



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И
СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

КАТЕДРА
„МЕДИИ И ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ“



Район „Студентски“, ул. „8-ми декември“ № 19, 1700 София
unwemedia.com • media@unwe.bg • +35928195370

**МЕДИЙНИ МАНИПУЛАЦИИ И ОБЩЕСТВЕНО МНЕНИЕ.
СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ НА БРИТАНСКАТА ПРЕСА ЗА БРЕКЗИТ**

Изготвил:

Паолина Димитрова Желева

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд за придобиване на образователна и научна степен „доктор“

Професионално направление 3.5 Обществени комуникации и информационни науки

Докторска програма по „Организация и управление извън сферата на материалното производство“/„Медии и комуникации“

Научен ръководител:

проф. д.н. Ивайло Христов Христов

София, 2023

Дисертационният труд е в обем от 166 страници. В структурно отношение работата се състои от:

- увод;
- изложение в четири глави, всяка от които завършва с обобщение;
- заключение;
- научни приноси;
- списък на използваната литература.

Библиографията обхваща 177 източника, от които 45 монографии, 72 статии, 60 чуждестранна литература.

Брой публикации по темата на дисертационния труд: **3**.

Докторантът е отчислен с право на защита съгласно Заповед № ... г. на Ректора на УНСС.

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита от научно звено по ... „...“, професионално направление г.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 01.06.2023 г. от..... ч. в зала на открито заседание на обучаващото звено пред научно жури, сформирано със заповед на Ректора на УНСС № ... от дата... г.

Рецензиите и становищата на членовете на журито и авторефератът са публикувани на уебсайта на УНСС.

Материалите по защитата са на разположение в зала

Автор: Паолина Димитрова Желева

Заглавие: Медийни манипулации и обществено мнение. Сравнителен анализ на британската преса за Брекзит

Тираж: ...

Печат: Университетски издателски център, София.

СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД:

Увод	5
Първа глава. Медиите в политиката - пропагандни техники и обществено мнение	9
1. Медиите – primus pilus на съвременния свят	10
2. Масмедии, социални промени и политика. Сила и власт на медиите.....	15
3. Демократична цензура	20
4. Пропаганда и медийни манипулации - средства за влияние върху обществото... ..	24
Втора глава. Психологическо влияние на Брекзит.....	42
1. Брекзит като теория на психодрамата... ..	43
2. Преднамерено влияние на Брекзит – модели, поведенческо съгласие и убеждаване	46
3. Британските резерви	57
4. Мултикултурализъм.....	63
5. Оценка на явлението "Брекзит".....	72
Трета глава. Специфика на съвременната британска преса – манипулационни техники	76
1. Аспекти на проблема Брекзит – основни етапи и противопоставяния	76
2. Основни електронни издания – обект на анализ	81
2.1. "Таймс"	82
2.2. "Дейли Телеграф"	90
2.3. "Гардиън"	91
2.4. "Дейли мейл"	91
2.5. "Дейли мирър"	94
2.6. "Сън"	97
2.7. "Дейли експрес"	97
3. Кодекс за практическа значимост на британската преса.....	98

Четвърта глава. Сравнителен анализ на британската преса за Брекзит	101
1. Методология на изследване.....	101
1.1. Цел, задачи и хипотеза на изследването... ..	101
1.2. Организация на изследването... ..	102
1.3. Изследователски инструментариум.....	102
2. Качествен анализ на публикации в представените електронни издания	104
3. Количествен анализ на публикации в представените електронни издания.....	130
4. Анкетно изследване с редактори на български ежедневници.....	141
Заключение	151
Приноси.....	153
Библиография	154 Грешка! Показалецът не е дефиниран.

УВОД

Актуалност и значимост на изследвания проблем

Темата за медийните манипулации, формиращи целенасочено обществено мнение по различни въпроси е от изключително значение, защото касае демокрацията, както и развитието на политическия и гражданския дискурс в обществото. Социалната апатия, безразличието и скептицизмът на голяма част от обществото стимулират манипулацията и агресивното ѝ разпространение в различни области на социалния живот.

Ролята на медиите в съвременното общество е огромна. Силата им се основава на разпространението на информация, която засяга живота на хората. Често се случва различни журналистически разследвания да станат основа за правните действия на разследващите органи. Днес се предлагат най-актуални новини. Обществото изисква тази актуалност и информативност във всички комуникационни канали. Мнението се формира въз основа на ситуацията и разполагаемите ресурси. Медиите изпълняват значителна роля и в областта на политическия живот – ролята на четвъртата власт. Заемат изключително важно място в предизборните кампании. Политиците разбират този факт добре и поради това инвестират значителни средства в тези кампании. Те имат своята възвръщаемост в успешните резултати.

Това са само част от тематичните събития, които провокират широк обществен дискурс и промяна в нагласите и мисленето. Научните изследвания се насочват към връзката *население – миграция – Брекзит - медии манипулации/пропаганда – обществено мнение и нагласи*. Журналистиката и медиите установяват всичко това и се опитват да провокират трансформации, изразявайки се словесно чрез таблоидите.

Актуалността на темата произхожда от идеята да се осъществи анализ на медийната комуникация, чрез която медиите отразяват едно съществено събитие – Брекзит, променящо външнополитическата сцена на ЕС. Провеждането на референдум за излизане на Обединеното кралство от Европейския съюз не индикира дълговременността на събитието „Брекзит“. Но изминалата 2020 г. е емблематична в историята на Европейския съюз - Великобритания се отделя от евроинтеграционните процеси и тръгва по свой път – четири години след референдума за Брекзит. Дисертационният труд представя анализи и прогнози именно в тази насока ¹.

¹ Should the United Kingdom remain a member of the European Union or leave the European Union?

Не е възможно да осмислим социално-политическата каузалност на сегашните събития, които се разгръщат на стария континент, ако пренебрегнем тяхното минало и не вникнем в икономическите, историческите и психологическите им корени. Това не само ни позволява да съставим свързана картина на събитията, но и да формулираме по-конкретни очаквания за предстоящото ².

Обект, предмет, цел и задачи, основна теза, ограничение

Обектът на дисертационния труд е британската преса, като фактор за формиране на обществено мнение относно Брекзит (затруднен граждански дискурс, социална апатия и отчуждение, затруднено устойчиво развитие).

Предметът на дисертационния труд са манипулативните и пропагандни техники, способности и средства, с които медиите си служат, за да сугестират общественото мнение.

Дисертационният труд е пръв опит да изследва конкретния проблем в контекста на журналистическата гледна точка, както и последващата обществена промяна. Той задълбочено изследва доколко британските медии манипулират общественото мнение със средствата на психологията в периода на кампанията на референдума. Акцентира на корените на медиите и печата във Великобритания, както и въпросите, които стоят около излизането на Обединеното кралство от Европейския съюз и отразяването на Брекзит в английската преса.

Основната цел на дисертационния труд е да се изследват методите, способите и средствата на медийна манипулация по време на кампанията за референдум в полето на британската преса за Брекзит. Постигането на тази цел се осъществява, чрез решаването на следните основни задачи:

1. *Да се проведе теоретично изследване, въз основа на което да се направи подбор на теоретична рамка на концепцията за взаимодействието между политика и медии;*
2. *Да се осъществи последователна операционализация на концепцията, което да позволи изследването на поставения в дисертационния труд проблем, чрез научното му измерване;*
3. *Да се проведе теоретично изследване, което да обясни процеса на модифициране на концепцията за взаимодействието между обществено мнение, медийна манипулация и пропаганда;*

² Градинаров, Б., Европа и Брекзит (Какво е бъдещето на Европейския съюз?). София: BISFRIM, 2019, с. 10.

4. *Да се проведе собствено проучване – сравнителен анализ на публикации в британската преса;*
5. *Да се проведат вторични анализи на данни на изследване, направено от Prime Research.*
6. *Да се проведе анкетно изследване сред редактори на български ежедневници.*
7. *Да се анализира и обобщи резултатът от направеното първично и вторично изследване.*

Основната теза на дисертационния труд е, че британския печат оказва своето влияние върху БРЕКЗИТ, тъй като повлиява общественото мнение по темата, в това число и чрез манипулативни и пропагандни техники.

За да бъде активирано общественото мнение, трябва да има събитие, което да бъде оценено от медиите и мнозинството от социални, политически и икономически единици.

Такова събитие е Брекзит, което с помощта на медиите манипулира общественото мнение, а медиите са огромна социална сила и са мощно средство за манипулация на общественото мнение. Това е силата на информацията и въздействието ѝ върху съзнанието и поведението на хората. За съжаление все по-често се използва за засилване на определено идеологическо влияние или за реализиране на политическите стратегии ³.

Медиите, и по-специално най-четените британски вестници, играят жизненоважна роля в структурирането на параметрите в политическия дебат в продължение на много години. Висши политици от всички основни партии през изминалите две десетилетия обмислят добре как ще изиграят своите политики и действия с пресата и как ще се формира общественото мнение. Те знаят колко е важно да бъдат в добри отношения с влиятелните медийни магнати, като например Рупърт Мърдок. Решителността на британските елити – включително тези вътре в медиите, поддържат властта и влияят на общественото мнение. Това е част от дългосрочната тенденция в политическите комуникации, където стратегията е да се дестабилизира дискурса, докато контролират собствените си съобщения въз основа на емоционалните призови към обществото.

В научното изследване са използвани дедуктивният и индуктивният методи за научно доказателство. Дедуктивният и индуктивният подходи при определянето и дефинирането на обекта, предмета, целта и основната хипотеза на изследването са контролирани, чрез използване на логически метод за доказателство по аналогия и

³ Тодоров, П., Медийни технологии, Издателски комплекс – УНСС, 2013, с. 61-62.

хипотетичен метод за установяване степента на съответствие с качеството и ефикасността на анализирани на британската преса за Брекзит. Приложени са основните логически методи за доказателство и аргументация: дедукция, индукция, традукция (аналогия), включително вторичен анализ на данни на Prime Research върху деветте най-популярни британски вестници и техният начин на отразяване на кампанията преди референдума за Брекзит. Изследването се базира на извадка от 3403 статии, споменаващи ЕС преди референдума, от които 2378 са силно фокусирани върху него, представлявайки основният обем на анализа.

Ограничения:

- изследването обхваща периода на кампанията на референдума – събирането на данни е ограничено;
- изследването включва британски медии;
- фокусът на изследването е насочен към начините и похватите за формиране на обществено мнение и доверие, чрез медиите и медийната комуникация.

Методология:

Изследователски методи:

- Индуктивен;
- Дедуктивен;
- Логически;
- Аналогичен;
- Вторичен анализ;
- Първичен анализ;
- Наблюдение;
- Контент-анализ;
- Сравнителен анализ.

Дисертацията е структурирана в четири основни глави:

Уводът представя въведение към дискутираната тема: актуалност, обект, предмет, цел, задачи, теза, методология на изследването.

Глава първа – „Медиите в политиката - пропагандни техники и анализ на общественото мнение“ – представя теоретичен модел на изследваната тема; поставя основите за дискутиране и анализ в емпиричната част на настоящата дисертация.

Глава втора – „Психологическо влияние на Брекзит“ – също е теоретична отпратка към емпириката; без нея не е възможно да се разгледат причините и да се обясни явлението „Брекзит“, защото тя дава психо-емоционалния конструкт на самото явление.

Глава трета – „Специфика на съвременната британска преса“ – представя аналитичния поглед на автора върху конкретно разглеждания проблем; трасира пътя на етапите, фазите, гледните точки и сравнителния анализ на публикациите в посочените таблоиди.

Глава четвърта – „Сравнителен анализ на британската преса за Брекзит“ – представя анализ на явлението въз основа на изследване на публикации в пресата – количествен анализ, качествен анализ, анкетно изследване, пречупени през призмата на сравнителния аспект; получените резултати обуславят крайните изводи за Брекзит.

Заклучението обобщава изложението и структурирано резюмира приносите на дисертационния труд.

ПЪРВА ГЛАВА

МЕДИИТЕ В ПОЛИТИКАТА - ПРОПАГАНДНИ ТЕХНИКИ И ОБЩЕСТВЕНО МНЕНИЕ

В продължение на няколко столетия медиите играят приоритетна роля в целокупния политически процес. Тази роля непрекъснато нараства, за да достигне днес такива глобални размери, защото без медии не може да се прави съвременна политика, тъй като медиите са основно средство за комуникация между управляващите и хората. Това е абсолютно валидно за модерните общества, където медиите винаги заемат централно място при реализацията на управленските процеси. Именно чрез медиите се популяризира една или друга политика или предизборна кампания, с които се формира

общественото мнение в зависимост от целите на политическата комуникация и към която се насочвам в настоящото последващо изложение ⁴.

В тази глава разглеждам процеса на формиране на общественото мнение и мястото на медиите във Великобритания и как повлияват те на политико-обществения живот и днес.

1. Медиите – *primus pilus*⁵ на съвременния свят.

Днес в модерния свят комуникационните потоци не протичат само в една посока и не се разиграват изключително на държавно равнище. Ако в основата на международната политика са законите на политическото поведение, чиито корени са в самата човешка природа, то от гледна точка на новия век поглеждаме много по-задълбочено в политическото поведение, което се корени в променената до неузнаваемост медийна природа и то през същите тези категории власт, интерес, морал⁶.

Силата и интересът правят политиката, която дава на държавите способността да преследват своите национални интереси. Сред начините, с които те го правят, се настанява един нов, много мощен фактор – глобализираните медии, които отнемат с всеки ден автономността на политиката. Силата на медиите е невероятна. За политическите актьори медиите несъмнено са решаващи комуникационни канали. Политиците имат невероятен усет.

Властта, която притежават медиите, е тема на разностранни дебати в обществения и научен дискурс. Без значение от гледните точки тази власт се разглежда единодушно като изключително голяма, с чиито особености всяка друга обществена сфера се съобразява.

⁴ Манолов, Г., Увод в политическия маркетинг, УИ „Паисий Хилендарски”, Пловдив, 2015, с. 188.

⁵ *Primus pilus* (лат. *Primus* „първият”, и *pilus* „от манипулата на триариите”) е най-висшият центурион на един римски легион, който е командир на първата центурия и първата кохорта.

⁶ Василев, С., Лидерство и медии, ИЗД. „Сивас консултинг“, С., 2018, с. 17-18.

2. Масмедии, социални промени и политика. Сила и власт на медиите.

Във връзка с този аспект за политическото значение на медиите английският социолог Брайън Макнийър посочва техните *шест основни функции* в условията на демократичното общество, които са:

Първо. Да осведомяват редовно гражданите за това, което се случва около тях (функцията на наблюдател).

Второ. Да просвещават публиката относно смисъла и значението на фактите, с които журналистите защитават своята обективност при изнасянето на различна информация за отделните събития.

Трето. Да предоставят форум за развитието на публичен политически дискурс, като по този начин улесняват както формирането на общественото мнение, така и осведомяването на публиката за него, включително и да осигуряват свобода на изразяване на разногласията и критиката.

Четвърто. Да осведомяват публиката за дейността и работата на държавните и политическите институции. В случая формирането на общественото мнение има значение, само ако дейността на управляващите може да се подложи на контрол от хората, което означава, че информацията трябва да е прозрачна, установима и достъпна.

Пето. Да служат като канал за разпространяване на разнообразните политически гледни точки. В зависимост от това е необходимо политическите партии да излагат своите програми пред обществеността, като медиите следва да бъдат отворени за тях и респективно да ги отразяват ⁷.

Шесто. Въпреки огромното си разнообразие всички медии имат своя собствена характерна специфика, която ги отличава от останалите ⁸.

За силата на медиите, като власт може да се говори много, както и може да се разсъждава дълго по въпроса, дали в действителност силата на медиите е част от сложното преплитане на явни и скрити механизми на властта. Тоест, въпросът за независимостта на медиите също може да бъде оспорен. Факт е, че медиите могат да формират мнение в своите публикации, дори още преди дадено събитие да се състои. Като цяло, медиите не са неовладими и чрез една добре подготвена медийна политика, именно

⁷ Цит. по: Балцзис, Ал. Цит. съч., с. 344.

⁸ Манолов, Г., Увод в политическия маркетинг, УИ „Паисий Хилендарски”, 2015, с. 189 – 190.

четвъртата власт може да е важният и авторитетен посредник между политиката и нейните публики, за подобряване и укрепване на конкурентоспособността на държавните институции, придобиване на нова сила и реализация в икономическото и социално пространство ⁹.

3. Демократична цензура.

И в журналистиката, както и в политиката, действа принципът на скачените съдове. От физиката знаем, че два или няколко съда, свързани помежду си така, че при наливане на течност в един от тях, тя преминава и в останалите. Този процес се нарича скачени съдове. Подобен „закон” има и в журналистиката. Медиите си „преливат“ съдържание. Една от причините е в технологията, по която те функционират. Медиите ползват новините от информационните агенции или ги използват за собствен коментар или анализ. „Скачената международна журналистика” свързва вътрешнополитическите процеси с международните отношения, или обратно – „транслантира” събития и процеси от международните отношения във вътрешната политика. Няма положение, в което политическите процеси в една европейска страна да не влияят върху тези на съседите. Същото е и с европейската журналистика, особено след като в голямата си част Старият континент отдавна политически и икономически е обединен, а поведението в Брюксел, където се забърква общият политически концентрат, зависи от процесите в страните членки ¹⁰. Национални избори и референдуми в отделните европейски страни си „преливат политическо съдържание” и това е очевидно. Това преливане няма как да се случи без медиите и тяхната власт върху общественото мнение. Симбиозата между политика и журналистика намира своята изява, чрез скачените съдове на медиите ¹¹. В Европа пример за такова явление на скачени съдове е именно разглежданото в настоящото изложение – Брекзит ¹².

⁹ Костова, С., Как да работим с медиите – В: Пъблик рилейшънс в пъзела на интегрираните комуникации, НБУ, С., 2004.

¹⁰ Василев, С., Лидерство и медии, ИЗД. „Сивас консултинг“, С., 2018, с. 229.

¹¹ Цит. изт., с. 229.

¹² Цит. изт., с. 231-232.

4. Пропаганда и медийни манипулации - средства за влияние върху обществото.

Пропагандата е специфичен вид съобщение, представяне, целящо директно повлияване върху мнението на хората за сметка на тяхното информиране. В английския език пропаганда е неутрален термин, употребяван, за да опише разпространяването на информация в полза на определена цел. По-често обаче, е употребата му в негативен смисъл като разпространяване на лъжи или въвеждащи в заблуда, или подвеждащи информации. Едуард Бернайс описва пропагандата, като цел на комуникацията. В книгата си *Crystallizing Public Opinion* казва: *„Образованието е ценно, препоръчително, поучително и инструктивно. Пропагандата е лукава, непочтена, задкулисна, подвеждаща.“*

„Общественото мнение – смята Здравко Райков – се ражда на основата на личностните, индивидуалните мнения (...) и е резултат от сложния процес на взаимодействия на тези мнения. Негов носител са големите социални групи – това го различава от мненията на отделните личности...“ И още - *„...немислимо е да се появи обществено мнение при отсъствие на плуралистична информация“*¹³, която заедно с критичността (като принцип) оформя характеристиката на този феномен, от една страна; докато, от друга, самата информация изпълнява друга важна функция – обосновава и обяснява зависимостта (и обвързаността) между политическата комуникация и общественото мнение¹⁴.

Основните медийни инструменти за влияние върху общественото мнение са: новината, коментарът, познавателната информация, артмедията и манипулацията. Там, където липсва информация, се появява пропагандата. Опитът да се манипулира общественото мнение не е завоевание на модерния век. С развитието на медиите политическата пропаганда става мощен инструмент, който се използва особено във време на криза. Пропагандата и манипулацията са свързани понятия и една от тези връзки са медиите¹⁵. Историческият преглед доказва развитието на техниките на манипулиране на общественото мнение и паралелно - ролята на медиите като прозорец към света. Медиите придобиват нови функции, като форум за социално взаимодействие

¹³ Райков, Здр., Публичната комуникация. Цит. съч., с. 81-83.

¹⁴ Цит. по: Манолов, Г. Цит. съч., с. 191.

¹⁵ Василев, С., Лидерство и медии, „Изд. „Сивас консултинг“, С., 2018, с. 237-238.

и политическа трибуна на управляващите. Тяхната сила и всеобхватност са признати и използвани в пълен капацитет. Властта, която притежават медиите, е тема на разнovidни дебати в обществения и научен дискурс. Без значение от гледните точки, тази власт се разглежда еднoдушно като изключително голяма, с чиито особености всяка друга обществена сфера се съобразява.

Обобщение

В края на настоящата глава заключаваме, че историческият преглед доказва развитието на техниките на манипулиране на общественото мнение и паралелно с това - ролята на медиите, като прозорец към света. Медиите придобиват нови функции, като форум за социално взаимодействие и политическа трибуна на управляващите. Тяхната сила и всеобхватност са признати и използвани в пълен капацитет. Властта, която притежават медиите, е тема на разнovidни дебати в обществения и научен дискурс. Без значение от гледните точки, тази власт се разглежда еднoдушно като изключително голяма, с чиито особености всяка друга обществена сфера се съобразява.

ВТОРА ГЛАВА

ПСИХОЛОГИЧЕСКО ВЛИЯНИЕ НА БРЕКЗИТ

1. Брекзит като теория на психодрамата.

Брекзит е психология, катализатор и последица. Той е културен катаклизъм. Той е продукт на човешката психология – форма на възприятие, предпочитание, обществен избор, АЗ-образ, нагласа, идея, предположение, групово отношение и обобщение¹⁶.

Брекзит е колизно понятие, съпроводено и с голяма доза психологическа драма. Тя е цветна, колоритна и предизвиква широк размисъл. Но има и своите ограничения. От една страна, Брекзит се разглежда с психологически подход, а от друга – с научен подход. Научният подход изисква базиране върху ясни и точни доказателства и аргументи. Това е полезен ход в дългосрочен аспект.

¹⁶ Hughes, B., The Psychology of Brexit. From Psychodrama to Behavioral Science. National University of Ireland, Galway, 2018, p. 3-5.

Науката предлага методология, но и морален кодекс. Предлага честност и почтеност, приемане или отхвърляне на тези, сугестиране или заклеяване. Опасност от налагане на убеждения и приписване на думи винаги ще има, но в наша власт е какъв избор ще направим. Не е възможно да осмислим социално-политическата каузалност на сегашните събития, които се разгръщат на стария континент, ако пренебрегнем тяхното минало и не вникнем в икономическите, историческите и психологическите им корени. Това не само ни позволява да съставим свързана картина на събитията, но и да формулираме по-конкретни очаквания за предстоящото.

Именно тези факти предопределят избора на формулировка на настоящата глава. Анализът акцентира на представянето на Брекзит от психологическа гледна точка в публичното пространство. Целта е да се формира мнение относно влиянието на политиката върху психологическото обществено благополучие до степен създаване на продукт – Брекзит. Това води до трансформация на широката общественост. Лично мое мнение е, че Брекзит детерминира човешкото поведение и взимането на решения.

2. Преднамерено влияние на Брекзит - модели, поведенческо съгласие и убеждаване.

В зависимост от начина на осъществяване и очакваните резултати преднамереното влияние може да се реализира по три различни модела – търсене на поведенческо съгласие, убеждаване и пропаганда¹⁷. Първият модел, в който целта на влияещия е постигане на промяна в поведението, ще наричаме в по-меките му форми *поведенческо съгласие* (compliance gaining), а в по-твърдите форми – *психологическа принуда* (psychological coercion). Казано накратко: *Вярвай в каквото искаш, но прави каквото искам от теб*¹⁸. Вторият модел е известен в социалната психология, като *убеждаване* (persuasion) и предполага *промяна в нагласите* (attitudes) *и/или в поведението* (behavior). Метафорично може да бъде представен с израза: *Харесай и повярвай на това, което ти казвам, и го направи*¹⁹. Третият модел на преднамерено влияние е *пропагандата* и е насочен към предизвикване на *промяна във вярванията* (beliefs) с очаквания за промяна

¹⁷ Цит. изт., с. 15.

¹⁸ Пак там, с. 15 - 16.

¹⁹ Пак там, с. 16.

на нагласите и последваща промяна в поведението. С други думи: *Повярвай в света, който ти рисувам, и действай в съответствие с неговите допускания и правила*²⁰.

3. Британските резерви.

Основни причини за напускането на Великобритания от ЕС са:

- Отговорност на Консервативната партия;
- Принос на Лейбъристка партия;
- Ролята на монарха;
- Разединението на британския бизнес и лондонското сити;
- Заслугите на Партията на независимостта на Обединеното кралство;
- Опити за вразумяване на британците от външни контрагенти;
- Отношението на ЕС;
- 350 млн. паунда седмично за Националната здравна система;
- Ключова дата в британската история.

Великобритания взема решението да напусне ЕС под напора на усещането за упадък и страх от алтернативата Франция и Германия да обединят Западна Европа. Цялата драма на връзката на Обединеното кралство с Обединена Европа личи от факта, че всички три досегашни британски национални референдуми са свързани с техните взаимоотношения. Само две години след приемането на Великобритания в Европейските общности лейбъристкото правителство на Харолд Уилсън провежда безпрецедентен национален референдум по въпроса за еврочленството на страната (1975 г.). Личи дълбокото вътрешно разделение в политическите формации и в британското общество по отношение на Европа. Вторият в историята на Обединеното кралство национален референдум, организиран от лейбъристкото правителство на Тони Блеър (1999 г.), е свързан отново с еврочленството на страната. Британците гласуват в полза на Обединена Европа, одобрявайки изборите за Европейски парламент във Великобритания да се провеждат по пропорционалната избирателна система, както във всички останали държави от Европейския съюз. В този смисъл, третият референдум, отново за членството на страната в ЕС, организиран този път от Консервативната партия, не е изненада. Но за разлика от първите два референдума, този път британците гласуват не за Европа, а против нея.

²⁰ Пак там, с. 16.

В международен план напускането на втората по големина икономика в Европейския съюз нанася сериозен удар върху позицията и репутацията на ЕС. Става дума за икономическото бъдеще, за реномето на Великобритания пред света, за разбирателството между поколенията в страната и за отношението към мигрантите.

След Брекзит Обединеното кралство, британската Общност на нациите, трансатлантическите отношения, европейската интеграция, а и светът, като цяло, откриват нова страница в своето развитие ²¹.

4. Мултикултурализъм.

Излизането от Съюза предполага сключването на стотици договори с трети страни, което отнема време и носи несигурност за крайния резултат. Адаптирането на икономиката в среда извън ЕС също представлява шок, подсилен заради съществуващите неясноти. Развитието на конкурентоспособна икономика и среда, привличаща свободните капитали е много различно в среда в и извън ЕС ²². Целта на подобни споразумения е да улеснят търговията и да я направят по-евтина, чрез сближаването на страните.

Великобритания определя свои собствени стандарти в области, като екологията и трудовото законодателство, но остава рискът достъпът ѝ до европейския пазар да бъде ограничен, ако се отклони твърде далеч. Механизъм за ребалансиране, управляван от арбитраж, позволява на всяка от страните да наложи мита, ако се установи, че техният бизнес е в неравностойно положение. От решаващо значение за Обединеното кралство е, че в страната не действа правото на ЕС или на Съда на ЕС. Компаниите в ЕС могат да оспорват държавната помощ, отпусната на конкурентите им от Обединеното кралство в британските съдилища. Британските компании се ползват с еквивалентни права в ЕС²³.

²¹ Денчев, Ст. и проф. д-р Никола Аврейски, ЕС и Великобритания след Брекзит. <https://geopolitica.eu/>. [Онлайн] 20.03.2018 г. <https://geopolitica.eu/2018/167-broy-1-2018/2772-es-i-velikobritaniya-sled-brekzit>. [13.02.2021 г.].

²² Цит. изт., с. 20.

²³ Кирчев, К. Какво включва споразумението. www.capital.bg [Онлайн] 08.01.2021 г. https://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/sviat/2021/01/08/4161013_sporazumenieto_mejdu_es_i_velikobritaniia_turgovska/ [25.01.2021 г.].

5. Оценка на явлението „Брекзит“.

Последиците от Брексит са широкоформатни и ще отекват дълги години. Решението и изходът от вота променят не само търговските отношения на Великобритания, но и живота на англичаните. Политическите манипулации излизат от нормата и сякаш и след референдума не спират. С комбинация от дързост и наивен популизъм британският премиер Борис Джонсън представя на сънародниците си споразумението като голям успех. Всички обещания от предизборната кампания през 2016 г. са изпълнени според него. Но това не е точно така. Споразумението е класически компромис, подобно на всички търговски споразумения. Нито една разпоредба не е по-добра от това, което Великобритания има, като членка на ЕС. Всеобхватното споразумение, което влиза в сила, е един свит вътрешен пазар, подготвен за по-нататъшното разделение на двете страни в бъдеще. От защитата на климата, през науката, чак до транспорта и борбата срещу тероризма се предвижда сътрудничеството да продължи²⁴.

Обобщение

За Брексит се дават най-различни символни определения, атестации и асоциации. Но Брексит носи своите заблуди на многомилionenното британско население. Всички конотации имат своя изначален произход. Всички жадуват за културно общество, разнообразие и егалитаризъм. Действа се извън наложените разумни стандарти. Нарушаването на всеки баланс води до драматични последици. Те понякога са непосилни и непреодолими от едно общество. Един вариант за излизане от подобно положение е пропагандата.

Наличието на психодрама означава поддържане на поляризацията сред обществеността. Когато има психодрама, се отклонява вниманието от важните въпроси. На карта се залага социалното благополучие и психичното здраве на населението. Става така, че чрез погрешно патологизиране се повлияват политическите предпочитания на

²⁴ Ригерт, Б., И все пак Брексит е историческа грешка. www.dw.com/bg. [Онлайн] 25.12.2020 г.
<https://www.dw.com/bg/%D0%B8-%D0%B2%D1%81%D0%B5-%D0%BF%D0%B0%D0%BA-%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%B7%D0%B8%D1%82-%D0%B5-%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0-%D0%B3%D1%80%D0%B5%D1%88%D0%BA%D0%B0/a-56058086> [25.01.2021 г.].

обществото. Брекзит се подкрепя от всякакви крайно леви и десни течения. Противопоставят се изтънчени срещу примитивни, които не разбират новото течение. Затова намирането на прийоми за по-добро разбиране на Брекзит е наложително по много причини. Ние можем да се поучим от миналото, да избягваме да повтаряме грешките си, да можем да се изслушваме, както и да изградим общо по-добро и единно бъдеще. Психодрамата изморява и обезсилва, но Брекзит окултурява. Той е резултат от психологически избори, социални сили и прилагане на рационален човешки капацитет. Начинът, по който обществото гледа на света, приоритизира нуждите си и формулира своите решения, е неразделна част от разбирането на Брекзит и прогнозирането на неговия изход.

ТРЕТА ГЛАВА

СПЕЦИФИКА НА СЪВРЕМЕННАТА БРИТАНСКА ПРЕСА – МАНИПУЛАЦИОННИ ТЕХНИКИ

1. Аспекти на проблема Брекзит – основни етапи и противопоставяния.

Темата „Брекзит“²⁵ става изключително коментирана в последните години не само заради значението на Великобритания за Европейския съюз, но и заради въпросите, които този случай повдига. На 24 декември 2020 г. Лондон и Брюксел подписват дългоочакваното и стратегически важно споразумение, което определя търговските им връзки. Великобритания окончателно вече не е част от ЕС. От 1 януари 2021 г. страната е извън единният пазар и митническият съюз на общността. Възникват въпроси, свързани с възможността на ЕС да се промени, за да постигне онзи баланс и консолидация, които да го превърнат във фактор във формирането на световния дневен ред. Също така възникват въпроси, свързани с отношенията не само вътре в самия ЕС, но и в неговите отношения към САЩ, Русия, Китай и разбира се - Великобритания ²⁶.

²⁵ В текста изписвам, чрез транслитерация BREXIT на бълг. език, а именно Брекзит.

²⁶ Градинаров, Б., Европа и Брекзит (Какво е бъдещето на Европейския съюз?). София: BISFRIM, 2019, с. 80.

2. Основни електронни издания - обект на анализ.

Процесът на превръщането на британския печат в средство за масово осведомяване е постепенен и бавен. Като повратна точка в неговото развитие се приема 1855 г., когато е отменен данъкът върху рекламирането в печатните издания. Още от 1853 г. се премахват редица такси, а отмяната на данъка върху печатната хартия през 1861 г. води до снижаване на цената на вестниците. Този факт автоматично позволява рязкото повишаване на тиражите на изданията.

Като цяло независимостта на журналистиката се отстоява, но нарастващата враждебност между лидерите на лейбъристите и на консерваторите – Гладстоун и Дизраели, придава все по-партиен характер на изданията. Тази тенденция обаче, се отразява положително на тиражите на популярните вестници – обект на настоящото изследване²⁷.

Към края на XIX век в печата във Великобритания се наблюдава тенденция към промяна на стила – той става по-лек и по-достъпен. През 1888 г. започва да излиза вечерният вестник „Стар“, издаван от ирландския политик и националист Т. П. О’Конър. Насочен към по-широка аудитория, вестникът публикува къси новинарски материали, предимно с човешки истории, написани с ясен и грабващ вниманието стил²⁸.

През 60-те години растящите цени стават причина за закриването на не един или два вестника. Често дадена компания, притежаваща вестник, представлява конгломерат, съчетаващ различни дейности и производства. И при всеки случай на неефективност или спадаци печалби тя е готова да закрие вестника и да прехвърли капиталите си към друга по-доходоносна сфера, без да се съобразява с традициите и дългогодишната издателска история. Тази практика се засилва при всяко падане на рекламните приходи, без да се държи сметка за високия тираж. Понякога обаче дадени издания, част от компания-конгломерат, получават финансова подкрепа от другите сфери на дейност на компанията. Сред факторите, стимулиращи развитието на пресата, е и обстоятелството, че във Великобритания се запазва престижът на титлите и често преуспяващи бизнесмени са готови да влязат и в медийната индустрия, подражавайки на модела на

²⁷ Пак там, с. 32.

²⁸ Пак там, с. 32-33.

някогашните вестникарски магнати, като заради дейността си получават благороднически звания. Това води до честа смяна на собствениците на вестниците^{29 30}.

3. Кодекс за практическа значимост на британската преса.

Всички представители на печатните медии са длъжни да се придържат към най-високите професионални и етични стандарти. Настоящият кодекс поставя рамката на тези стандарти. Наред с това той защитава едновременно правата на личността и правото на обществото да бъде информирано. Кодексът е крайъгълният камък на системата за саморегулиране, на която и пресата дава своя принос. Редактори и издатели създават всички възможности и предпоставки за спазването на Кодекса не само от страна на техните служители, но и от всички, които по някакъв начин участват в работата на съответното печатно издание. Придържането към този кодекс е необходимо и в тесен, и в широк смисъл. Нужна е такава интерпретация на документа, която да гарантира едновременно и правата на личността, и обществения интерес. Задължение на редакторите на дадено издание е да си сътрудничат с Комисията за жалби срещу печатните медии, така че най-справедливо да бъдат разрешавани всички проблеми и оплаквания³¹.

Вестниците и периодичните издания са длъжни да внимават, за да не публикуват неточни, подвеждащи или изопачени материали и снимков материал.

За вестниците, излизащи днес във Великобритания, е характерно почти пълното отсъствие на каквото и да е регулиране. Единственият по-важен документ, който по някакъв начин може да влияе върху пресата в страната, е Законът за обида и клевета. А органът, който се занимава с дейността на британския печат, се нарича Комисия за жалбите срещу печата и нейните решения се основават на специален Практически кодекс³².

²⁹ Цит. съч., с. 36.

³⁰ Илиев, В., Медиите във Великобритания и САЩ, ИЗД. „ПОЛИС“, С., 2000, с. 36-37.

³¹ Василева, М., В. Илиев, Медиите във Великобритания и САЩ, ИЗД. „ПОЛИС“ С., 2000, с. 43.

³² Пак там, с. 43.

Обобщение

Настоящата втора глава от дисертационния труд разглежда въпроса за появата на явлението „Брекзит“ – основни етапи и проблеми, както и неговата специфика. Британските вестници категорично набират скорост в своето развитие през годините, а политическото им влияние е безспорно – сугестиране на политици, агитатори, читатели. Заедно с това поднесената информация не винаги се отличава с пълна прозрачност и обективност. Това прави британския печат субективен. Тази част от медиите, която се стреми да информира (предимно предавания и няколко вестника), се оказва затруднена от възприетите журналистически норми за новинарски репортажи.

ЧЕТВЪРТА ГЛАВА

СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ НА БРИТАНСКАТА ПРЕСА ЗА БРЕКЗИТ

1. Методология на изследване.

1.1. Цел, задачи и хипотеза на изследването.

Основната цел е отразяване на явлението „Брекзит“ от местната британска преса.

За постигане на целта набелязваме следните *основни задачи*:

- 1. Да проучим и анализираме достъпната публична литература по отношение мястото на британската преса и възможностите за въздействие върху обществеността.*
- 2. Да проучим отношението на пресата към явлението „Брекзит“ и по-конкретно - възможностите за избор, които то дава на Обединеното кралство.*
- 3. Да проучим мнението на български редактори на вестници и да дадем отговор на въпроса - Брекзит продукт ли е на британската преса?*
- 4. Да проведем експеримент и да проследим динамиката по отношение на влиянието на печата.*
- 5. Да обобщим постигнатите резултати.*

Основната хипотеза, която издигаме в изследването е, че субективизма в отразяването на събитията, характерен за британската преса, безспорно е коректив на обществените нагласи.

1.2. Организация на изследването.

Организацията на изследването протича в четири етапа:

Първи етап (м. януари 2021 година – м. март 2021 година).

Основна задача в етапа на предварителната подготовка е да се проучи и анализира достъпната специализирана литература, свързана с темата, да се проучат публикациите за медиите, за явлението „Брекзит“, за манипулативните техники и подходи на влияние. Разработва се план-методика на изследването.

Втори етап (м. април 2021 – м. август 2021 година).

През този период се провежда изследване на достъпните публикации във водещи британски вестници относно темата „Брекзит“. Изследват се: основните позиции на автори по темата, основни аспекти на проблема и начина на представянето му пред аудитория, търсят се проекции на манипулативни техники, отразени в теоретичната част на настоящата дисертация; изучават се действия, функции, поведение, взаимодействие, взаимоотношения, фази, специфични характеристики и други.

Трети етап (м. септември 2021 – м. октомври 2021 година).

През този период изследваме огромен текстови масив от печатни публикации по изследваната тема; създава се съответен изследователски инструментариум, към който се придържа проучването.

Четвърти етап (м. ноември 2021 – м. декември 2021 година).

През този етап се извършва интервюиране на редактори от 35 български вестници-ежедневници, както и обработка (качествен анализ) и обобщаване на данните от експеримента и проучването.

1.3. Изследователски инструментариум.

Проучването се основава на контент-анализа³³, който е метод за качествен анализ на съдържанието на публикации по темата. Този метод изисква широка гама от познания и компетенции, които не могат да се впишат само в рамките на една дисциплина. Дава възможност да провери обществените нагласи и да проследи целенасочените усилия в посока формиране на определени нагласи и мнения сред аудиторията. Това позволява акуратно интерпретиране на получените данни и формирането на надеждни изводи.

³³ Танев, Т., Принципи на контент-анализа на документи, като изследователска техника, Унив. Изд., 1990.

По своята същност изследването е трансверзално, констативно и иновационно. Водещи подходи в практическата работа са *проблемно-структурният и системно-функционален*. За специфични цели при теоретичния анализ прилагаме *критико-аналитичен подход*, а при емпиричния анализ използвахме *евристичния и кибернетичен* подходи.

2. Качествен анализ на публикации в представените електронни издания.

В поредица от фигури в настоящия параграф представяме резултати от така проведеното проучване за отразяването на явлението „Брекзит“ от британската преса. Това са някои ключови публикации, които издават характера на публицистичен стил и влияние върху общественото мнение. Те са обобщени и анализирани от гледна точка темата на дисертацията. Резултатите от анализа ни позволяват да получим представа и да очертаем възможната перспектива пред обществеността.

Като особено разпознаваеми теми, дискутирани в британската преса, са:

- влиянието на мигрантската криза;
- световната финансова и икономическа криза;
- предимно негативното отразяване на новините за ЕС в не малка част от британските медии;
- темата „референдум“;
- темата „напускане/оставане“;
- икономически и финансови последици от Брекзит.

Темата за Брекзит в различните таблоиди се коментира различно – преекспонирано, хумористично, метафорично, карикатурно, драматично, паралелно, хиперболично. Почти не се констатира прозрачност и коректност на отразяваната информация. Поради това не може да правим решителни умозаключения и изводи по отношение на явлението Брекзит. При всички случаи феноменът предизвиква и провокира. С това оставя читателя сам да направи равносметката за себе си относно текущите събития. Така се делегира отговорност и ангажираност.

Минималистичният стил на британските таблоиди демонстрира една язвителност, помпозност, но и категоричност. Позициите на вестниците са ясно заявени, но и

сугестиращи. Апелират към размисъл самите читатели. Дори предикират решенията им. Тук определяща е само бързината на читателското възприятие.

Някои от изданията са по-креативни от други и поднасят информацията под формата на картинни изображения и/или карикатури (анимирани изображения). Определящ е акцентът при тях, както и избора на цветово съчетание. Цветовете увличат и говорят, носят послание и привличат за улеснена възприемчивост. Когато се привлекат повече читатели, това предполага възможността за повишен интерес към дискутираната тема. Колкото по-повишен е интереса към темата, толкова повече и по-дълго ще се дискутира тя в публичното пространство.

Всеки таблоид изразява това, което смята за редно, но като цяло всички пречупват действителността през собствения си мироглед. Повече от очевидно е, че отразяват лични и/или политически симпатии. Но се стремят да покажат различни гледни точки. Всеки има характерен почерк. И за да задържи аудиторията си, се стреми да въведе поддръжък изказ с всяко следващо издание. Защото статиите няма да умрат, но интересът към вестникарския стил, а съответно и към събитието Брекзит може да умре.

Журналистическият стил се подсилва освен от богатата фразеологичност, но и от силата на цветовете, императивността, фигурите, тропите, цялостната използвана лингвистика. Той трябва да бъде различен, открояващ се, но и разпознаваем. Защото конкуренцията е ясна и ожесточена.

Когато се използва картинно изображение на целта, вместо текст/слово, тогава възможността за обективно предаване на събитията е по-отчетлива и възможна. Читателят може да направи собствен анализ и ретардация на действията и да извлече поуката/изводите за себе си. Тук се спазват принципите на универсалност и документалност.

3. Количествен анализ на публикации в представените електронни издания.

Настоящото проучване се основава на изследвания, които имат за цел да разгледат отразяването на обстановката в британската преса по време на референдума за излизане на Обединеното кралство от ЕС. Данните (PRIME Research) са взети от девет национални британски вестника. Извадката включва британските издания: „Сън”, „Дейли мейл”,

„Дейли стар”, „Дейли експрес” и „Дейли мирър”, също така вестниците „Таймс”, „Гардиън”, „Файненшъл таймс” и „Дейли телеграф”³⁴.

В изследването са използвани различни ключови думи, за да бъдат идентифицирани новините и историите, свързани с ЕС по време на кампаниите за референдума като: референдум, Брекзит, вот „Оставане”, вот „Напускане”, кампания за „Оставане”, кампания за „Напускане”, евроскептици, еврооптимисти, пропаганда, манипулация. Изследването се базира на извадка от 3403 статии, споменаващи ЕС преди референдума, от които 2378 са силно фокусирани върху него, представлявайки основният обем на анализа. Тези статии включват точки от новини, части от мнения, както и уводни статии. Тази извадка включва по два дни от седмичното отразяване в пресата (вторници и съботи) за всяка една седмица от четиримесечният период на кампанията.

Обемът от статии е най-голям във в. „Дейли мейл” и „Дейли телеграф”. Таблоиди като „Дейли стар” и „Дейли мирър” имат по-малко, но са насочени към кампанията за „Напускане”. Таблоидите „Сън” и „Дейли Експрес” имат голям брой статии, фокусирани върху референдума предвид техния размер³⁵. Широко форматните вестници поставят статии, фокусирани върху референдума на първа страница, като „Дейли експрес” прави същото, показвайки своята силна политическа позиция. Размерът на статиите е най-голям при вестниците „Дейли мейл”, „Таймс” и „Гардиън”. Броят на статиите показва лека тенденция към нарастване с течение на времето, като третия месец надвишава този от първия месец. Последният месец броят е почти половината от този на всички статии, насочени към референдума за ЕС, представени като цяло в четиримесечният период.

Данните показват, че средно на ден през този период има 66 статии, фокусирани върху референдума в деветте вестника, или общо 2378 статии за периода на извадката. Обемът на новините за референдума за ЕС е най-голям в два десни вестника. „Дейли мейл” публикува 403 статии, фокусирани върху референдума, след което „Дейли телеграф” с 360 статии, следван от „Таймс” с 336 статии, „Файненшъл таймс” с 318, „Дейли експрес” с 275 статии и „Гардиън” с 271 статии. Таблоиди като „Дейли стар”

³⁴ Levy, A. L., David, Billur Aslan, Diego Bironzo. UK Press Coverage of The EU Referendum. Reuters Institute for the Study of Journalism. Published by the Reuters Institute for the Study of Journalism in association with PRIME Research. p. 7.

³⁵ Levy, A. L., David, Billur Aslan, Diego Bironzo. UK Press Coverage of The EU Referendum. Reuters Institute for the Study of Journalism. Published by the Reuters Institute for the Study of Journalism in association with PRIME Research. p. 12.

имат 47 публикации, „Дейли мирър“ със 119 броя, докато „Сън“ с 249 броя се нарежда след „Гардиън“. Трябва да се тълкуват тези цифри с известна предпазливост, поради различния размер на тези вестници, определен от общият брой на статиите, които публикува. Например, разглеждайки данните от извадка за четири дни в рамките на нашия период, общият размер на „Дейли стар“ и „Дейли експрес“ е много по-малък от останалите статии по отношение на общия брой статии от всички видове. Използвайки същия подход, виждаме ясен контраст между „Сън“ и „Дейли мирър“.

4. Анкетно изследване с редактори на български вестници.

В поредица от графики се представя изследването сред редактори на 35 български ежедневника. Анкетното изследване е проведено на случаен принцип. То е трансверзално и информативно. Цели събиране на журналистически мнения, които ще помогнат да се очертае обществената нагласа за влиянието на Брекзит.

Обобщение

Все още реалността е трудно да се осмисли и приеме. Когато събитията се обвържат и се направи съответния анализ, може да се начертае картина на действията и да се формулират конкретни очаквания за предстоящото. Пресата повлиява общественото мнение и посредством своята позиция си служи с редица пропагандни и манипулативни техники. Това се случва с постепенното политизиране на британския печат.

Основните отличителни черти, които се открояват за Брекзит, са:

- хаос – политически, граждански, печатен;
- стремеж към бързи резултати, без мисъл за последици и дългосрочно бъдеще;
- стремеж към хубавото, положителното на всяка цена;
- тенденция към стадно поведение;
- липса на отстъпчивост;
- прояви на мислено ограничение;
- прояви на алегоричност и стихийност в журналистическия стил;
- липса на съгласуваност и синхроничност в преговорите и дебатите.

От настоящото изследване се правят следните обобщения:

1. По първа изследователска задача – вестниците са наясно с представената концепция „Брекзит“; познават я; прилагат я в своята работа; отразяват я;

отделят ѝ значително внимание; в резултат на това постигат сугестираност върху британската общественост; това постигат, чрез възможностите на пропагандата, манипулацията (използвани са 6 от всички 8 възможни техники за манипулиране на Алвин Тофлър), лингвистиката и художествения стил.

2. По втора изследователска задача – богатството от разнообразни изрази средства и нюансирани чувства, претворени в единно журналистическо слово, е характерно за всеки един британски таблоид от разгледаните; избраните за разглеждане британски таблоиди са с най-голям многомилionen тираж, разпознаваеми са и най-масово четени от британските граждани; следователно тяхното многостранно развитие предполага и богато нюансираните поведенчески реакции сред гражданите; положителни и отрицателни линии на въздействие се редуват, като негативите могат да бъдат добър повод за внимание и допълнителна работа по изчистване на детайлите;
3. По трета изследователска задача – направеното проучване от други изследователи е ценно и интересно, тъй като направените изводи и обобщения от него допринасят за разкриване на още една гледна точка по отношение дискусиата „Брекзит“;
4. По четвърта изследователска задача – изследваните британски таблоиди показват повече доминация, повече индивидуалност и идеологичност; имат цикличност и плановост в представянето на статиите си, а отразената информация се отличава с целенасоченост; не показват ясна категоричност и решителност в своята професионална подготовка; отчетлива е социално-емоционалната нагласа към читателите; търсят сензационност и актуалност в своето злободневно звучене, което смятат, че продава;
5. По пета изследователска задача – представената информация е отразена целенасочено, стегнато, показателно; показва синтезираност и лично отношение на автора, който се стреми да остане обективен; направените обобщения ще помогнат да се обобщят гледните точки и цялостното състояние по дискутирания проблем.

Основни изводи са:

- Психологическото въздействие на „Брекзит“ е предизвикателство с важна амплитудна стойност. Ако разбиранията за „Брекзит“ не се уеднаквят, има реална опасност от предизвикване на национална катастрофа;

- „Брекзит“ комбинира възприятия, разбирания, предпочитания, избори, образи за себе си, нагласи, идеи, предположения, аргументи, заключения;

- „Брекзит“ е казус с нестихваща актуалност и той засяга цялата демократична същност. Великобритания е пример за нарушен обществен баланс и едновременно с това трябва да служи, като предупреждение за всички останали световни общества; това нарушава хомеостазата на обществото, а това директно води до „обществен стрес“ – това разстройва психическата цялост и благополучие;

- Психологията, разглеждайки „Брекзит“, конструира обяснения за него посредством обективни заключения на основата на формален метод. „Брекзит“ стъпва на научен психологически комуникационен подход, за да може да се разгледа от различни гледни точки и сценарии.

Реализирането на Брекзит е и политически ход, с което се цели достигане на повече власт и постижения. Това от друга страна, цели влияние над обществеността. Но важното е, че в целия този процес се нарушават редица етични закони, преминават се граници, поведението е неукротимо, получава се разделение в социалните слоеве. Следователно Обединеното кралство не може да се посочи като добър пример за цяла Европа по отношение на така създалата се ситуация.

Стремейки се да дефинира убеждаването върху населението, Джералд Милър, който прави опит да го разграничи от принуждаването, използва следната символика: *„Принуждаването приема формата на оръжия и икономически санкции, докато убеждаването разчита на силата на вербални и невербални символи. Често обаче, принуждаващите действия се предхождат от убеждаване. Ако то не успее, тогава влиза в действие принуждението. Голяма част от убеждаващия дискурс е индиректно принуждаващ. Убеждаващата ефективност на посланията често зависи от достоверността на заплахата или ползите“*.

Разказите, които се разпространяват за Брекзит под различна форма, показват един мироглед, който е симптом на масова тревожност. Тези разкази изискват внимание, защото объркват обществото и с това предизвикват неговия стрес. Текущите събития са резултат от дългосрочното историческо влияние. Големите събития зависят от актуални събития, моментни решения, текущи нагласи и съвременни действия. Но щом Брекзит зависи от обикновени фактори, то означава, че ние също можем да се намесим. Психологията ни дава това право и сила.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящата дисертация разглежда изключително популярната и широко застъпена навсякъде тема през последните години в областта на психологическата наука и комуникационната практика, а именно явлението „Брекзит“ и излизането на Великобритания от ЕС. Специално място бе отделено на разбирането за явлението/феномена и съпътстващите го ефекти. Отделено е също така място и на влиянието на медиите, как и кога се проявява; на колаборацията, която се образува между медиите и политиката; на психологическото влияние на медиите върху общественото мнение с помощта на психологически механизъм. Представени са важни практически експерименти, от които зависи цялостното възприемане на „Брекзит“.

Анализът на резултатите от проведеното авторово изследване онагледява основните нагласи на поведението и емоционалната нагласа на медиите и обществеността към „Брекзит“. Изследването показва само и единствено техните отношения и информираността на вестниците относно съществуващия проблем.

Заключителната част на дисертацията е насочена към открояване на значимостта на изследвания проблем, доказана с резултатите от него. Направените и представени проучвания в четирите части на труда дават основание да се направи извода, че *основната теза и хипотеза са доказани.*

След решаване на поставените в началото задачи може да се заключи следното:

1. Обхватът на Брекзит в обществените представи зависи от социалното конструиране на медийните публикации.
2. Референдумът във Великобритания е класически пример за това как политици и общественост определят дневния ред и, че новинарските медии имат краткосрочни, но значими ефекти.
3. Относно Брекзит манипулацията ролята на медиите е главоломна. Следователно Брекзит е произведение/продукт на британската преса. И бих казала, че ако не беше действано така от тяхна страна резултатът от референдума щеше да бъде на 100% противоположен на сегашния. Британските вестници категорично се намесват в политическите дебати по време на референдума за Брекзит, чрез декларации на позиции на редакторите със стратегическа цел: да въздействат на политици, агитатори и читатели. Освен това те поднасят по време на кампанията материалите си пълни с неверни твърдения, преувеличение на фактите,

изкривяване на информацията и презрение на традиционните източници на информация. Голяма част от британската преса е устремена към обикновена пропаганда. Тази част от медиите, която се стреми да информира (предимно предавания и няколко вестника) се оказва затруднена от възприетите журналистически норми за новинарски репортажи.

4. Явлението „Брекзит“ променя изцяло външната политика на територията на Великобритания и на територията на целия Европейски съюз. Това се отразява и в международен икономически план и засяга потреблението на стоки и услуги за населението. За да се проучи явлението, се правят анализи и се създават прогнози. Настоящата дисертация акцентира върху резултатите от наличната документална, справочна и електронна информация. Наличните трансформационни процеси ще оставят своя отпечатък върху живота на обществеността.
5. Великобритания напуска Европейския съюз на основата на Споразумението за оттегляне. Споразумението предвижда организирано осъществяване на Брекзит. То включва права на гражданите и плащанията към Европейския съюз; урежда договорни условия и механизми за решаване на спорове. Като цяло Брекзит донася суверенитет на страната, но понижава нейното благосъстояние. Мненията „ЗА“ и „ПРОТИВ“ Брекзит продължават своята разнопосочност.
6. В резултат на извършеното наблюдение и обследвания литературен и печатен материал става ясно, че явлението „Брекзит“ се преекспонира от страна на медиите и печата. Наблюдава се съответното психологическо влияние - социална апатия, безразличие и скептицизъм. Всички те от своя страна, пораждаат агресия и манипулация на международната сцена. Тези негативни поведенчески явления се разпространяват в различни области на обществения живот. Последниците ще оставят своя дълготраен отпечатък в историята. Сред най-активните британски вестници, които се разделят на лагери, са: „Гардиън“, „Таймс“, „Дейли мирър“, „Файненшъл таймс“, „Икономист“, „Сън“, „Дейли телеграф“, „Сънди таймс“, „Дейли мейл“.
7. Факторът „Брекзит“ генерира огромна стратегическа промяна за целия ЕС. Адаптацията към новата външнополитическа реалност е специфичен процес.

НАУЧНИ ПРИНОСИ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. На основата на проучения международен опит и интерпретацията на теоретичните постановки от водещи научни публикации в настоящото дисертационно изследване се изгражда теоретичната рамка на тактическия модел на Алвин Тофлър за голямата лъжа и манипулативните техники, както и взаимодействието между медиите и политиката и тяхното силно влияние върху широката общественост.
2. Адаптирани са критерии и процедури за оценка на причините, довели до напускането на Великобритания от ЕС, както и съществуващите противоречия между Острова и ЕС.
3. За емпиричното изследване се използва метода на сравнителния анализ: проучване на първични и вторични данни относно британската преса и откритата насока на Великобритания; доказана е посочената в увода на настоящото изложение взаимовръзка/корелация.
4. Провеждане на анкетно изследване – проучване мнението на редактори на български ежедневници, които помагат да се установи обществената нагласа спрямо Брекзит.
5. Обосновава се необходимостта от провеждане на собствено проучване на медийни публикации, за да се онагледят теоретичните твърдения, както и се идентифицира позицията на български редактори на ежедневници относно разглежданото явление; оценяване влиянието на основни фактори върху поведението и позицията на обществото.

**Списък на публикациите на Паолина Желева,
свързани с дисертационен труд
на тема
„Медийни манипулации и обществено мнение. Сравнителен анализ на
британската преса за Брекзит“**

1. Желева, П., Брекзит – продукт на британската преса, - В: Сборник с доклади от докторантски семинар, №3, УНСС, 2022.
2. Желева, П., Брекзит – психологическо и комуникационно влияние, - В: Медии и обществени комуникации, №5, 2022: <https://www.media-journal.info/?p=item&aid=443> – проверен на 16.03.2023 г.
3. Zheleva, P., Brexit dilemmas: the UK Leaving the EU or Not, - В: 8-th International Conference of ASECU Youth, 2019, pp. 2010-216.

ПРИЗНАТЕЛНОСТ

Изразявам признателността си към моя научен ръководител –

Проф. д.н. Ивайло Христов Христов

за интелектуалната и морална подкрепа,

която усещах през целия период на докторската програма.

Благодаря на моето семейство за психо-емоционалната опора.

Сега, когато виждам резултата от моите четиригодишни усилия,

си давам сметка, че всички лишения са си стрували

и че изпитанията в моя професионален опит

ми се отплатиха.

Това прави живота ми още по-пълноценен!