный и сценический (Карасик 2000:5).

Исследования общения в средствах массовой информации, его участников, ценностей и концептов, целей и стратегий позволяют выделить медиа дискурс как вид институционального дискурса. Современные средства массовой информации во многом определяют языковую, социально-психологическую и культурную ситуации в обществе, что обуславливает актуальность изучения медиа-дискурса.

**1.2. Специфика дискурса СМИ**

С.А. Виноградова подчеркивает, роль СМИ в динамике речевых процессов весьма значительна, так как основной объём речепользования приходится сегодня именно на сферу массовой коммуникации (Виноградова 2010).

Как предмет исследования массовая информация вызывает много вопросов. Т.Г. Добросклонская говорит о двойственности СМИ. С одной стороны, язык средств массовой информации обладает определенным единством, целостностью, что обусловлено особенностями речеупотребления в сфере массовой коммуникации, заданностью форм, устойчивой тематической структурой, а с другой - язык СМИ характеризуется достаточной степенью функционально-стилевой разнородности, что отражает универсальность тематики, открытость и подвижность текста массовой информации в смысле его взаимодействия со всеми прочими сферами речеупотребления (Добросклонская 2008). Данная двойственность позволяет нам отнести язык СМИ к особому виду функционально-стилевых единств.

К концу ХХ века сложились все необходимые условия для оформления накопленных знаний и опыта в области изучения языка СМИ в самостоятельное научное направление - медиалингвистику. В рамках медиалингвистики предлагается системный комплексный подход к изучению языка СМИ. Одними из ключевых положений медиалингвистики являются понятия медиатекст и медиадискурс (Добросклонская 2008). Если текст – это сообщение, медиа-текст – это сообщение плюс канал, то медиадискурс - это сообщение в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации. Вслед за Т. Г. Добросклонской мы будем придерживаться следующего определения медиа-дискурса « медиадискурс – это совокупность процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия». По отношению к медиадискурсу тексты массовой информации выступают в качестве удобных дискретных единиц, позволяющих разделять информационные потоки на отдельные, поддающиеся научному анализу фрагменты (Добросклонская 2008). Концепция медиадискурса позволяет составить более объёмное представление о речедеятельности в сфере масс-медиа, т.к. она охватывает многочисленные экстралингвистические факторы, связанные с особенностями создания медиасообщения, его получателя, обратной связи, а также социально-исторического и политико-идеологического контекста.

В медиа-дискурсе адресат воспринимает интенции адресанта как свои собственные. Сообщение посредством коммуникативно-информационных каналов адресуется социуму, на который оно ориентировано, и оказывает влияние на массовое сознание (Клушина 2008). Многие современные исследователи подчеркивают вторичность информации, говоря о том, что чаще информация подается уже обработанной и тщательно отобранной.

Согласно, Н. Н. Оломской, медиапространство – это среда, в которой существует медиа-дискурс в широком его понимании (Оломская 2013). Разновидности медиадискурса выделяются в зависимости от используемых коммуникативно-информационных каналов. В связи с этим, Н. Н. Оломская выделяет следующие типы медиадискурса:

1) по коммуникативным функциям:

– публицистический дискурс;

– рекламный дискурс;

– PR-дискурс;

2) по каналам реализации:

– теледискурс;

– радиодискурс;

– компьютерный дискурс.

Ввиду того, что нас будет интересовать публицистический дискурс, остановимся на нем подробнее. Публицистический дискурс предполагает концентрацию на настоящем времени, поэтому оценка событий осуществляется с позиции прошлого или будущего (Оломская 2013). Типы публицистического дискурса непосредственно связаны с жанрово-функциональными особенностями медиа-пространства. Жанровое разнообразие представлено следующим образом: информационные жанры (хроникальная заметка, информационная заметка, отчет, репортаж, информационное интервью и др.), аналитические жанры (аналитическая статья, рецензия, комментарий, обзор, корреспонденция и др.), сатирические жанры (фельетон, памфлет, сатирическая реплика и др.), художественно-публицистические жанры (очерк, зарисовка, эссе и др.) (Горшков 2006; Кайда 2005, 2008; Кожина, 1968; Тертычный, 2000 и др.). В своей работе мы будем рассматривать тексты информационного, аналитического и художественно-публицистического жанров, т.к. нас интересует, как через призму своего мнения авторы информируют аудиторию о каком-либо событии.

Публицистический дискурс – это воздействующий тип дискурса, реализующий интенцию убеждения и оказывающий мощный перлокутивный эффект на своего адресата (Клушина 2008). Публицистический текст как составная часть публицистического дискурса с позиций коммуникативной стилистики рассматривается как социальное действие адресанта, направленное на убеждение своего адресата в правильности авторской идеи. Публицистический текст – это текст любой тематики, но обязательно имеющий политико-идеологический модус формулирования текста.

По мнению Н.И. Клушиной, адресант для убеждения адресата использует все доступные речевые средства, прибегая не только к логическим доводам, но и к приемам воздействия (Клушина 2008). Публицистический текст представляет собой сложную иерархическую структуру, в которой совмещаются два плана выражения лингвистических способов убеждения: эксплицитный – открытое убеждение, влияющее на разум читателя, и имплицитный, подтекстовый, оказывающий непосредственное влияние на подсознание адресата.

В свете всего вышесказанного, можно отметить, масс медиа не только отображает события реальной действительности, но и оказывают мощное воздействие на состояние общественного сознания. С помощью идеологических установок и культурной специфики, медиа-дискурс создает особую – публицистическую – картину мира. Никакая информация в публицистическом дискурсе не передается беспристрастно, объективно. В большинстве случаев, информирование подчинено идеологическому, политическому, экономическому или организационному воздействию на мнения и поведение людей. Центральной единицей данного дискурса является публицистический текст, за которым признается высокая насыщенность авторской оценкой и который всегда включается в идеологическую коммуникативную ситуацию.

**1.3. Характерные черты британского публицистического дискурса**

Публицистический дискурс предполагает наличие различных когнитивных установок адресанта. Другими словами, наличие идеологической направленности того или иного текста, идеи и отношения, которые в нем заложены (Менджерицкая 2009). Поэтому, с одной стороны, все печатные издания отличаются друг от друга когнитивными установками адресантов, а с другой стороны, способностями их восприятия целевой аудиторией, т.е. лингвистическими и экстралингвистическими способами передачи информации, представленными в самом тексте. Поэтому, при анализе печатных изданий, можно говорить о следующих типах дискурса:

-дискурс «качественной прессы»;

-дискурс популярной прессы;

-дискурс специализированных изданий. (Менджерицкая 2009).

К качественной прессе Великобритании причисляются следующие печатные издания: The Times, The Guardian, The Daily Telegraph, The Independent, The Herald, The Scotsman, The Scots Independent. К популярной прессе относятся: The Sun, The Daily Express, The Daily Mail, The Daily Mirror, The Daily Record, The Sunday Mail.

Еще со времен своего становления два типа прессы противостоят друг другу не только по направленности на определенную аудиторию, но и по формату и по содержанию (Шемелина 2008). "Качественные" газеты публикуются на листах большого формата, предлагают читателям большой объем материала в виде новостной информации о событиях в стране и за рубежом, комментариев известных людей или экспертов в какой-либо области общественной жизни, газеты анализируют текущие события политики и культуры в статьях и заметках. Язык качественных газет характеризуется как "университетский".

"Популярные" газеты выпускаются на листах небольшого формата, передают относительно немного новостей, в основном публикуют сенсационные или скандальные материалы. Словарный запас таких газет очень ограничен, акцент делается на быстром прочтении материала. Языковые различия вышеназванных видов газетных наиболее четко прослеживаются на морфологическом и синтаксическом уровнях.

С точки зрения воздействия, «качественная» пресса в освещении наиболее важных социально-политических проблем опирается на систему аргументов, убеждающих аудиторию в логичности рассуждений и доказательств. Массовая пресса в основном использует метод внушающего воздействия, т.е. навязывает идеи, чувствования и ощущения без помощи логики и доказательств. Обилие иллюстраций, броские заголовки, набранные крупным шрифтом, стремление ориентироваться на язык улицы – все это стало отличительными чертами «популярных» газет (Телень 1978).

Поскольку объектом нашего исследования является политическое противостояние, в своей работе мы будем анализировать дискурс «качественной» прессы. Подробнее остановимся на основных представителях качественной прессы Великобритании.

The Daily Telegraph (1855) – самая тиражная качественная газета Англии, рупор консервативной партии (отсюда прозвище газеты – «Torygraph»). Тираж сегодня – около 550 тысяч экземпляров. На протяжении нескольких лет остается крупнейшим среди качественных ежедневных газет по числу продаваемых экземпляров изданием. Читателями газеты The Daily Telegraph являются представители средних и высших классов, приверженцы консервативной политики. Тем самым обусловлены темы политических статей и репортажей, которые в большинстве своем посвящены правящей консервативной партии (тори), лидером которой является премьер-министр Соединенного Королевства Дэвид Кэмерон (Пустовалов 2013).

The Guardian (1821) (прозвище – «The Grauniad») ориентирована на “левых” в политических взглядах и читается преимущественно представителями либерально настроенного среднего класса. После упадка The Times, The Guardian становится главным национальным изданием. The Guardian знаменита своими обзорами разного рода и является самой цитируемой британской газетой. Неоднократно становилась газетой года (а веб-сайт – сайтом года) (Пустовалов 2013).

The Independent (1986) (Indy) создавалась как газета независимых яппи (yappi, young upward-going professionals). Самая молодая качественная английская газета. Сегодня ею владеет российский предприниматель, Александр Лебедев. Декларирует политическую независимость, в статьях демонстрирует широкий спектр политических мнений. У издания наименьший среди качественных газет тираж – около 70 тысяч экземпляров (Пустовалов 2013).

The Herald (1783) – шотландская широкоформатная ежедневная газета. Одна из самых старых англоязычных газет в мире. The Herald принадлежит Newsquest (подразделение Gannett). Газета симпатизирует левоцентристским партиям.

The Sunday Herald (1999) – шотландская воскресная газета. Во время проведения шотландского референдума The Sunday Herald была единственной многотиражной шотландской газетой, открыто объявившей о своей поддержке независимости Шотландии.

The Scotsman (1817) – шотландская газета, издается в Эдинбурге. В декабре 2005, газета была приобретена за £160 миллионов компанией Johnston Press, которой принадлежат одни из лучших газет Великобритании. Поддерживала сохранение Шотландии в составе Великобритании.

The Scots Independent (1926) – шотландская политическая газета, которая выпускается каждый месяц. Газета всячески выступает за независимость Шотландии и поддерживает Шотландскую Национальную Партию (SNP).

Как мы видим, каждая газета, вне зависимости от типа обладает своим взглядом на политику и преследует определенные цели в освещении и подачи материала.

Таким образом, исследовав теоретический материал, посвященный современному британскому дискурсу, мы можем отметить, что в тематическом плане «качественные» газеты отличаются глубоким освещением внутриполитических и международных тем, большим количеством аналитических статей, преимущественно, посвященных сфере политики и экономики. Также выяснилось, что основные качественные английские и шотландские газеты имеют свою политическую приверженность и способны подавать информацию через призму своего восприятия.

**1.4. Социально-политический аспект ситуации политического противостояния, обусловленного внутренней политикой (Отделение Шотландии)**

В рамках нашей работы, мы будем анализировать ситуацию политического противостояния, обусловленного внутренней политикой, в британском публицистическом дискурсе. В качестве примера рассматривается Шотландский Референдум, который проходил в 2014 году.

Шотландия была независимым государством с 843 по 1707 год, до подписания унии с Англией, по которому предусматривалось подчинение Шотландии Англии. В начале XX века на её территории активизировались националистические силы, усилия которых привели к началу процесса деволюции в конце 1990-х годов. Акт о деволюции 1998 года позволил Шотландии вновь создать свой парламент (Маслакова 2014).

Со второй половины 2000-х годов Шотландская национальная партия (SNP) приобретала всё большее влияние на территории Шотландии, хотя результаты социальных опросов показывали, что далеко не все шотландцы поддерживали идею отсоединения от Британии (Curtice 2014). Вопрос о независимости был поднят только в 2007 году Алексом Салмондом, лидером SNP. Благодаря ему SNP со временем получила большинство в шотландском парламенте и сформировала правительство (Галеева 2014). Шотландская национальная партия - это левоцентристская политическая партия, которая на данный момент является крупнейшей партией, представленной в парламенте Шотландии. На выборах в 2011 году она представила программу, в которой проведение референдума о независимости являлось основной целью победы.

Таким образом, спустя 307 лет у Шотландии снова появилось право быть независимым государством. 18 сентября 2014 года был проведен референдум, на котором жителям Шотландии необходимо было ответить на вопрос: «Согласны ли вы с тем, что Шотландия должна быть независимой страной?».

В обществе существовали сторонники и противники идеи о независимости Шотландии. Последователи обоих направлений придерживались определенных взглядов и противопоставляли свои точки зрения другим.

По предварительным статистическим подсчетам более 30% пятимиллионного населения Шотландии было за отделение. Их мотивацией были собственный голос в ООН, прекращение участия шотландских военнослужащих в «незаконных» войнах, таких как иракская; ликвидация ядерного оружия на территории Шотландии. Но в то же время около половины страны – против. Их аргументами были возможные негативные экономические последствия, прежде всего, для самой Шотландии: став самостоятельным государством, Шотландия получила бы в придачу национальный долг в 110 миллиардов фунтов стерлингов (Андреева, Васильева 2014).

По итогам референдума о независимости, состоявшемся в 2014 году, шотландцы с перевесом 55,3% против 44,7% голосов предпочли остаться в составе Великобритании.

Данная ситуация политического противостояния также проявилась в прессе. Согласно данным британской компании YouGov, 60 % проголосовавших ответили, что на их выбор повлияли статьи печатных (либо интернет-версий) газет, которые были посвящены предвыборным дебатам. Данный факт подтверждает то, что наряду с социальными сетями и кампаниями в поддержку той или иной политики, газеты оказывают наибольшее влияние на избирателей (Keating 2015).

Несмотря на результаты референдума, Шотландия стала “другим местом”. SNP является единственной действительно массовой партией в Британии. Интерес к политике и уровень публичных дебатов остаётся высоким. Он говорит о том, что “Шотландский вопрос” по-прежнему не решен (Фадеева 2015).

Итак, мы изучили социально-политический аспект ситуации политического противостояния, обусловленного внутренней политикой на примере отделения Шотландии. Данная ситуация политического противостояния прослеживалась в обществе и нашла свое отражение в прессе. Журналисты про-союзники и националисты противостояли друг другу в прессе с целью повлиять на мнения аудитории на предстоящем голосовании. Большинство средств массовой информации Великобритании в ходе подготовки к референдуму агитировали за сохранение союза с Англией. Агитация осуществлялась при помощи определенных коммуникативных стратегий и тактик, рассмотренных подробнее в следующем разделе.

**1.5. Коммуникативные стратегии и тактики публицистического дискурса**

Поскольку функция воздействия играет ключевую роль в описании политического противостояния, автор любого текста публицистического дискурса, информируя аудиторию об объективной действительности, старается повлиять на ее мнение, применяя особые коммуникативные стратегии, риторические приемы и языковые средства.

«Коммуникативная стратегия **-**  это совокупность запланированных заранее и реализуемых в ходе коммуникативного акта практических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели» (Клюев 2002:18). Как отмечает О.С. Иссерс, «понятие стратегии, заимствованное прагматикой из военного искусства, во главу угла ставит не кооперацию, а победу, которая понимается как результативное воздействие на слушателя, как трансформация его модели мира в желательном для говорящего направлении. Это заставляет считать исходной точкой в анализе речевых стратегий коммуникативные цели говорящего» (Иссерс 2002: 15). Если стратегия рассматривается как общая канва коммуникативного поведения, то тактика – это способ речевого воздействия, представляющий собой совокупность языковых средств и, в то же время, путь реализации стратегии (Ярославцева 2004). Стратегический замысел определяет выбор средств и приемов его реализации, следовательно, речевая стратегия и тактика связаны как род и вид (Иссерс 2002). В свою очередь, тактика реализуется в частных тактических ходах. Коммуникативный тактический ход – это конкретный способ достижения коммуникативного эффекта, заданного в тактической установке.

Для реализации коммуникативных стратегий, мы выделяем следующие способы речевого воздействия: убеждение, побуждение и внушение, которые в рамках нашей работы мы будем рассматривать как тактики. Под убеждением мы подразумеваем воздействие на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению (Шелестюк 2006). Основу убеждения составляет логическое упорядочение фактов и выводов, логическое доказательство, возможно, вкупе с эмоциональным воздействием, призванное обеспечить сознательное принятие реципиентом системы оценок и суждений в согласии с иной точкой зрения (Панкратов 2001). Внушение – воздействие на подсознание, эмоции и чувства человека, косвенно обеспечивающее воздействие на его ум, волю, поведение и осуществляется за счет ослабления контрольно-регулятивной функции сознания, снижения сознательности и критичности при восприятии и реализации внушаемого содержания благодаря отсутствию целенаправленного активного понимания, развернутого логического анализа и оценки со стороны реципиента (Шелестюк 2006). Еще к одному способу речевого воздействия относится побуждение (волеизъявление) – внешнее стимулирование реципиента прямым воздействием на его волю (призыв, приказ, принуждение и уговаривание).

Е.В. Шелестюк говорит об определенных закономерностях распределения способов речевого воздействия. С убеждением соотносятся преимущественно, такие типы речевого воздействия и соответствующие им прагматические виды высказываний, как доказывание, аргументация (в том числе и манипулятивная), информирование, рассказ (экземплификация); с внушением – конвенционально-социальное воздействие, оценки, эмоциональное воздействие, симулированный диалог, художественное изображение и психическое программирование; с побуждением – повеление, призыв, принуждение и уговаривание (Шелестюк 2006).

По мнению Е.И. Варгиной, важную роль в убеждении играют риторические приемы, основу которых составляют эмоционально-оценочные средства (Варгина 2004). Понятие приема («фигуры» речи и мысли), которое использует традиционная риторика, является достаточно близким к понятию коммуникативного хода. В свою очередь, коммуникативные приемы (коммуникативные ходы) служат для реализации коммуникативной тактики.

Для того чтобы убедить своего читателя, автор прибегает к таким приемам, как идентификация и самопрезентация. Е.И. Варгина подчеркивает, что идентификация используется с целью сделать свою точку зрения понятной для адресата и тем самым достичь с ним взаимопонимания, а также убедить и склонить его на свою сторону. Существуют следующие виды идентификации (Варгина 2004):

1. **Идентификация с массовым читателем**

Автор отождествляет свое мнение с мнением массового читателя, убеждая адресата принять авторскую точку зрения. Для подобных целей часто используется так называемые инклюзивные местоимения 1-го л. мн. ч. мы / we. «Мы» и соответствующее притяжательное местоимение «наше» может стать расширенным обозначением отправителя речи, с помощью которого он объединяет себя в адресантной функции с другими лицами. Создается эффект коллективного отправителя сообщения. Выделяют референтное (объединяющее «мы») и нереферентное (идеологическое «мы»). При референтом употреблении местоимения «мы» (объединяющего «мы») адресатом текста является конкретный представитель общества, способный понять и оценить ход авторской мысли, имеющий свою собственную гражданскую позицию и политические взгляды. "We " включает и автора, и адресата текста. При нереферентном употреблении «мы» (идеологического «мы») очерчивается некий класс лиц, объединяя говорящего вместе с лицами одного с ним круга, одних с ним взглядов, убеждений. Здесь «мы» примерно означает: "я и они (определенная группа людей)". В таких случаях местоимение "we" включает в себя, помимо автора, не абстрактного, идеализированного читателя, а разные, достаточно конкретные типы адресата. Значение "we" может уточняться словами-конкретизаторами, которые усиливают степень контактности местоимения "we", например, "we together". Автор стремится показать адресату, что «я - один из вас», это создает единение между участниками общения, а также способствует более легкому восприятию информации и убеждению адресата в авторской точке зрения. Автор не отделяет себя от читателя и объединяет себя с ним местоимением “we”, создавая ощущение, что читатель принимает участие в изложении фактов. Эффект обобщенности в данном примере создается также за счет использования предиката мнения. Использование личного местоимения второго лица “you” способствует интимизации изложения, созданию атмосферы личного общения автора с адресатом. Местоимение “you” является синонимом местоимения “we” в значении генерализации и используется для того, чтобы указать на сходство их позиций, чтобы у читателя возникло представление, что выраженные автором мысли – его собственные (Варгина 2004).

**2. Идентификация с общепринятым мнением**

К случаям идентификации с общепринятым мнением относится использование инклюзивных неопределенных, обобщающих и отрицательных местоимений, которые включает в свое значение автора и адресата, а также безличных, пассивных и инфинитивных конструкций. Данный вид идентификации позволяет привлечь и убедить адресата путем отождествления с всеобщим мнением. Автор подает свое мнение в качестве такого мнения, которое разделяют все члены общества или отдельная группа общества, что также способствует убеждению читателя. Автор вуалирует свою позицию под неопределенным местоимением “one”, обобщающим местоимением “everyone”, отрицательным местоимением “no one”, безличными предложениями (It is..), пассивными и инфинитивными конструкциями, подчеркивая объективность выражаемого им мнения (Варгина 2004).

**3. Идентификация с авторитетом**

При идентификации с авторитетами используются как имена собственные, числительные в качестве статистических данных, так и цитаты и аллюзии на мнение авторитетных людей. Е.И. Варгина выделяет следующие виды авторитетов:

1) «именные» или «эксплицитные» авторитеты — авторитеты, в которых содержится прямое указание на авторитетный источник: а) «универсальные» авторитеты - авторитеты, которые известны всему социуму; б) «специализированные» авторитеты - авторитеты, известные определенному кругу специалистов какой-то области. При идентификации с именными авторитетами автор может использовать имена собственные, цитаты и аллюзии на мнение авторитетных людей (Варгина 2004).

2) «имплицитные» авторитеты - авторитеты, в которых содержится скрытое указание на источник знаний. Здесь прослеживается использование числительных в качестве статистических данных, существительных со значением «авторитетности», названий британских «качественных» газет.

Еще одним риторическим приемом убеждения является самопрезентация. Самопрезентация - это риторический прием, который используется автором в целях воздействия на адресата путем создания своего положительного образа, представления себя в привлекательном и выгодном свете, ссылки на свой опыт, репутацию или профессионализм (Варгина 2004). Маркером самопрезентации является местоимение "I" в сочетании с предикатами пропозиционального отношения мнения и знания. При самопрезентации автор воздействует по средствам:

1. представления авторской точки зрения:

* согласия с мнением большинства;
* несогласия с мнением большинства;

1. описания личного опыта автора;
2. самохарактеризации (ссылки на репутацию автора, его личные качества и профессионализм).

Для представления авторской точки зрения автор может использовать наречие "too" в сочетании с абстрактными существительными, слова категории состояния, модальные слова, вводные слова и конструкции. Для описания своего личного опыта автор приводит примеры из своей жизни для большей убедительности. При самохарактеризации автор использует политические термины, которые говорят о политической принадлежности автора к той или иной партии, а также ссылки на свою репутацию или профессионализм, которые способствуют созданию положительного и авторитетного образа автора (Тенева, 2011:76).

Перейдем к следующему способу речевого воздействия – внушение. Выделяются две разновидности внушения - бессознательное и сознательное. Особенностью публицистического дискурса, как известно, является социальная оценочность. Поэтому, внушение в публицистическом дискурсе может считаться сознательно направленным, если контекст включает социально окрашенную оценку, что означает сознательность авторской установки на внушение (Будниченко 2012). Оценочность – проявляется в отборе и классификации фактов и явлений действительности, в их описании под определенным углом зрения, в соотношении негативных и позитивных деталей, в специфических лингвистических средствах. Именно такую преобразованную информацию и воспринимает читатель. Существуют открытая и скрытая оценки. Отличительной чертой новейшей журналистики стал отказ от открытой пропаганды. На смену пропаганде пришло умело завуалированное манипулирование массовым сознанием (Клушина 2008). Как отмечает Н.И. Клушина, существует множество лингвистических способов создания скрытой оценки, основными из которых являются метафоры, «скорненные» слова, эвфемизмы (Клушина 2008).

Оценочность в публицистике неразрывно связана со средствами номинации (парафразы, эвфемизмы, «ярлыки»), так как номинация в воздействующей речи очень редко бывает нейтральной. Выбор точного слова, способного подтвердить или опровергнуть определенную идею, способного самому стать идеей, - важнейшая задача публициста. Особая роль в номинации отводится фонду публицистических пресуппозиций, без знания которых невозможно восприятие авторской идеи. Этот фонд составляют фразеологизированные публицистические стандарты (Клушина 2008).

Еще одной характеристикой внушения является языковая игра. Она высвобождает огромные экспрессивные возможности, заложенные в языке, и именно поэтому ее так охотно используют СМИ. Цель языковой игры – привлечение внимания слушающего с помощью языковой шутки, юмора, остроты, иронии. Ирония возникает, когда слово или высказывание обретает в речи смысл, противоположный его буквальному значению или отрицающий его. Если ранее она была ограничена рамками сатирических жанров (например, памфлет или фельетон), то теперь именно ирония «размыла» жанровые барьеры публицистической речи (Лаптева 1996: 151). Причины этому находятся в экстралингвистической действительности: «Отмена цензуры, идеологических табу, строгих стилевых установок привели к раскрепощению традиционно-нормированного газетного языка. И многие процессы, происходящие в этот период в обществе и отражаемые языком прессы, можно объяснить как реакцию на газетный язык недавнего прошлого, как отрицание его, отталкивание от него» (Солганик 2002: 50).

В процессе внушения происходит передача не только авторских мнений и оценок, но и побуждений объекту речевого воздействия, в данном случае читателю газеты (Шелестюк 2006). Как способ речевого воздействия, побуждение реализуется по средствам:

* интеррогативного лексико-семантического оформления, т.е. счет таких прагматический высказываний как обращение, риторический вопрос;
* реквестивного лексико-грамматического оформления, т.е. за счет таких прагматический высказываний как советы и рекомендации;
* фасцинации (приковывание внимания), образность ключевых слов, использование управляемых ассоциаций, стереотипы, эмоциональные повторы, создание иллюзии свободного выбора и т.д., т.е. за счет таких прагматический высказываний как воззвания, лозунги и агитации.
* императивности лексико-грамматического оформления, т.е. счет таких прагматический высказываний как приказ, указание, инструкция (Шелестюк 2006).

Итак, мы рассмотрели основные языковые средства и риторические приемы, знание которых, позволяет журналисту создать условия для выработки оптимальных коммуникативных стратегий и тактик в описании политических статей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что публицистический дискурс характеризуется особым отбором и организацией определенных языковых структур в соответствии с прагматическими установками и целями. Умелое использование журналистом языковых средств позволяет ему не только передавать информацию, но и оказывать эмоциональное воздействие на адресата, преобразуя имеющуюся в сознании человека картину мира. Помимо коммуникативных интенций, авторы газет стремятся использовать набор средств, которые помогут им убедительно изложить свою точку зрения, четко структурировать идею и выбрать адекватную логику построения своего высказывания. Данными средствами выступают дискурсивные маркеры, которые мы рассмотрим подробнее в следующей главе.

* 1. **Дискурсивные маркеры как средство обеспечения связности публицистического дискурса**

Возникновению веб-версий газет сформировало новое языковое пространство, которое характеризуется иной коммуникационной моделью и иным типом дискурса с определенным набором дискурсивных маркеров.

Наличие дискурсивных маркеров в публицистическом дискурсе способствует обеспечению структурирования и связности текста. Существуют следующие особенности дискурсивных маркеров (ДМ):

1. Дискурсивные маркеры не образуют естественный класс единиц. Этот класс не имеет четких границ и объединяет единицы, которые различные классификации относят к разным частям речи. Принадлежность слова к классу дискурсивных маркеров определяется главным образом на основании функциональных критериев.

2. Дискурсивные маркеры не имеют денотата в общепринятом смысле; их значения не предметны, поэтому их можно изучать только через их употребление. Они часто бывают «непереводимыми», т.е. в различных языках не существует их точных эквивалентов. Общепризнанным является то, что такие слова имеют, по крайней мере, одно значение, которое противостоит пропозициональному значению (Макаров 2003). А. Вержбицка подчеркивает следующее: «Своеобразие плана содержания дискурсивных маркеров часто определяется отсутствием у них собственно лексического значения или десемантизацией слова в его дискурсивных употреблениях, т.е. они употребляются для усиления, выделения, подчеркивания. Дискурсивные маркеры кажутся необязательными элементами, функционирующими в качестве сигналов для слушателя, облегчающими интерпретацию высказывания на базе различных контекстуальных подсказок, но их значение является решающим для взаимодействия, осуществляемого речью. Единицы данного класса выражают отношение говорящего к адресату или к ситуации, о которой идет речь, его намерения, предположения и эмоции. Если изучающие язык не освоили значение этих слов, их коммуникативная компетенция значительно ухудшится» (Wierzbicka 1991:341).

3. У многих слов такого типа существуют, наряду с дискурсивными, и другие, недискурсивные, употребления.

4. Проведение границы между значением дискурсивного маркера и значением контекста также оказывается более сложной процедурой, чем в случае конкретной лексики. Многие дискурсивные маркеры могут полностью сливаться с контекстом, дублируя семантику его отдельных фрагментов.

5. Описание дискурсивных маркеров обычно требует рассмотрения значительно более длинных контекстов, чем в случае других единиц или недискурсивных употреблений соответствующих единиц (Киселева, Пайара 1998:10).

Исходя из того, что ДМ изучаются в рамках формального или функционального подходов, классификации дискурсивных маркеров построены на разных основаниях. Первая классификация соотносится с лексико-грамматическими классами, вторая – с функционально-семантическими. Ввиду данного различия, у таких лингвистов, как Дебора Шифрин, Кристин Бауэр-Рамазани, Брюс Фрейзер есть свои точки зрения на способы выражения и значения ДМ.

И.П. Массалина обобщила существующие на данный момент классификации ДМ и выделила их особенности (Д. Шиффрин, Б. Фрейзер, К. Бауэр – Рамазани и др.) (Массалина 2009).

Таблица 1. Различные подходы к классификации дискурсивных маркеров (по И. П. Массалиной (Массалина 2009)).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Классификация ДМ**  **Д. Шифрин** | **Классификация ДМ**  **К. Бауэр – Рамазани** | **Классификация ДМ**  **Б. Фрейзера** |
| * сочинительные и подчинительные союзы (and, but, or because); * темпоральные и союзные наречия (now, then, so); * частицы (oh, well); * Вводные предложения (you know, I mean) (Schiffrin 1987:318). | * соединительные союзы (coordinating conjunctions); * коннекторы (connectors) (наречия, союзные наречия); * подчинительные союзы (subordinating conjunctions); * фразовые связующие средства (phrase linkers) (предлоги, существительное с предлогом)   (Bauer-Ramazani). | * маркеры смены топика: back to my original point, before I forget, by the way, incidentally, just to update you, on a different note, speaking of, that reminds me, to change to topic, to return to my point, while I think of it, with regards to * контрастивные маркеры: (al)though; but; conversely; despite; however; in comparison; in contrast; in spite of; nevertheless; nonetheless; on the contrary; on the other hand; rather; still; whereas, yet. * детализирующие маркеры: above all, also, analogously, and, besides, better yet, by the same token, correspondingly, equally, for another thing, further(more), in addition, in any event, in particular, I mean, likewise, more to the point, moreover, namely, on top of it all, or, otherwise, similarly, to cap it all off, too, well, what is more.); * маркеры вывода: accordingly, all things considered, as a (logical) consequence/conclusion, as a result, because of this/that, consequently, hence, in any case, in this/that case, it can be concluded that, of course, on that condition, so, then, therefore, thus (Fraser 1990а:386 – 387). |

Основной функцией ДМ, по мнению Деборы Шиффрин, является обеспечение когезии текста. Из классификации мы видим одиннадцать типов дискурсивных маркеров.

Исследование маркеров проводится ею на пяти «уровнях речи» (planes of talk):

1) пропозициональная структура;

2) структура действий (речевые акты);

3) структура чередования;

4) структура участников;

5) информационное состояние (Schiffrin 1987:318).

Так, каждый конкретный дискурсивный маркер относится в первую очередь к тому или иному плану: oh – к информационному состоянию и к структуре действий; well – к структуре участников; and – к пропозициональной структуре. Однако употребление дискурсивных маркеров, согласно Д. Шиффрин, полифункционально (Schiffrin 1987:318).

В своей работе «Английские дискурсивные маркеры» К. Бауер-Рамазани (Bauer-Ramazani) также рассматривает четыре типа дискурсивных маркеров, необходимых для связи английских предложений. Просматривается некоторая схожесть типов с классификацией Деборы Шиффрин. Однако, в отличие от Деборы Шиффрин, Кристина Бауер-Рамазани, разграничивает подчинительные и сочинительные союзы в отдельные типы ДМ наряду с коннекторами, которые Шиффрин обозначила как темпоральные и союзные наречия.

Брюс Фрейзер в книге «Прагматические маркеры» (Pragmatic Markers) выделяет 4 типа ДМ, которые указывают, как базовое сообщение связано с контекстом (Fraser 1990а:386 – 387). В книге «What are discourse markers» (Fraser 1999б:931- 952) Фрейзер, наряду с основными классами дискурсивных маркеров, вводит такие классы маркеров, как причинные, условные и временные и противопоставляет маркеры смены топика и маркеры отношений между сообщениями.

Помимо реализации когерентных отношений, дискурсивные слова имеют семантические и прагматические аспекты. Их прагматическая сущность заключается в обеспечении правильности понимания дискурса.

Наличие слов, обеспечивающих связность публицистического текста, способствует логике восприятия и самостоятельности его многоуровнего и многоаспектного анализа. Более того, дискурсивные маркеры являются указателями при переходе одной части рассуждения к другой, обеспечивая, таким образом, определенно направленную последовательность изложения мыслей и глубину воздействия.

**Выводы по Главе I**

Изучив теоретический материал, мы можем сделать следующие выводы:

1. Термин «дискурс» в современной лингвистике трактуется неоднозначно и употребляется для обозначения текущей речевой деятельности в какой **-**либо сфере и для обозначения связного текста в совокупности с экстралингвистическими - прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами.
2. Дискурс СМИ это сложное коммуникативное явление, нацеленное на формирование общественного мнения, включающее текст как вербализованный результат речи, контекст - ситуативный и социокультурный, а также специальные языковые средства и коммуникативные стратегии, отвечающие целям и задачам дискурса. Публицистический дискурс является одним из типов медиа-дискурса. Центральной единицей данного дискурса является публицистический текст, который обладает политико-идеологическим модусом формулирования текста.
3. Современный британский дискурс подразумевает наличие двух типов дискурса - дискурс «качественной прессы» и дискурс популярной прессы. Темами «качественных» газет в основном становятся внутриполитические и международные проблемы. Подача материала происходит согласно политической приверженности газет.
4. Ситуация политического противостояния часто возникает в обществе и находит свое отражение в прессе. В качестве примера был взят Шотландский референдум. СМИ Великобритании в ходе подготовки к референдуму 2014 года агитировали за сохранение/выход Шотландии из состава Соединенного Королевства.
5. Основной функцией публицистического дискурса в описании политического противостояния является функция воздействия. Для выполнения данной функции, журналисты используют коммуникативные стратегии и способы речевого воздействия, которые в данной работе рассматриваются как тактики (убеждение, внушение, побуждение), которые реализуются посредством языковых средств и риторических приемов.
6. Дискурсивные маркеры являются особыми языковыми единицами, которые классифицируются на основании функциональных критериев. ДМ обеспечивают грамматическую и смысловую цельность дискурса, организуя тем самым его смысловую связанность, которая помогает построить логику высказывания и убедительно структурировать идеи.

**Глава II. Лингво-дискурсивный анализ ситуации политического противостояния в британском публицистическом дискурсе**

**2.1. Дискурсивный анализ стратегий, реализуемых в ситуации политического противостояния**

**2.1.1. Анализ глобальных коммуникативных стратегий**

Исследование проводилось на материале интернет-версий качественных многотиражных газет Великобритании, каждая из которых, представляла определенные политические интересы. Нами было проанализировано 50 статей особой тематики (публикации о Шотландском референдуме за 2012-2014 период).

В качестве примера ситуации политического противостояния в современном британском публицистическом дискурсе, мы выбрали Шотландский референдум. СМИ активно публиковали большое количество статей, посвященных проблеме отделения Шотландии. В связи с этим мы предполагаем, что английские и шотландские газеты будут по-разному отражать данную ситуацию. Выступая «за» или «против», британские СМИ использовали ряд стратегий с целью сформировать или в значительной степени повлиять на имеющееся у читателя мнение.

Авторы статей, которые выступали за выход Шотландии из состава Великобритании, придерживались **глобальной** **стратегии манифестации национальных интересов**. Данная стратегия подразумевает интенцию представить Шотландию как самостоятельное отдельное государство. С приходом к власти нового министра Шотландии, Алекса Салмонда, тема об управлении собственной страной, независимой от других, стала постоянно появляться в прессе. Авторы статей, которые поддерживали выход Шотландии из Великобритании, писали о многочисленных плюсах независимости: вхождение в ЕС, бесплатное образование, медицинское обслуживание, дома для престарелых; голос в ООН, ликвидация ядерного оружия с берегов Шотландии. Кроме того, жители страны наконец-то смогли бы сами решать вопросы по внутренней и внешней государственной позиции.

Еще с началом проведения дебатов, стратегия сохранения национальной идентичности была отвергнута националистами. Поэтому в прессе, практически отсутствовали статьи посвященные патриотизму. Это объясняется тем, что сепаратисты хотели противопоставить рациональный подход приведения доводов в пользу независимости, эмоциональному давлению на общественное мнение (Gutiérrez-Peris 2013).

В качестве примера глобальной стратегии манифестации национальных интересов, рассмотрим статью **‘Better off out of it: a slogan whose time has finally come’** репортера Иэна Бэлла (Ian Bell), газета The Herald Scotland. Иэн Бэлл пытается разобраться в финансовом вопросе Шотландии, в случае ее выхода из Великобритании. Он рассматривает две точки зрения – просоюзников и националистов, склоняясь на сторону последних. В статье представлены ссылки на документы, описывающие экономическое состояние Шотландии на момент нахождения в составе Соединенного Королевства. Автор приходит к мысли о том, что Вестминстер неравномерно распределял доходы от нефти Шотландии и совершил большую ошибку – не создав нефтяной фонд, который мог бы обеспечить страну благосостоянием на долгие годы. Тем самым, автор убеждает нас в том, что Лондон неправильно распоряжается прибылью Шотландии, поэтому Шотландия должна сама управлять своими доходами и самостоятельно вести дела. А это возможно только в одном случае – будучи независимой страной.

1. <…> "Scotland's Economy: the Case for Independence", is dedicated to a pair of propositions that are not held to be contradictory. First, the country has considerable economic strength; secondly, the economy is being hobbled by an inept Westminster.

<…> The First Minister notes our long-term growth rate has lagged behind the UK; economic performance has trailed behind that of other countries of a similar size; and the gap between rich and poor has been widening.

<…> The paper adds that the failure by London governments to establish an oil fund was one of the bigger historical mistakes. The point is difficult to contest. There is no Scottish or British oil fund.

<…>The paper also assails credit booms, debt orgies, rising income inequalities, the absurd imbalances that place London at the heart of economic activity, and the mad obsession with austerity at all costs. There should be plenty in that lot for a Unionist to address.

<…>Westminster failed to establish the oil fund. Westminster – perhaps even a Labour Chancellor – cut capital spending, let banks, credit and inequality run wild, and adheres now to austerity despite a mountain of contrary evidence. None of this was made in Scotland.

<…> The First Minister is undoubtedly right when he insists Scotland is in better shape than some Unionists would have you believe.

В свою очередь, те, кто выступали за сохранение Шотландии в составе Великобритании, прибегали к глобальной коммуникативной стратегии самосохранения нации. Под данной стратегией, мы имеем в виду совокупность речевых приемов, направленных на убеждение читателя в необходимости сохранения Шотландии в составе Великобритании. В ходе нашего исследования, мы выявили, что большинство английских и шотландских газет имплицитно выражало свое мнение относительно Шотландской независимости. Тем не менее, в газетах часто печатались высказывания про-союзников, мнения экспертов из разных областей, а также приводились данные социологических опросов, в которых говорилось о большем перевесе голосов в пользу кампании за сохранение Шотландии в составе Великобритании. Про-союзники негативно отзывались о времени проведения референдума и относились с долей скептицизма к действиям партии SNP. Среди скептиков были экс премьер-министр Великобритании, Гордон Браун, уроженец Шотландии, (‘Gordon Brown’s Pro-union speech in full’, Scotsman 2012), а также редакторы таких газет как The Guardian (‘Dreams and realities’ 2012) и The Herald Scotland (‘Banish defeatism and win the referendum’ 2013). Известные финансисты и экономисты, Джордж Осборн, Алистэр Дарлинг и Иэн Вуд (The Telegraph 2014) подвергали сомнению возможность Шотландской партии сохранить фунт, тем самым говоря о больших экономических проблемах, которые могут возникнуть при выходе Шотландии из страны. Политологи, Джоухэн Лэмэнт, Пол Мартин, Кэтрин Стайлер, Руф Дэвидсон, Ричард Бейкер (The Guardian 2012) проявляли недоверие к политической программе шотландских властей по отделению Шотландии от Великобритании. На основании анализа газетных статей, посвященных исследуемой проблематике, внутри глобальной стратегии самосохранения нации представляется возможным выделить локальные коммуникативные стратегии, такие, как стратегия дискредитации, стратегия выражения скептицизма и стратегия репрезентации национальной значимости, которые реализовывались с помощью определенных тактик. Тем самым, с помощью коммуникативных стратегий и тактик (убеждение, внушение, побуждение), авторы статей указывали на отрицательный исход возможного отделения Шотландии, имплицитно воздействуя на мнение читателей.

Таким образом, те представители СМИ, которые были за идею о независимости и те, кто были против, считали свою позицию единственно верной и пытались в рамках публицистического дискурса воздействовать на читателя. Журналисты хотели убедить в своем мнении, описывая преимущества своей позиции и критикуя сторону противника с помощью коммуникативных стратегий и тактик, выраженных языковыми средствами, анализу которых посвящено данное исследование.

**2.1.2. Анализ локальных коммуникативный стратегий**

В рамках глобальной стратегии самосохранения нации нами был выделен ряд локальных коммуникативных стратегий. Одной из наиболее значимых локальных стратегий является **стратегия дискредитации**. Стратегия дискредитации («дискредитация» - «подрыв доверия к кому-л., чему-л., умаление чьего-л. авторитета, достоинства, значения» (новый словарь 2001:147)) направлена на политических конкурентов и используется для разрушения положительного образа или акцентирования имеющегося отрицательного образа «оппонента». Мотив стратегии - разобраться в сложившейся ситуации, найти виновников ее усугубления и указать на это читателю (Антонова 2007).

В случае с Шотландским референдумом, данная стратегия использовалась для того, чтобы сформировать негативное мнение о премьер-министре Алексе Салмонде, что в свою очередь способствовало осознанию идеи того, что Шотландия должна оставаться в составе Великобритании. Журналисты всячески пытались подорвать авторитет Салмонда в глазах общественности. Их главным аргументом стала ситуация, в которой главе шотландской национальной партии (SNP) пришлось признать, что вступление Шотландии в Евросоюз не может произойти автоматически, как было обещано в предвыборной кампании партии, а прохождение всего пути с самого начала могло потребовать немало времени. Противники резко отреагировали на это, признав премьер-министра ненадежным лидером и обвинив его в обмане избирателей (Gutiérrez-Peris 2013).

В качестве примера рассмотрим статью ‘**In Salmond, we no longer trust’**, написанную ответственным редактором газеты The Scotsman, Биллом Джеймисоном (Bill Jamieson). Автор статьи пытается разобраться в поведении премьер-министра. Он пишет о том, что изначально Алекс Салмонд заставил поверить общественность в то, что членство Шотландии в ЕС будет гарантировано, если страна отделится. Затем, он убеждал в том, что его заявление об автоматическом вступлении ЕС имело юридическое подтверждение. Когда стало известно о том, что юридической консультации по этому вопросу сделано не было, Бил Джеймисон ставит вопрос о моральности данного поступка первого министра страны.

**(2)** <…>Before yesterday, I thought I had a fairly clear idea of what Alex Salmond told me about Scotland’s position with regard to the European Union in the event of independence. This was that Scotland’s membership would be continued, we would not have to reapply as a totally new state, that legal advice had been given from the Scottish Government’s law officers.

<…> This has been the perceived Scottish Government position for months. Questions seeking clarity on the position of our EU membership were met with this broad response and – as is the First Minister’s wont – often delivered with a world-weary shake of the head and condescending chuckle. Could not his opponents accept these simple facts? Would they never tire of scaremongering? There is no need to worry. We would not need to reapply and sign up to join the euro.

<…>According to Nicola Sturgeon, the Deputy First Minister, in a statement to the Scottish Parliament on Tuesday, the administration has only just begun seeking specific legal advice. “The Scottish Government,” she said, “has previously cited opinions from a number of eminent legal authorities, past and present, in support of its view that an independent Scotland will continue in membership of the European Union – but has not sought specific legal advice”.

Is this just me? Or are we being treated to a display of semantic somersaults designed to disguise the fact thatthe First Minister has misinformed the Scottish Parliament, his own supporters and the Scottish nation?

Далее, редактор подчеркивает, что именно из-за таких людей как Салмонд, люди перестают верить политикам. Он подчеркивает, что человек, который начинает свою карьеру со лжи, не должен управлять страной.

<…>It is just this playing fast and loose with the truth that turns people off politics and corrodes trust in politicians. It makes everyone feel mugs for believing the First Minister in the first place.And on such an important issue as this – who really governs us –this is a highly dangerous game to play.

<…> Trust is a finite quality in politics. Time and again the First Minister will need to say to the Scottish people on this and other issues: “Trust me; you know I will not deceive you.” But who is going to trust Alex Salmond now, having been caught out in such a cheap lie? And in this he has just cost the independence cause dear. Who now is going to believe what he says without double and triple-checking every jot and tittle of his pronouncements? Little wonder this week is being seen as quite the most damaging for the First Minister. But by his own fancy-footing, he has tripped up and brought condemnation upon himself. Who would trust the word of the First Minister now – on this, or on anything?

Таким образом, при помощи навешивания ярлыка лжеца и выставления Алекса Салмонда в невыгодном свете, журналист акцентирует внимание читателей на отрицательном образе премьер-министра.

Помимо локальной стратегии дискредитации, противники независимости Шотландии прибегали к **стратегии выражения скептицизма**. Скептицизм - муж., греч. сомнение, доведенное до правила, до учения; искание истин путем сомнения, недоверия, даже к очевидным истинам (Толковый словарь Даля 2008).

Как уже было упомянуто, скептицизм СМИ проявлялся по отношению экономических и политических планов партии SNP. В силу того, что экономический вопрос являлся одним из решающих и в значительной степени влиял на исход голосования, журналисты – про-союзники посвящали свои статьи оценке возможного экономического кризиса, который был неизбежен в случае признания независимости Шотландии. Речь шла о государственном долге независимой Шотландии в 143 миллиарда фунтов стерлингов, а также о лишении права использовать британский фунт стерлингов в качестве валюты. Помимо финансовой неопределенности возникал вопрос о национальной безопасности. При получении независимости, представители партии SNP объявили о том, что они хотели бы войти в состав Альянса НАТО. Это заявление вызвало резонанс в прессе и среди некоторых членов партии SNP, т.к. одной из главных линий политической программы за независимость был отказ от ядерного оружия на территории Шотландии.

В качестве примера, обратимся к статье **‘When will the penny drop for Alex Salmond?’** газеты The Telegraph. Политический корреспондент, Алан Кочрэн (Alan Cochrane) пишет о недавних теледебатах, которые проходили между Алистером Дарлингом, британским политиком, и Алексом Салмондом, шотландским премьер-министром. Автор статьи акцентирует свое внимание на проблеме будущего Шотландской валюты. Премьер-министр Шотландии апеллировал к тому, что фунт стерлингов по праву принадлежит шотландцам (так же, как и всем остальным жителям Великобритании) и они могут оставить его в случае отделения (План А). Автор считает это маловероятным, т.к. большинство главных британских экономистов выступают против того, чтобы делить фунт стерлингов с независимой Шотландией. На этот счет у Салмонда было три «плана Б». Алан Кочрэн разбирает каждый план и выражает сомнение по поводу положительного исхода для Шотландии. При гибком курсе независимой шотландской валюты (План Б1), возникнет бюджетный дефицит, который будет стимулировать спекуляции на финансовом рынке; при привязки курса независимой шотландской валюты к фунту (План Б2), у Шотландии не будет достаточных резервов и она не сможет сохранить курс, т.к. экономика Шотландии будет зависеть от нефти; Если независимая Шотландия будет продолжать использовать фунт без поддержки Банка Англии (План Б3), то в случае финансового кризиса Банк Англии не окажет экстренного финансирования, т.е. никто не напечатает деньги.

**(3)** <…> Nowhere was this more obvious than on the currency issue. Hammered in the last debate for not having a Plan B, or alternative proposal, if an independent Scotland is not allowed to share sterling with the rest of the UK, Salmond grinned and said he had three Plan Bs this time – a flexible independent currency; linking an independent Scottish currency to sterling; or simply continuing to use the pound without Bank of England backing.

<…> Then Salmond claimed what he clearly thought was his biggest win. In fact it was his biggest deceit. He said – and was still saying yesterday – that as an internationally traded currency the pound could be used by anyone.

<…> Scotland’s currency crisis. Salmond’s Plan A is to demand the use of sterling – no matter what the English, Welsh and Northern Irish say. Reality Check – All the main party political leaders in Britain insist that they will not share sterling, as has the Labour First Minister of Wales. But in the debate he said he had not one but three Plan Bs. One economist described them last night as 'bluff, bluster and blackmail’.

Plan B1: An independent Scottish currency with a flexible exchange rate. Reality Check – Scotland would start life with a budget deficit that would make it vulnerable to speculative attack. The threat will complicate any efforts to spend more on areas like health care – especially as Scots depend on volatile oil revenues.

Plan B2 – An independent currency with an exchange rate fixed to sterling. Reality Check – The fear here is that, as in B1, Scotland wouldn’t have sufficient reserves and wouldn’t be able to maintain the rate and with an economy heavily dependent on oil it would become a petro-currency whose value varied widely.

Plan B3 – To use the pound without a formal currency union agreement with the rest of the UK – so called sterlingisation. Reality Check – Without support from the Bank of England, Scotland would be in a similar situation to Ecuador, El Salvador and Panama. These South American economies use dollars but have no back-up from Washington or the US Federal Reserve. In the event of a financial crisis, no one would bail them out, and they would not be able to print any money as they don’t control the currency.

В ходе полемики были также затронуты такие темы как доходы от нефти, здравоохранение и ядерное оружие. Цитируя слова Алекса Салмонда, автор выдвигает свои возражения по всем аспектам.

What of other major issues? On North Sea oil and gas revenues, Salmond said that any country would be delighted to have Scotland’s fossil fuel wealth, adding: “It cannot be regarded as anything other than a substantial asset.” No one disputes this. The problem, of course, comes when spending plans are based on having a great deal of oil revenue, and only a fair amount arrives. Darling noted that the SNP has been overestimating such revenues to the tune of £5 billion a year. Now that really is a substantial amount – of shortfall, though, not asset. Worse, Sir Ian Wood, who has made around £1 billion from his North Sea enterprises, predicted only last week that oil revenue would diminish sharply in the next 20 years and could be gone by 2050.

Salmond claimed that cuts in the NHS budget in England were having a knock-on effect in Scotland. Hang on. Health has always been the responsibility of Scottish ministers and could not be privatised from London. And as Darling pointed out, spending is actually increasing in England, with corresponding extra cash, through the block grant, for Scotland.

On nuclear weapons, the SNP leader repeated his pledge that Trident could be expelled from its Faslane base on the Clyde within five and a half years, even though the best estimates are that it would take 20 years to move the warhead storage facilities at nearby Coulport. What about the related jobs? He said that he would build up “very substantial” onshore employment in that area and would also create a “considerable” Scottish navy. Well, it would have to be very considerable to compete with the 8,000 jobs at the base – a number which will no doubt increase when the entire Royal Navy submarine force is transferred there.

Таким образом, с помощью логических доводов, политический обозреватель пытается вызвать у читателя скептицизм по отношению к основным положениям политики и экономики независимой Шотландии.

В рамках глобальной коммуникативной стратегии самосохранения нации также рассматривается **стратегия репрезентации национальной значимости**. В фокусе данной стратегии было привлечь внимание общественности к знаменательному событию, которое происходили в Великобритании в 2012 году – Олимпийские игры. Журналисты освещали данное мероприятие с особой частотностью для того, чтобы повысить уровень британского патриотизма. Согласно данным газеты The Telegraph, количество людей, живущих в Шотландии, которые выбрали звание британца в 2012 году в опросе об идентичности, возросло с 15% до 23%, в то время как звание шотландца упало с 74% до 65%. Профессор Джон Кертис, соучредитель опроса по шотландским социальным отношениях, указал, что возрождающаяся «бритишнес» (britishness) помогла кампании про-союзников (Telegraph 2014).

Для иллюстрации примера данной стратегии проанализируем статью Саймона Джонсона (Simon Johnson) **‘Sir Chris Hoy rules out separate Scottish and British Olympic squads’** газеты The Telegraph. Статья посвящена выдающемуся велогонщику, Крису Хою. Хой стал шестикратным олимпийским чемпионом, завоевав золотую медаль в Лондоне в дисциплине кейрин. В разгаре политических дебатов по поводу выхода Шотландии из страны, Саймон Джонсон касается темы идентичности олимпийца Криса Хоя, который является уроженцем Эдинбурга. Автор указывает на то, что сам Хой считает себя и шотландцем, и британцем. Он гордится быть частью команды Великобритании на Олимпийских играх и не скрывает радости за английских, уэльских и североирландских спортсменов, считая, что только вместе они смогли добиться большого успеха на играх в Лондоне.

**(4)** The country’s greatest Olympian expressed his pleasure at competing alongside athletes from the rest of the UK. He said he was “frustrated” in getting drawn into the political battle over the SNP’s plans to create a separate Scotland but concluded that he was “very proud” to be part of Team GB.

<…> Asked by Channel 4 News about the potential end of Team GB, Sir Chris said: “I’m British. I’m Scottish and British. I think you can be both – they are not mutually exclusive.

“All I can say is I’m very proud I’ve been part of this team, to be part of the British team, to be alongside my English and Welsh and Northern Irish, guys on the Isle of Man – everybody. “It’s been a great team and I’m proud to be part of it.”

Журналист также пишет о том, что знаменитый велогонщик не видит смысла в делении команд на команду Великобритании и команду Шотландии, т.к. на северном побережье нет необходимых условий для спортивных тренировок.

He similarly rejected Mr Salmond’s plans for a separate team after winning three gold medals at the 2008 Beijing games. The cyclist, who is based in Manchester, said there were not the necessary training facilities north of the Border.

The 36-year-old was selected as the flag bearer for Team GB at London’s opening ceremony, prompting Mr Salmond to issue a press release congratulating him without naming the team.

Завершая статью, новостной обозреватель приводит слова Дэвида Маклетчи, пресс-секретаря Консервативной партии в Шотландии, который говорит о том, что шотландцы являются британцами и горды этим, и только Шотландская Национальная Партия заставляет людей делать ненужный выбор.

<…> David McLetchie, Scottish Tory constitution spokesman, said: “Sir Chris Hoy has hit the nail on the head.“We are Scottish and British, and proud to be both. It is the SNP that is forcing people to make this wholly unnecessary choice.”

Таким образом, освещая материал, посвященный победе шотландского спортсмена, который гордится быть шотландцем и британцем, автор реализует стратегию репрезентации национальной значимости, подчеркивая идею «вместе мы - сила».

Помимо Криса Хоя, журналисты также писали о национальной идентичности таких известных олимпийских спортсменов как Энди Маррей (теннисист), Скот Браш (конкурист), Брэдли Уиггинс (велогонщик). В прессе часто не акцентировали внимание на происхождении спортсменов, главным было то, что они все представляли одно государство - Великобританию.

Итак, проанализировав английские и шотландские статьи, рассмотренные нами в рамках глобальной стратегии самосохранения нации, в частности, в рамках локальных стратегий дискредитации, выражения скептицизма и репрезентации национальной значимости, мы пришли к выводу о том, что авторы статей, не прибегая к открытым призывам к сохранению целостного государства, аргументированно подводили читателя к мысли о том, что не стоит верить Шотландскому правительству во главе с Алексом Салмондом и голосовать за выход Шотландии из Великобритании.

Данные стратегии реализовывались с помощью коммуникативных тактик и языковых средств, которые будут подробно рассмотрены ниже.

**2.2. Лингво-прагматический анализ риторических приемов**

Коммуникативные стратегии осуществлялись с помощью таких тактик как убеждение, внушение и побуждение.

Рассмотрим тактики, которые были использованы в **локальной стратегии дискредитации**. Тактика убеждения была выражена имплицитно с помощью таких риторических приемов как идентификация с массовым читателем, идентификация с авторитетом и самопрезентация.

Используя прием идентификации с авторитетом, автор дает свою оценку происходящему через цитирование слов других людей. Приведем пример из статьи The Guardian, **‘Salmond accused of misleading Scots on EU membership’**, написанной Северином Кэреллом (Severin Carrell). Журналист цитирует мнение Пола Мартина, представителя шотландской партии лейбористов, который говорит об обмане Алекса Салмонда в том, что ему была оказана юридическая консультация по поводу вступления Шотландии в ЕС. Ранее премьер-министр заявлял об автоматическом вступлении и неоднократно отвечал, что он обсуждал этот вопрос со своим юристом.

**(5) Paul Martin MSP, Scottish Labour's business manager, said:** "It appears the first minister is a liar and used taxpayers' money to try to cover up his lies. [Alex] Salmond has started the debate on Scotland's future within the UK with barefaced lies that even embarrass his deputy."

Помимо Пола Мартина, того же мнения придерживались Кэтрин Стилер, представительница партии лейбористов, и Рут Дэвидсон, лидер партии консерваторов в Шотландии.

**Catherine Stihler**, the Labour MEP for Scotland whose first freedom of information request led to Salmond's legal challenge, **said**: "When I attended the court of session in September the Scottish government must have known that their legal advice was just a blank sheet of paper. Thousands of pounds later and now we are told they are seeking legal advice. You couldn't make it up; it's lies, lies and more damned lies."

**Ruth Davidson**, the Scottish Tory leader, stopped short of accusing Salmond of lying, but **said**: "This has been a cabinet cover-up right from the beginning, using taxpayers' money to try and hoodwink the Scottish people. This is conduct unbecoming of a first minister and his government and exposes the depths to which they will sink to realise their independence dream."

Корреспондент дает справку, на кого он ссылается для того, чтобы у читателя не возникало сомнений по поводу источника информации и его весомого аргумента. Завершая статью, автор также использует чужое мнение, которое он разделяет. Ричард Бейкер, член теневого кабинета лейбористов, использует неологизм 'scomnishambles', который состоит из двух слов ‘scotland’ и ‘omnishambles’, говоря о полном беспорядке (omnishamble) в шотландском правительстве.

**Richard Baker,** a Labour shadow minister, **said**: "Tuesday was a three-part 'scomnishambles' for this government."

К идентификации с «имплицитными» авторитетами прибегало большое количество журналистов. Авторы стремились подкреплять свое мнение с помощью приведения статистических данных. Использование такого риторического приема служит для большей убедительности адресанта. Рассмотрим пример из статьи **‘Target Salmond’** газеты The Herald Sunday, шотландского политического обозревателя, Тома Гордона (Tom Gordon). В статье освещается скандал, связанный с обманом Алекса Салмонда по поводу юридической консультации по вопросу с ЕС. После данного инцидента журналист говорит о том, что популярность премьер-министра начала резко падать. В качестве доказательства своих слов, он приводит статистические данные.

**(6)** Salmond's net satisfaction rating – the difference between those approving and disapproving of how he does his job – has nosedived. Last December it was plus 35 **(62% satisfied against 27% dissatisfied), but in January it was +22, in June +13, and this month it's +10.**

Наличие приема идентификации с массовым читателем указывает на стремление адресанта склонить на свою сторону адресата. В качестве примера, мы можем взять статью Юина Маккольма (Euan McColm) The Scotsman ‘**Salmond both a formidable asset and the greatest challenge to Yes cause’**, посвященную персоне Алекса Салмонда, в которой дается негативная характеристика шотландского премьер-министра. В статье говорится о нечестном поведении премьер-министра Шотландии, Алекса Салмонда, который всю свою политическую карьеру проявлял себя как слабый и самонадеянный политик. Более того, автор пишет о том, что Салмонд обманул общественность, сказав, что вступление Шотландии в Евросоюз произойдет автоматически. Корреспондент подчеркивает этот эпизод, используя референтное употребление инклюзивного местоимения we с конкретизаторами (saw) для того чтобы читатель разделил его мнение.

**(7)** Last week, **we** saw the SNP leader at his bluff and blustering worst. It was a reminder of one of the greatest threats to the “yes” campaign: Alex Salmond, the statesman, being fatally undermined by Alex Salmond, the man.

Журналист также делится личным опытом данного события. Он сам помнит слова Алекса Салмонда о существовании юридической консультации по вопросу ЕС в интервью с Эндрю Нилом. Создавая эффект соучастия, корреспондент оперирует таким риторическим приемом как самопрезентация для усиления воздействия на адресат.

**(8) I remembered** those briefings last week as the First Minister flailed about, attempting to defend his conduct over the issue of legal advice on an independent Scotland’s membership of the European Union. After telling Andrew Neil during a BBC interview that he had sought advice from Scottish Government law officers on the matter, and then presiding over a costly attempt to keep any details of this ¬secret, Salmond – through a statement to parliament by his deputy Nicola Sturgeon – admitted no such legal advice existed.

Кроме того, Юин Маккольм пишет вступление статьи в стиле сказки о высокомерном и напыщенном политике, использую тактику внушения посредством языковой игры – иронии. Используя номинацию, эпитеты, парцелляцию, автор создает комический образ главного героя, упоминая в конце своего повествования, что этим героем является следующий премьер-министр Шотландии. Интенция адресанта состоит в том, чтобы представить Алекса Салмонда в невыгодном свете и показать, что он не заслуживает серьезного разговора.

**(9)** ‘Here was a **practitioner of the dark political arts**, enthusiastically selling a candidate whilst employing the most ­relentlessly negative language. The politician in question was **arrogant**, **cocky**, sometimes **careless**, and frequently given to ignoring the advice of others, admitted the spinner. Yes, he had a temper too. A bad one. But he’d changed. And, not only but also, he was going to be the next First Minister of Scotland.’

Таким образом, авторы статей пытались подорвать доверие читателей к главе Шотландского правительства, воздействуя на аудиторию с помощью языковых средств, используемых в коммуникативных тактиках в рамках локальной стратегии дискредитации.

При описании **стратегии выражения скептицизма,** журналисты использовали коммуникативные тактики убеждения, внушения и побуждения.

Убеждение было представлено с помощью риторических приемов идентификации и самопрезентации. Идентификация с массовым читателем представлена в статье **‘How can Salmond argue Scotland shouldn’t have its own currency?’** газеты The Independent. Доминик Лоусон (Dominic Lawson), политический обозреватель, использует местоимение ‘you’ для того, чтобы создать у читателя атмосферу личного общения. Рассуждение автора по поводу нестабильной валютной политики независимой Шотландии подается от лица читателя (you-attitude). Воздействие автора происходит за счет приписывания потенциальных мыслей читателю о том, что правительство Шотландии, которое изначально говорило об использовании евро в качестве национальной валюты, поменяло свое мнение в пользу фунта стерлингов.

**(10) You** would think that Alex Salmond – and indeed the entire Scottish National Party of which he is such a formidable leader – would want to regain monetary independence, as part of a successful campaign for full self-government. Amazingly, **you** would be wrong. While necessarily reversing (with accustomed brazenness) his previous firm position that an independent Scotland would join the euro, Salmond’s campaigning position is now that the pound sterling would be retained, following a “yes” vote in the referendum.

В статье The Guardian **‘Alex Salmond gains slim SNP vote for joining Nato’** говорится о вопросе вступления независимой Шотландии в НАТО. Шотландский корреспондент, Северин Кэрелл (Severin Carrell) пишет, что большинство членов шотландской национальной партии поддержали предложение о вступлении независимой Шотландии в НАТО. Используя риторический прием идентификации с авторитетом, т.е. ссылаясь на слова представителей партии, автор выказывает свое мнение по поводу данной ситуации.

**(11)** The result was far narrower than SNP leaders had expected, after **numerous delegates said** it would be hypocritical to join Nato while upholding the party's historic opposition to nuclear weapons, with the UK's nuclear arsenal based on the Clyde near Glasgow.

**Jamie Hepburn, the MSP for Cumbernauld**, was one of at least a dozen MSPs who opposed Nato membership. He said it was immoral to reject nuclear weapons in Scotland but then join an alliance that had a nuclear first strike at the core of its military strategy. "Where's the morality in asking to rid of the nuclear weapons we abhor but shelter under the umbrella of an alliance which uses them?" **Hepburn said.**

Как мы видим из примеров, автор поддерживает мнение о том, что возможное вступление Шотландии в НАТО будет выглядеть лицемерным и аморальным со стороны партии SNP.

**The Ministry of Defence** **suggested** this week in evidence to the Commons defence committee that it would prevent an independent Scotland from joining Nato. The alliance's rules would require Scotland to reapply to join; it would not gain automatic membership.

Также, при помощи идентификации с именным авторитетом (министр обороны), публицист напоминает о том, что вступление Шотландии в НАТО займет время. Тем самым, автор подвергает скептицизму правдивость высказывания партии SNP по вопросу безопасности.

Риторический прием самопрезентации представлен в статье газеты Scotsman **‘SNP sells out and says yes please to donations’**, в которой шотландский обозреватель Тейвиш Скотт (Tavish Scott) пишет с долей скептицизма о предвыборной кампании партии SNP (Yes Scotland), которая заявила о принятии пожертвований из любой точки мира. Он связывает такую меру с проблемами шотландской национальной партии (SNP): отсутствие юридической консультации премьер-министра Шотландии по вопросу вступления в ЕС, а также дальнейшее бюджетное сокращение расходов на образование.

**(12)** The Yes campaign has been holed by a serious of self-inflicted political disasters. Ministers have been caught misleading parliament. The public do their politics by impression, nuance and tone. They know that this Teflon government is not so non-stick anymore. The details of legal advice on EU membership, the cutting of the further education budget and the missing of binding climate change targets miss most of us. <…> **I suspect** senior SNP strategists are thinking not of 2014 but 2016. Then they have to face the electorate as a government who have lost both a referendum and a record of competence. No wonder they are stockpiling money.

Помимо тактики убеждения, в статье используется тактика внушения, которая осуществляется за счет скрытой оценки. С помощью метафоры **(13) this Teflon government is not so non-stick anymore**, журналист сравнивает Шотландское правительство со сковородой, чье покрытие уже не такое антипригарное как прежде, т.е. политика правительство уже не такая чистая и идеальная.

Примером тактики побуждения послужило интеррогативное лексико-семантическое оформление (риторический вопрос) (Шелестюк 2008). Например, в статье The Independent **‘How can Salmond argue Scotland shouldn’t have its own currency?’** Доминик Лоусон (Dominic Lawson), используя риторический вопрос, эмоционально выражает свое сомнение по поводу благоприятных прогнозов по поводу валюты Шотландии, в случае признания ее независимым государством.

**(14) Yet if Salmond and his party are right on their figures and forecasts, why on earth do they shy away from the idea of an independent Scotland having its own currency?**

Проанализировав статьи, отнесенные нами к стратегии выражения скептицизма, мы можем отметить, что журналисты эксплицитно и имплицитно выражали свое недоумение и порой недовольство по отношению к действиям Шотландской партии, используя разные тактики, чтобы повлиять на мнение читателя.

Тактика убеждения в рамках **локальной стратегии репрезентации национальной значимости** была представлена посредством риторического приема идентификации. Рассмотрим пример в статье **‘Chris Hoy hailed as Scotland's most successful Olympian’** газетыThe Observer (воскресная газета The Guardian). В своей статье Кэролайн Дэйвис (Caroline Davies) пишет о блестящих выступлениях двух шотландских спортсменов, Криса Хоя и Роса Эдгара, которые взяли золото и серебро на Олимпиаде. В заключении своей статьи, обозреватель приводит слова Дэса Брауна, министра по делам Шотландии, который говорит о том, что Шотландцы горды тем, что Крис и Росс выступали в сборной команде Великобритании. Тем самым автор разделяет мнение министра. При помощи приема идентификации с именным авторитетом, журналист вуалирует свою точку зрения о том, что шотландцы испытывают гордость за своих спортсменов, которые выступают за сборную команду Великобритании.

**(15) Scottish Secretary Des Browne** also congratulated Hoy and Edgar. **He said:** <…> ‘It is a great source of pride to all of us in Scotland that Chris and Ross are among the many Scots competing as part of Team GB.'

Еще одним примером тактики убеждения может послужить статья The Guardian **‘London 2012: Andy Murray holds his nerve to win gold against Roger Federer’** Стивена Мосса (Stephen Moss). В статье говорится о сокрушительной победе шотландского теннисиста, Энди Маррэя, над первой ракеткой мира, Роджером Федерером. Автор отмечает, что данное событие стало по-настоящему знаменательным для британцев, т.к. золотая медаль Энди Маррэя в мужском одиночном олимпийском турнире стала для Великобритании первой в этом разряде за 104 года. Далее он ссылается на слова самого Маррея, который говорит, что на его игру повлияли болельщики, а также атлеты сборной команды Великобритании. С помощью идентификации с именным авторитетом, журналист выражает свое мнение по поводу данного события. В данном случае, он подчеркивает важность, поддержки команды единой страны (Team GB) и ее болельщиков, без которых теннисист не получил бы свою олимпийскую золотую медаль.

**(16)** Afterwards, **he said** he had been inspired by both the crowd and the performances of his fellow athletes in Team GB. "I watched the athletics last night, and it gave me a boost coming into today. The momentum the team's had the last couple of days has been so good."

Далее, публицист пишет о новой волне национальной гордости. Тактика внушения в данной статье была реализована с помощью элемента языковой игры, иронии. Упоминая о большом количестве британских флагов на корте, он говорит о непростой для шотландского премьер-министра неделе, который пропагандировал болеть за шотландскую сборную, отдельно от британской. Более того, автор иронизирует над тем, что флаг с косым «Андреевским» крестом, историческим символом Шотландии, был нарисован у небольшого числа людей, которые, тем не менее, сидели на большом государственный флаге Соединённого Королевства.

**(17)** Murray Mount was a sea of union flags, and there was hardly a saltire in sight - this has been a tricky week for Alex Salmond, with a vibrant new Britishness born before oureyes. **The only St Andrew's crosses visible were painted on the faces of a family who had travelled down from Edinburgh, and even they were sitting on a large union flag.**

Таким образом, используя тактики убеждения и внушения в рамках локальной стратегии репрезентации национальной значимости, журналисты рассуждают о новой волне британского патриотизма, которая появилась на Олимпийских Играх 2012.

При анализе **глобальной стратегии манифестации национальных интересов**, были обнаружены тактики убеждения, внушения и побуждения. Тактика убеждения была реализована с помощью таких риторических приемов как идентификация и самопрезентация.

Рассмотрим примеры тактики убеждения и тактики побуждения в статье ‘**The Sunday Herald's view: the prize for Yes is a better country...it is as simple as that’** газеты The Sunday Herald. Газета The Sunday Herald стала единственной газетой, которая открыто заявила о своей поддержке идеи об отделении Шотландии от Великобритании. Данная статья выражает общее мнение редакции о том, почему Шотландия должна стать независимым государством.

Корреспондент стремится к тому, чтобы его мнение было максимально одобрено читателем, поэтому он использует идентификацию с общепринятым мнением. В данном примере, употребляется отрицательное местоимение «no one» для того, чтобы сложилось впечатление, что данное мнение разделяет все члены общества.

**(18) No-one** should find the decision easy. There is nothing simple, clean, or clinical about ending a union that has endured for better than three centuries. Nevertheless, having considered the arguments, the Sunday Herald sincerely and emphatically believes that the best outcome is a vote for independence.

Автор понимает, что принятие решение выхода Шотландии из состава Соединенного Королевства ни для кого не будет простым, и, тем не менее, верит, что единственно верным вариантом будет голосование за независимость.

В заключении статьи используется воззвание, которое относится к тактике побуждения. С помощью эмоционального повтора создается обращение с призывом о том, настала пора подумать о чем-то большем во имя собственного блага. Подразумевается изменение статуса страны.

**(19)** Scots have never been afraid to astonish the world. A small country has made a habit of producing big thinkers. The Sunday Herald says that **it is time to think big once again**. **And to think for ourselves.**

В статье **‘The cat is out of the bag’** (Stephen Gethins) газеты The Scots Independent Стивен Гейфинс говорит о привлекательности Шотландии для зарубежных инвесторов. В стране находится множество международных компаний, заинтересованных в секторе финансовых услуг в Эдинбурге и Глазго, в запасах углеводородов на северо-востоке, в сфере продуктов питания и напитков по всей стране. В качестве доказательств правдивости своих слов, журналист приводит данные отчета по прямым иностранным капиталовложениям, которые за последнее время выросли на 49%. Таким образом, автор использует прием идентификации с имплицитным авторитетом для того чтобы убедить в истинности своего высказывания.

**(20)** A recent report for Ernst and Young showed that last year Foreign Direct Investment in Scotland rose **by 49% and sits at a 15 year high.**

В продолжение своей мысли о потенциале Шотландии, автор обращается к приему идентификации с массовым читателем. Использование референтного местоимения ‘we’ способствует особому восприятию информации. Журналист делает акцент на том, что Шотландия обладает всеми необходимыми условиями для построения стабильной экономики, которую останавливает контроль правительства Великобритании. Поэтому, пишет Стивен Гейфинс, только шотландцам под силу изменить это с помощью обретения независимости. Объединяясь с читателем, автор воздействует на его мнение.

**(21)** As Scotland continues to recover and **we seek** to build sustainable and fair economy **we need** to have the normal powers of Independence to achieve that. For although Scotland has been remarkably successful in attracting investment others will be doing all they can as well. Our partners are also our competitors. Similar sized countries to Scotland such as Ireland, Finland, Denmark and others across the EU and beyond will be doing all they can to build prosperity. Yet they are doing so with all the normal powers that Independence brings. **We have been successful** but in order to build a sustainable recovery, Scotland desperately needs Independence.

В статье **‘We Get It!’** газеты The Scots Independent журналистки Маргарет Гамильтон (Margaret Hamilton), рассматривается такой риторический прием как идентификация с именным авторитетом. В качестве авторитета выступает известная шотландская певица Энни Леннокс, которая восхищается возможностью Шотландии стать экологически-толерантной страной, свободной от ядерного оружия. Ссылаясь на мнение певицы, автор выражает свою позицию по поводу будущих перспектив, открывающихся перед Шотландией, в случае ее отделения.

**(22) Annie Lennox:** “<…> I think I can see some benefits to Scotland in a certain kind of way.”

**She went on**: “I wouldn’t like to see Scotland missing out on the bigger picture, but at the same time I think Scotland has missed out on things as a country.“I think Scotland could take a stand in a wonderful way, ecologically and morally and ethically. Scotland could stand for something in the way that Norway has done historically. We could say, this will be a country which is a nuclear-free zone and this will be a country which will tackle the issues like the depletion of the environment around the coastline, for example, and our fishing stocks are so depleted now we are going to have a no-take zone; this type of thing. I would love to see those things, the visionary things, in Scotland.”

Следующий пример иллюстрирует представление авторской точки зрения (самопрезентация). В статье **‘Young People and Yes’** газеты The Scots Independent говорится о молодом поколении, которое будет впервые принимать участие в референдуме. Журналист статьи рассуждает о том, какая перспектива ждет молодых людей, в случае, если Шотландия не выйдет из состава Великобритании. С помощью риторического приема самопрезентации, автор акцентирует внимание читателей на проблеме минимальной заработной платы молодых людей Великобритании, которая составляет небольшое количество денег. Он также указывает на то, что консерваторы хотят убрать пособия на детей до 25 лет. Сравнивая английскую и шотландскую молодежь, автор приходит к выводу о том, что если Шотландия не обретет независимость, молодым шотландцам придется столкнуться с тем, что они не смогут позволить себе образование.

**(23) I still find** it difficult to believe that there isn’t more outcry over the staging of the minimum wage (under 18s are entitled to £3.72/hr, 18-20 £5.03/hr and 21 and over £6.31/hr). The Tories are seeking to remove benefits from under 25s, and force young people back into their parent’s home. Young people in England are being priced out of education, and social mobility is retreating. Independence ensures that Scotland’s young people aren’t dragged down by that current, the only alternative to a lost generation.

Помимо представления авторской точки зрения, при самопрезентации автор воздействует на читателя посредством описания личного опыта. В статье **‘Fact, not Fiction’** газеты The Scots Independent, журналистка Клэр Эдэмсон (Clare Adamson) пишет о положении Шотландии в мире будучи частью Великобритании. Клэр Эдэмсон поднимает тему неравенства страны в плане распределения благосостояния, говоря о том, что Шотландия занимает первое место в этом списке в Европе. Затем, для подкрепления своей мысли, автор описывает событие, произошедшее в ее родном городе, а именно, закрытие металлургического завода Рэвенскрейга, которое привело к самому высокому уровню мужской безработицы в Европе, и все это благодаря тому, что управление страной велось из Вестминстера.

**(24) In my home town, after the closure of Ravenscraig, we had the highest male unemployment rate in Europe.** We have been drawn into illegal wars. It might have been Anne McGuire’s appearance on television that reminded me that we have recently endured the closure of Remploy factories across our country. I do not regard those as measures of success.

В статье ‘**SNP Government announce £114M investment in children’s future’** The Scots Independent наблюдается использование приема самопрезентации посредством самохарактеризации. Из данной статьи читатель узнает о политической принадлежности автора к партии SNP. Журналист пишет о своем выступлении в качестве представителя шотландской национальной партии, что способствует созданию положительного и авторитетного образа автора, чьим словам можно доверять.

**(25) I was delighted to be able to speak in the Parliamentary debate** on Tuesday 7th January on Scotland’s Future where Alex Salmond announced, as part of a £114 million package for young people over two years of age, that every one of Scotland’s P1 to P3 children will have the option of a free meal in school from January next year, improving health and wellbeing, increasing attainment and saving families at least £330 a year for each child. Moreover, the First Minister also announced that free childcare provision would also be expanded to every two year-old from a workless household in Scotland by August this year. <…> **In my speech I highlighted** how important universal benefits, like free school meals, are in tackling poverty and inequality.

Проанализировав тактики стратегии манифестации национальных интересов, мы пришли к выводу о том, что журналисты-националисты, описывая возможности независимой Шотландии, пытались вызвать интерес общественности к политической жизни страны посредством коммуникативных тактик, выраженных риторическими приемами.

Итак, проделав лингво-прагматический анализ, мы пришли к заключению о том, что наличие идентификации, самопрезентации, оценочности, языковой игры, воззвания и риторического вопроса, представленных в коммуникативных тактиках, послужило созданию наибольшего эффекта воздействия на эмоции и разум читателя.

**2.3. Семантический анализ дискурсивных маркеров**

Наряду с языковыми средствами и риторическими приемами, активно используются разнообразные синтаксические средства, которые также обладают высоким потенциалом в плане эффективного воздействия на массовую аудиторию. Дискурсивные маркеры создают эффект объективности подачи информации и служат средством коммуникативного ориентирования читателя.

Для исследования особенностей употребления дискурсивных маркеров в публицистическом дискурсе, мы посчитали необходимым классифицировать эти дискурсивные слова по семантическому основанию. За основу была взята классификация Брюса Фрейзера, который выделил 4 типа дискурсивных маркеров: маркеры смены топика, контрастивные маркеры, детализирующие маркеры, маркеры вывода (Fraser,1990). Первая группа ДМ - смены топика не использовалась авторами публицистических статей. В смысловом отношении, вторую группу маркеров (although, but, despite, however) можно охарактеризовать как выражающую противопоставление, третью (also, and) – соединение и четвертую (so, therefore) - причину и следствие.

Рассмотрим вторую группу ДМ – контрастивные маркеры. Для выражения контрастивности чаще всего авторы использовали маркер **but**.Например, в репортаже шотландского политического обозревателя, Саймона Джонсона (Simon Johnson), **‘Alistair Darling: Scotland faces nine-year wait to join EU’** газеты The Telegraph, идет речь о возможном отделении Шотландии от Соединенного Королевства и дальнейшем вступлении в Евросоюз. Первый министр Шотландии, Алекс Салмонд, считает, что Шотландия сможет отделиться и получить свои международные полномочия в марте 2016 года, спустя 16 месяцев после референдума. Шотландская национальная партия Салмонда утверждает, что независимая Шотландия останется в ЕС в результате переговоров, исключая априори другие варианты, а затем проведет референдум о присоединении к зоне евро. Бывший государственный секретарь по делам Шотландии, Алистер Дарлинг, отрицает быстрое решение данного вопроса, говоря о 8-9 годах, которые потребуются стране для того, чтобы стать независимой, а это может негативно сказаться на экономике и социальных аспектах жизни страны.

**(26)** The First Minister said this showed that Scotland could separate by March 2016, around 16 months after the independence referendum, and negotiate entry to the EU by the same deadline. **But** Mr Darling said the SNP (Scottish National Party) leader’s list contained only two nations that are EU members and even they had to wait an average of more than eight years after submitting their applications.

Наличие контрастивного маркера **but** указывает на противоречие предыдущему высказыванию. В данном случае, в противовес словам Алекса Салмонда выступает высказывание Алистера Дарлинга по поводу времени вступления Шотландии в ЕС в случае ее отделения. Логико-семантической функцией союза but в данном примере является корректировка или уточнение информации, что сопровождается смещением фокуса внимания в представлении событий.

В своей следующей статье **‘Margaret Curran accuses Alex Salmond of 'casual dishonesty'’** Саймон Джонсон пишет о возмущении Маргарет Керран (члена Лейбористской партии) поведением Алекса Салмонда по вопросу «автоматического» вступления Шотландии в ЕС. Ранее первый премьер-министр страны отчетливо говорил о том, что его юристы консультировали его по поводу процедуры вступления в ЕС, и уверял в том, что Шотландия «унаследует» свое членство в ЕС при выходе из состава Великобритании. Однако позже стало известно, что юридические советы не были предоставлены. Для передачи противопоставления предыдущему предложению, автор использует маркер контраста **however**.

**(27) However**, it later emerged he did not ask for any such advice until last month, after he and David Cameron signed the so-called ‘Edinburgh Agreement’ to stage the independence referendum.

Контрастивный маркер **although** используется для представления факта или идеи, которые противопоставляются другому факту или идее в предложении, делая первый менее достоверным. Пример с данным маркером представлен в политической статье газеты The Scots Independent **‘The True Cost of Trident’.** В статье акцентируется внимание на вопросе нахождения британских ядерных ракет на базе Фаслейн (Шотландия), в случае победы националистов на референдуме. Шотландские власти заявили, что они потребуют вывести программу ядерного сдерживания Великобритании "Трайдент" со своей территории. Представители консервативной партии посчитали, что в этом случае более 19 тысяч человек лишится рабочего места. Маркер **although** служит контрастом высказывания консерваторов, с помощью которого автор подчеркивает, что содержание базы дорого обходится стране и альтернативные рабочие места могли бы быть созданы в других областях, например, в образовании или здравоохранении.

**(28)** <…> No side have come up with recently is an over-estimated 19,000 jobs will be lost – **although** these jobs are for a weapons system that’s so vastly over-subsidised, that many, many more jobs could be created in health, education and local community initiatives than could ever be used to maintain Trident.

Для большего усиления степени противоречия предыдущему высказыванию, авторы прибегают к использованию двух контрастивных маркеров, стоящих друг за другом. Примером может послужить статья ‘**Leader SNP faces tough battle to claw back ground over EU’** газеты The Scotsmann, освещающая скандал, в который было вовлечено правительство Шотландии. На протяжении долгого времени правительство настаивало на том, что Шотландия, будучи частью Великобритании, является членом ЕС и ее отделение никак не повлияет на изменение статуса страны в Европейским союзом. Маркеры **but** и **although** вводятся для контраста этой мысли. Автор цитирует слова главы Европейской комиссии, Жозе Мануэла Баррозу, говоря о том, что любая страна, которая становится независимой, должна проходить стандартную процедуру голосования всех членов союза.

**(29) But although** he did not name any nation specifically, Mr Barroso says voting to become independent makes a territory a “third country”, outside the EU.

В статье **‘Bedroom Tax – an abomination’** газеты The Scots Independent говорится о спорном налоге на спальню. Автор статьи, шотландский министр по вопросам жилья и социального обеспечения Шотландии, Маргарет Бёрджесс (Margaret Burgess), пишет о возможных негативных последствиях введения налога на лишнюю спальню. Данный налог подразумевает уменьшение коммунальной субсидии по оплате аренды в жилье социального найма, если у домовладельца имеется избыточная жилплощадь. Т.е. теперь многие люди, которые живут в квартирах, где количество комнат превышает количество живущих в них человек, будут обязаны платить данный налог, либо искать квартиру с комнатами согласно количеству, проживающих в них. Проблема заключается в том, что налог не учитывает особые жилищные условия Шотландии. Около 78,000 человек придется переехать в однокомнатные квартиры, для того чтобы избежать штрафа. Но, таких квартир не хватает на всех. Дальнейшее употребление автором статьи маркера **despite** подчеркивает, что, несмотря на то, что правительство Шотландии пыталось обжаловать реформу о налоге на спальню, тем не менее, он уже приведен в действие. Контрастивный маркер **despite** указывает на то, что одно из двух явлений существует вопреки другому.

**(30) Despite** our ongoing campaign against the bedroom tax, it has, unfortunately come into force, **and** we are doing all we possibly can to mitigate its impact.

В данном примере помимо контрастивного маркера **despite**, мы видим, употребления дискурсивного маркера **and**, который относится к группе детализирующих ДМ. В данном примере ДМ **and** представлен в контрастивном окружении, т.е. его значение подобно маркеру but. Автор использует **and** для того, чтобы противопоставить новое высказывание предыдущему, говоря о том, что Шотландия пытается сделать все возможное, чтобы смягчить негативные последствия, которые могут быть вызваны введением налога.

Детализирующий маркер **also** был использован публицистами с целью добавить новый факт или идею к сказанному ранее. В репортаже **‘David Cameron tells Tories: Win general election and independence referendum with appeal to heart’** газеты The Telegraph, анализируется диалог премьер- министра Великобритании с представителями консерваторов в Шотландии.

На встрече с министрами Дэвид Кэмерон обсуждал положительные результаты по сокращению дефицита бюджета, реформу системы социального обеспечения и другие успехи партии. Он также с иронией прокомментировал требование Алекса Салмонда по поводу дальнейшего использования фунта в случае признания независимости Шотландии. Перечисляя различные события, по которым высказывался Дэвид Кэмерон, автор использует детализирующий маркер **also**.

**(31)** The Prime Minister told the Scottish Tory conference in Stirling that his party was good at “trotting out facts and figures” to support its case for deficit reduction and welfare reform. He **also** used his speech to pour scorn on Ed Balls’ refusal to accept the last Labour Government spent too much and Alex Salmond’s claim that Scotland could separate while keeping the pound.

Шотландский политический редактор газеты The Sunday Herald, Иан Маквиртер (Iain Macwhirter), в своей статье **‘Whatever Barroso says, voting for independence might be the only way for Scotland to stay IN Europe’** прогнозирует проблемы, которые могут возникнуть в Шотландии, если жители Великобритании проголосуют за выход из ЕС. В этом случае, шотландцы потеряют права гражданина ЕС и социальную защиту, шотландская индустрия финансовых услуг понесет убытки в связи с ограниченным доступом к рынку ЕС, а рабочие из других стран ЕС не смогут работать в Шотландии, что повлечет за собой проблему финансирования пожилого населения из-за нехватки молодых рабочих. Используя дискурсивный маркер вывода **so**, автор обобщает все сказанное ранее и приходит к выводу о том, что шотландцы должны голосовать за выход из Великобритании, если они хотят остаться в составе Европейского союза.

**(32) So** the Nationalists believe that the argument in Europe will be going their way by October 2014, and that Scots will see that they should vote Yes to independence to ensure that Scotland remains in Europe.

Маркер вывода **therefore** был использован журналистами газеты The Scots Independent в статье **‘Redefining gender post-independence’**, котораяпосвящена проблеме гендера. Авторы пишут, что за последнее время увеличились семейно-бытовые насилия в Шотландии. Каждый год десятки тысяч женщин сообщают о подобных инцидентах. Тем не менее, отношение к женщинам в стране меняется. Публицисты подчеркивают, что не последнюю роль в этом играет шотландское правительство, где женщины наравне с мужчинами занимаются управлением страны. Сравнивая консервативный «мужской» парламент Вестминстера с Шотландским, с помощью ДМ авторы приходят к выводу о том, у независимой Шотландии есть большая возможность стать тем обществом, где все будут иметь равные права, вне зависимости от пола.

**(33)** The Yes camp, **therefore**, have a tremendous opportunity to spell out the kind of society it wants the Scottish boys and girls of the future to grow up in. If we can engage everyone in a debate about the place of both sexes in our society, and how we can make things work better for each, then the whole country will be the better off.

Итак, сделав семантический анализ ДМ, мы изучили причины использования дискурсивных маркеров и выяснили, что контрастивные маркеры превалируют в политических статьях, посвященных ситуации политического противостояния (отделение Шотландии). Контрастивные ДМ служат средством коммуникативного ориентирования читателя. Поскольку публицистический дискурс является разновидностью персуасивного дискурса, с помощью дискурсивных маркеров, автор акцентирует внимание на той информации, которая, по его мнению, является значимой для «правильной» интерпретации описываемых событий.

**Выводы по Главе II**

В проведенном нами исследовании статей, посвященных ситуации политического противостоянии на примере Шотландского Референдума, мы пришли к следующим выводам:

1. Большинство британских СМИ не заявляли открыто о своей позиции по поводу референдума. Тем не менее, авторы газет использовали ряд стратегий и тактик с целью сформировать или повлиять на мнения читателей по поводу будущего голосования.
2. Стратегия манифестации национальных интересов, отражала идею националистов о державности и была основана на сильной политической позиции партии и возможностях страны при принятии независимости. Авторы статей данной стратегии пытались заставить думать о Шотландии как о независимом государстве еще до референдума.
3. Такие локальные стратегии как дискредитация, выражение скептицизма и репрезентация национальной значимости, которые в своей совокупности формируют глобальную коммуникативную стратегию самосохранения нации, репрезентируют отношение журналистов к ситуации политического противостояния и оказывают влияние на мнение читателей, убеждая их принять точку зрения о необходимости того, чтобы Шотландия осталась в составе Великобритании.
4. Исходя из данных лингво-прагматического анализа способов речевого воздействия, можно сделать вывод, что коммуникативные стратегии реализовывались за счет тактик убеждения, внушения и побуждения. Данные тактики осуществлялись с помощью языковых средств и риторических приемов (идентификация, самопрезентация), которые способствовали достижению наибольшего воздействия на эмоции и разум читателя.
5. Дискурсивные маркеры использовались для введения новой информации, перечисления, а также привлечения дополнительных аргументов/фактов. Такие слова являются указателями при переходе одной части рассуждения к другой, обеспечивая, таким образом, логическую последовательность изложения мыслей и четкость структуры речи.По нашему мнению, контраст выступает как главный конструирующий принцип структурно-семантической организации статей, посвященных ситуации отделения Шотландии от Великобритании. Контрастивные ДМ служат для придания политическим статьям качества объективности, а также средством коммуникативного ориентирования читателя.

**Заключение**

В процессе работы нами были изучены такие понятия, как дискурс и медиа-дискурс. В рамках медиа-дискурса, мы выделили публицистический дискурс, основной целью которого является передача мнений и, как следствие, **-** формирование общественного мнения.

Были описаны основные характеристики современного британского публицистического дискурса и выявлено, что каждая газета преследует определенные цели в освещении и подачи материала согласно своим политическим взглядам.

Ввиду того, что в обществе возникают разные мнения по поводу политики, представление разных точек зрения находит свое отражение в прессе. В качестве примера политического противостояния в публикациях качественных британских газет была взята ситуация отделения Шотландии от Великобритании. Было обнаружено, что британские СМИ по-разному отражали данную ситуацию.

В ходе исследования были определены и описаны основные коммуникативные стратегии и тактики, реализующиеся в ситуации политического противостояния. Выступая за или против независимости Шотландии, газеты имплицитно формировали мнения читателей с помощью глобальной коммуникативной стратегии манифестации национальных интересов и глобальной коммуникативной стратегии самосохранения нации, которая включала себя ряд локальных стратегий дискредитация, выражения скептицизма и репрезентации национальной значимости. В рамках своей работы мы рассматривали способы речевого воздействия (убеждение, внушение, побуждение) в качестве тактик. Мы выяснили, что тактики были выражены языковыми средствами и риторическими приемами (идентификация и самопрезентация). Помимо этого, языковая актуализация политического противостояния была представлена дискурсивными маркерами. Мы установили, что использование дискурсивных маркеров позволяет расширить представления об организации внутритекстовых связей и способах реализации авторских дискурсивных стратегий в языке СМИ.

Проделав дискурсивный анализ стратегий, лингво-прагматический анализ способов речевого воздействия и семантический анализ дискурсивных маркеров, мы пришли к выводу о том, что языковая актуализация в способах реализации авторских стратегий в языке СМИ оказывает воздействие на сознание читателя.

Таким образом, мы можем сделать вывод о том, что благодаря особой подачи информации о значимых общественно-политических и экономических явлениях в стране и за рубежом, современный британский публицистический дискурс влияет на мнения аудитории по поводу различных политических ситуаций, что приводит к формированию публицистической картины мира у самого широкого круга читателей.

**Список литературы**

1. Андреева Т.Л., Васильева А.С. Референдум 2014 г. как заключительный шаг на пути к политической независимости Шотландии // Вестник Томского государственного университета. История.- 2014, № 2.
2. Антонова Ю. А. Коммуникативные стратегии и тактики в современном газетном дискурсе (отклики на террористический акт): Автореф. дис. канд. филол. наук. – Екатеринбург, 2007. – 184 с.
3. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990.
4. Будниченко Л. А. Суггестивное воздействие в публицистическом дискурсе // [Вестник Чувашского университета](http://cyberleninka.ru/journal/n/vestnik-chuvashskogo-universiteta). – 2012, № 1.
5. Варгина Е. И. Научный текст и его воздействие (на материале английского языка). - СПб.: Филфак СПбГУ:2004. - 212 c.
6. Васина Е.В. Анализ информационного сопровождения референдума о независимости Шотландии 2014 года с точки зрения теории "Окна Овертона" // Научные ведомости БелГУ. Сер. История. Политология. – 2015, №7.- С. 190-194.
7. Виноградов В.В. Русский язык. – 3-е изд., испр. и доп. / В.В. Виноградов. - М.: Высш. шк., 1986. – 640 с.
8. Виноградова С.А. Политический медиадискурс как коммуникативное явление с манипулятивным потенциалом. - Мурманск: Изд-во МГПУ. - URL: <http://edu.znate.ru/docs/347/index-24844.html>
9. Галеева А.А. Шотландия: в поисках независимости // Культура в современном мире. - 2014, №4. - URL: http://infoculture.rsl.ru/NIKLib/althome/news/KVM\_archive/articles/2014/04/201404\_r\_kvm-s2.pdf
10. Громыко А.А. Дилеммы Британии. Поиск путей развития / Под ред. (отв.ред.), Е.В. Ананьевой - М.: Издательство "Весь Мир", 2014. - 480 с.
11. Гуревич С.М. Газета вчера, сегодня, завтра. – М.: Аспект-Пресс, 2004.
12. Демьянков В.З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века // Язык и наука конца 20 века. М.: Институт языкознания РАН, 1995. С.239-320.
13. Дискурсивные слова русского языка: опыт контекстно – семантического описания./ Под ред. К. Киселевой и Д. Пайара., М. 1998. -10 c.
14. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной комму­никации // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2006, № 2. С. 20–33.
15. Засурский Я. Н. Техника дезинформации и обмана /под ред. Я. Н. Засурского. – М., 1978.
16. Иванова Е. В. К проблеме исследования экологического дискурса // Политическая лингвистика. – Екатеринбург. – 2007, - Вып. 3(23). - С. 134-138.
17. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – Москва: Изд-во УРСС, 2002. – 284 с.
18. Каменская Т.Н. Понятие дискурса в лингвистике. - URL: <http://www.rusnauka.com/8_NND_2010/Philologia/60574.doc.htm>l
19. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс: сб. науч. тр. Волгоград, 2000. - 5-20 c.
20. Кибрик A.A. Когнитивные исследования по дискурсу // Вопросы языкознания. 1994, № 5. C. 126-140.
21. Клушина Н.И. Интенциональные категории публицистического текста (на материале периодических изданий 2000 – 2008 гг.): Автореф. дис. канд. филол. наук. – М., 2008. – 56 с.
22. Клюев Е.В. Речевая коммуникация: успешность речевого взаимодействия. - М.: 2002. - 314 с.
23. Красных В.В. Структура коммуникации в свете лингво-когнитивного подхода (коммуникативный акт, дискурс, текст): Автореф. дис. д-ра филол. н. - М., 1999. - URL:<http://www.dslib.net/jazyko-znanie/struktura-kommunikacii-v-svete-lingvo-kognitivnogo-podhoda.html>
24. Кубрякова Е.С. Об исследовании дискурса в современной лингвистике // Филология и культура: Материалы 3-й международной науч. конф. Ч. 1. – Тамбов - 2001.
25. Лаптева О. А. Стилистические приемы создания языковой иронии в современном газетном тексте // Поэтика: Стилистика, Язык и культура. Памяти Т.Г. Винокур. – М. - 1996. – С. 150-157.
26. Макаров М.Р. Основы теории дискурса. - М: Гнозис, 2003. - 280с.
27. Маслакова Т.С. Референдум о независимости Шотландии: причины сепаратистских настроений. // Вопросы истории, международных отношений и документоведения. – Томск. - 2015.
28. Массалина И.П., Новодранова В.Ф. Дискурсивные маркеры в английском языке военно-морского дела: Монография / И.П. Массалина, В.Ф. Новодранова. – Калининград: ФГОУ ВПО «КГТУ». - 2009.
29. Менджерицкая Е.О. Когнитивный синтаксис современного английского языка: предмет и принципы анализа. // Вестн. Самарского гос. ун-та. Гуманитарная серия «Языкознание». - Саратов. – 2009, № 7 (73). - С. 219 - 225.
30. Менджерицкая Е. О. «Термин» дискурс и типология медиадискурса // Вестник Моск. 5. ун-та. Сер. 10. Журналистика. – 2006, № 2. - С. 50–55.
31. Никитина К.В. Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием // Управление общественными и экономическими системами: многопредмет. науч. журн. Орел: ОрелГТУ. - 2006. - С.4-20
32. Оломская Н. Н. К вопросу о жанровой классификации медиадискурса // Научный диалог. – 2013, № 5 (17). – С. 250–259.
33. Орлова О. Г. Дискурс-анализ американской публицистики // Учёные записки Забайкальского государственного гуманитарно-педагогического университета им. Н. Г. Чернышевского. Серия «Филология, история, востоковедение». – Чита: ЗабГГПУ. – 2010, №3 (32). – С. 190–193.
34. Панкратов В. Н. Психотехнология управления людьми: практ. рук. – М.: Изд-во Ин-та психотерапии, 2001. – 336 с.
35. Пустовалов А.В. Пресса Великобритании: между «бумажным» прошлым и цифровым будущим // Вестник Пермского Университета. – 2013. – URL: http://www.rfp.psu.ru/abstracts/3.2013/pustovalov.pdf
36. Солганик Г. Я. О закономерностях развития языка газеты в XX веке // Вестн. Моск. гос. ун-та. Сер. 10, Журналистика. – 2002, № 2. - С. 39-53.
37. Телень Э.Ф. Социальная мимикрия буржуазных массовых газет Великобритании. М., 1978. - С. 5–6.
38. Тенева Е. В. Приемы идентификации и самопрезентации в политико-публицистическом дискурсе (на материале британских газетных статей): Автореф. дис. канд. филол. н. - СПб., 2011. - 188 c.
39. Фадеева Л.А. Идентичность на пересечении интеграции и деволюции: шотландский кейс // Современная Европа. - 2015, № 5. - С.91-99.
40. Чернявская В.Е. От анализа текста к анализу дискурса // Филологические науки. – 2003, № 3. – С. 68-76.
41. Шелестюк Е.В. Речевое воздействие: онтология и мтодология исследования // Энциклопедия, Челябинск, 2008. – С. 126-130.
42. Шемелина Ю. В. Лингвокогнитивные аспекты английских новостных текстов: на материале британской качественной прессы: Автореф. дис. канд. филол. наук. - Архангельск, 2008.- 193 с.
43. Ярославцева А.Е. Коммуникативные стратегии и тактики агитационного текста и их стилистическая репрезентация. - М., 2004. 176 с.
44. Bauer-Ramazani Ch. English Discourse Markers [Electronic resource] URL: <http://academics.smcvt.edu/cbauerramazani/AEP/BU113/English/discmarkers.ht/>
45. Curtice Р. J. The Score At Half Time: Trends in Support for Independence Edinburgh, 2014.URL:http://www.scotcen.org.uk/media/270726/SSA-13-The-Score-AtHalfTime.pdf
46. Dijk T.A. van Pragmatic connectives//Journal of Pragmatics. – 1979, № 3. - P. 447-456.
47. Douglas F. Scottish Newspapers, Language and Identity. - Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009
48. Fraser B. An approach to discourse markers // Journal of Pragmatics. – 1990а. - № 14. - P. 383 - 395.
49. Fraser B. Pragmatic markers: pragmatics – 1996, № 6. - р. 318.
50. Fraser B. What are discourse markers? // Journal of Pragmatics. – 1999, № 31. - P. 931 – 952.
51. Gutiérrez-Peris D. The Scottish Referendum in the press (Oct.12-Feb.13) [Electronicresource] URL:Overviewandtrends<http://www.lse.ac.uk/europeanInstitute/research/catalanObservatory/PDF/Scottish%20Report/Scottish%20Report%202013.pdf>
52. Guttenplan D. Scotland’s big decision // The Nation. − 2014.
53. Harris Z. Discourse analysis // Language. 1952, № 1. - P. 1-30.
54. Keating M. Scotland's European Challenge [Electronic resource] URL:http://www.centreonconstitutionalchange.ac.uk/blog/scotlands-european-challenge
55. Riley-Smith B. Scottish independence debate triggers rise in Britishness north of the border [Electronic resource] URL: www.telegraph.co.uk/news/uknews/scottish-independence/11026962/Scottish-independence-debate-triggers-rise-in-Britishness-north-of-the-border.html
56. Schiffrin D. Discourse markers. Cambridge University Press. 1987. - P.364.
57. Schiffrin D. The handbook of discourse analysis // Cambridge University Press. – 2001. - P.54.
58. Wierzbicka A. Cross-cultural pragmatics. The semantics of human interaction. Berlin: Mouton de Gruyter, 1991. - P.341.

**Список использованных словарей**

1. Новый словарь русского языка в 2-х тт. // под ред. Ефремовой Т.Ф. – М., 2001. - 147с.
2. Толковый словарь Даля. В.И. Даль, 2008

URL: http://slovardalja.net/word.php?wordid=37763

**Список источников иллюстративного материала**

1. Bell I. Better off out of it: a slogan whose time has finally come/ The Herald Scotland 2013

URL:http://www.heraldscotland.com/opinion/13105792.Better\_off\_out\_of\_it\_\_a\_slogan\_whose\_time\_has\_finally\_come/

1. Jamieson B. In Salmond, we no longer trust/ The Scotsman 2012 URL: http://www.scotsman.com/news/bill-jamieson-in-salmond-we-no-longer-trust-1-2596798
2. Cochrane A. When will the penny drop for Alex Salmond?/The Daily Telegraph, 2014 URL: http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/scottish-independence/11056857/When-will-the-penny-drop-for-Alex-Salmond.html
3. Johnson S. Sir Chris Hoy rules out separate Scottish and British Olympic squads/ The Daily Telegraph 2012 URL: http://www.telegraph.co.uk/sport/olympics/news/9462764/Sir-Chris-Hoy-rules-out-separate-Scottish-and-British-Olympic-squads.html
4. Carrell S. Salmond accused of misleading Scots on EU membership/ The Guardian, 2012 URL: http://www.theguardian.com/politics/2012/oct/23/alex-salmond-eu-legal-advice-scotland
5. Gordon T. Target Salmond/ The Herald Sunday, 2012 URL: http://www.heraldscotland.com/news/13078762.TARGET\_SALMOND/
6. McColm E. Salmond both a formidable asset and the greatest challenge to Yes cause’/ The Scotsman, 2012 URL: http://www.scotsman.com/news/euan-mccolm-salmond-both-a-formidable-asset-and-the-greatest-challenge-to-yes-cause-1-2602779
7. McColm E. Salmond both a formidable asset and the greatest challenge to Yes cause’/ The Scotsman, 2012 URL: http://www.scotsman.com/news/euan-mccolm-salmond-both-a-formidable-asset-and-the-greatest-challenge-to-yes-cause-1-2602779
8. McColm E. Salmond both a formidable asset and the greatest challenge to Yes cause’/ The Scotsman, 2012 URL: http://www.scotsman.com/news/euan-mccolm-salmond-both-a-formidable-asset-and-the-greatest-challenge-to-yes-cause-1-2602779
9. Lawson D. How can Salmond argue Scotland shouldn’t have its own currency?/The Independent, 2013

URL: http://www.independent.co.uk/voices/comment/how-can-salmond-argue-scotland-shouldn-t-have-its-own-currency-8584206.html

1. Carrell S. Alex Salmond gains slim SNP vote for joining Nato/ The Guardian, 2012 URL:http://www.theguardian.com/politics/2012/oct/19/alex-salmond-snp-vote-nato
2. Scott T. SNP sells out and says yes please to donations/ The Scotsman 2012 URL: http://www.scotsman.com/news/tavish-scott-snp-sells-out-and-says-yes-please-to-donations-1-2688950
3. Scott T. SNP sells out and says yes please to donations/ The Scotsman 2012 URL:http://www.scotsman.com/news/tavish-scott-snp-sells-out-and-says-yes-please-to-donations-1-2688950
4. Lawson D. How can Salmond argue Scotland shouldn’t have its own currency?/ The Independent 2013 URL:http://www.independent.co.uk/voices/comment/how-can-salmond-argue-scotland-shouldn-t-have-its-own-currency-8584206.html
5. Davies C. Chris Hoy hailed as Scotland's most successful Olympian The Observer, The Guardian

URL:https://www.theguardian.com/sport/aug/17/britisholympicteam.britisholympicmedals2

1. Moss S. London 2012: Andy Murray holds his nerve to win gold against Roger Federer/ The Guardian 2012 URL:https://www.theguardian.com/sport/2012/aug/05/andy-murray-olympic-gold-federer
2. Moss S. London 2012: Andy Murray holds his nerve to win gold against Roger Federer/ The Guardian 2012

URL:https://www.theguardian.com/sport/2012/aug/05/andy-murray-olympic-gold-federer

1. Sunday Herald View The Sunday Herald's view: the prize for Yes is a better country...it is as simple as that/ The Sunday Herald, 2014 URL: http://www.heraldscotland.com/opinion/13158829.The\_Sunday\_Herald\_s\_view\_\_the\_prize\_for\_Yes\_is\_a\_better\_country\_\_\_it\_is\_as\_simple\_as\_that/
2. Sunday Herald View The Sunday Herald's view: the prize for Yes is a better country...it is as simple as that/ The Sunday Herald, 2014 URL: http://www.heraldscotland.com/opinion/13158829.The\_Sunday\_Herald\_s\_view\_\_the\_prize\_for\_Yes\_is\_a\_better\_country\_\_\_it\_is\_as\_simple\_as\_that/
3. Gethins S. The cat is out of the bag/ The Scots Independent 2013 URL: http://scotsindependent.scot/?p=583
4. Gethins, S. The cat is out of the bag/ The Scots Independent 2013 URL: http://scotsindependent.scot/?p=583
5. Hamilton M. We Get It! /The Scots Independent 2013 URL: http://scotsindependent.scot/?p=583
6. The Scots Independent review Young People and Yes/ The Scots Independent 2014 URL: http://scotsindependent.scot/?p=276
7. Adamson C. Fact, not Fiction/ The Scots Independent URL: http://scotsindependent.scot/?p=536
8. Adamson C. SNP Government announce £114M investment in children’s future/ The Scots Independent 2014 URL: http://scotsindependent.scot/?p=240
9. Johnson S. Alistair Darling: Scotland faces nine-year wait to join EU/ The Telegraph 2013

URL:http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/scotland/9856083/Alistair-Darling-Scotland-faces-nine-year-wait-to-join-EU.html

1. Johnson S. Margaret Curran accuses Alex Salmond of 'casual dishonesty/The Telegraph, 2012

URL:http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/scotland/9665242/Margaret-Curran-accuses-Alex-Salmond-of-casual-dishonesty.html

1. The Scots Independent review The True Cost of Trident/ The Scots Independent 2013 URL: http://scotsindependent.scot/?p=693
2. The Scotsman EditorialLeader SNP faces tough battle to claw back ground over EU**/** The Scotsman 2012 URL: http://www.scotsman.com/news/leader-snp-faces-tough-battle-to-claw-back-ground-over-eu-1-2684531
3. Burgess M. Bedroom Tax – an abomination/The Scots Independent, 2013 URL: http://scotsindependent.scot/?p=617
4. Johnson S. David Cameron tells Tories: Win general election and independence referendum with appeal to heart/ The Telegraph 2013 URL :http://www.telegraph.co.uk/news/politics/david-cameron/10105689/David-Cameron-tells-Tories-Win-general-election-and-independence-referendum-with-appeal-to-heart.html
5. Macwhirter I. Whatever Barroso says, voting for independence might be the only way for Scotland to stay IN Europe/The Sunday Herald URL: http://www.heraldscotland.com/opinion/13084964.Whatever\_Barroso\_says\_\_voting\_for\_independence\_might\_be\_the\_only\_way\_for\_Scotland\_to\_stay\_IN\_Europe/
6. Hudghton F. Redefining gender post-independence/ The Scots Independent 2013 URL: http://scotsindependent.scot/?p=621