

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie
Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej

S t r e s z c z e n i e r o z p r a w y d o k t o r s k i e j

Tytuł rozprawy

**Rola brytyjskich tabloidów w kampanii referendalnej w sprawie
członkostwa Wielkiej Brytanii w Unii Europejskiej w 2016 roku.
Od populizmu i politycznego zaangażowania do dezinformacji**

Imię i nazwisko autora
Robert Berliński

Promotor
dr hab. Marcin Szewczyk, prof. WSiIZ

Rzeszów 2025r.

Streszczenie

Rola brytyjskich tabloidów w kampanii referendalnej w sprawie członkostwa Wielkiej Brytanii w Unii Europejskiej w 2016 roku. Od populizmu i politycznego zaangażowania do dezinformacji

Rozprawa doktorska poświęcona jest analizie oddziaływania pięciu wiodących brytyjskich tabloidów na opinię publiczną w trakcie trwania kampanii referendalnej w sprawie członkostwa Wielkiej Brytanii w Unii Europejskiej w 2016 r. Do tych tabloidów zaliczono „The Daily Express”, „The Daily Mail”, „The Sun”, „The Daily Mirror” i „The Daily Star”. Przedmiotem badań są przede wszystkim działania dezinformacyjne wymienionych gazet, przy czym przyjęto, że dezinformacja to świadoma prezentacja fałszywych informacji dla osiągnięcia zakładanego celu.

Celem badań było zdefiniowanie roli i określenie zakresu oddziaływania wybranych tabloidów na przebieg i rezultat kampanii referendalnej w sprawie wyjścia Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej w 2016 r. (potocznie określane jako Brexit). Ponadto badania miały wyjaśnić w jakim stopniu przebieg dyskursu prasowego wokół Brexitu determinowany był dezinformacją uprawianą przez tabloidy oraz określić czy analizowane tytuły prasowe wykorzystywały swoją pozycję na rynku medialnym do kształtowania populistycznych postaw swoich odbiorców wobec najważniejszych tematów społeczno-politycznych.

Analizę oparto na głównym problemie badawczym oraz problemach szczegółowych. Główne pytanie badawcze dotyczyło tego, w jakim stopniu dezinformacyjna publicystyka tabloidów wpływała na kształt i treść publicznej debaty w sprawie członkostwa Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej. Kolejne problemy dotyczyły roli codziennej prasy w kształtowaniu opinii brytyjskiego społeczeństwa, bilansu członkostwa Wielkiej Brytanii w Unii Europejskiej, dezinformacji jako narzędzia zniekształcania faktów i wpływania na poglądy społeczne oraz zasadniczych metod i techniki dezinformacji wprowadzonych do arsenału działań tabloidów, które okazały się najbardziej skuteczne i najłatwiej przyswajane przez Brytyjczyków.

W ścisłej korelacji z problemami badawczymi sformułowano hipotezy robocze. Główna hipoteza zakładała, że dezinformacyjne dziennikarstwo uprawiane przez wiodące brytyjskie tabloidy w znacznym stopniu determinowały kształt debaty publicznej wokół Brexitu oraz przyczyniło się do zwycięstwa przeciwników obecności Wielkiej Brytanii w Unii Europejskiej w referendum z 2016 r., a w konsekwencji do jej opuszczenia. Trafność tej hipotezy oraz kilku hipotez szczegółowych zostało potwierdzone w trakcie

przeprowadzonych badań, które w głównej mierze oparto na jakościowej metodzie badań – analizie treści.

Badania wykazały, że tabloidowa prasa umiejętnie wykorzystała i podsyciała wieloletnią frustrację Brytyjczyków spowodowaną problemami życia codziennego, a pięć analizowanych gazet miało duży wpływ na kształtowanie opinii publicznej oraz przebieg i kierunek dyskursu politycznego wokół kluczowego dylematu: pozostać w Unii Europejskiej czy ją opuścić. Analiza treści tabloidów wykazała, że były najaktywniejszymi tytułami, które legitymizowały Brexit poprzez odwoływanie się do antagonistycznych interesów społecznych, wątków nacjonalistycznych czy wręcz ksenofobicznych, strasząc obcymi – w tym wypadku zalewem imigrantów. Tabloidy stosowały dezinformację oraz emocjonalną manipulację prezentując kwestie gospodarki, imigracji, suwerenności oraz w sferze kreowania populistycznego konfliktu elity vs. „zwykli ludzie”. Wprawdzie nie kreowały nowej rzeczywistości politycznej, ale poprzez umiejętne eksponowanie wybranych informacji oraz ich „rozdmuchiwanie” przyczyniały się do zmiany opinii publicznej.

Rozprawa składa się ze wstępu, pięciu rozdziałów, zakończenia z wnioskami oraz wykazu wykorzystanej w pracy literatury. Zastosowano dość eksperymentalne rozwiązanie rozpoczynając rozważania częścią metodologiczną. Nie było ono podyktowane prostym przeniesieniem dość powszechnego w tym względzie wzorca z literatury anglojęzycznej, ale zdecydowały o tym kwestie utylitarne. W rozdziale pierwszym – metodologicznym, na wstępie zaprezentowano główne założenia teoretyczne badań, w tym wyjaśniono istotę pojęcia Brexit, dokonano wstępnej oceny postawy brytyjskiej prasy wobec ewentualnego wyjścia kraju z UE, omówiono główne pozycje literatury przedmiotu, które odnosiły się zarówno do kwestii politycznych, ale też do problematyki prasoznawstwa, dezinformacji, populizmu. W drugiej części rozdziału skupiono się na problemach stricte metodologicznych, a więc zaprezentowano przedmiot i cele badań, hipotezy badawcze oraz metody badań, wraz z szerokim uzasadnieniem. Omówiono zakres, czas i ograniczenia badawcze, które wpływały na powodzenie procesu badawczego.

Rozdział drugi poświęcono przedstawieniu roli codziennej prasy w Wielkiej Brytanii i jej wpływu na kształtowanie świadomości społecznej, zarówno w perspektywie historycznej, jak i współczesnej. Zaprezentowano podstawy prawne rynku medialnego w Wielkiej Brytanii oraz dokonano charakterystyki tego rynku. Szczególną uwagę poświęcono procesowi kształtowania się rynku prasy tabloidowej w Wielkiej Brytanii oraz zjawisku populizmu, który jest nieodłączną cechą prasy tabloidowej.

W rozdziale trzecim skoncentrowano się na problematyce dezinformacji i jej wpływu na kształtowanie opinii publicznej. Niezbędne dla osiągnięcia założonego celu było przedstawienie i krytyczna analiza wielu definicji i wyjaśnień istoty dezinformacji funkcjonujących w literaturze przedmiotu oraz celów, jakim służy i metod, za pomocą których jest rozpowszechniana. Ważną częścią rozdziału była próba zdefiniowania pojęcia opinii publicznej oraz określenia, w jaki sposób dezinformacja może wpływać na jej pożądaną kształt.

W rozdziale czwartym dokonano charakterystyki relacji pomiędzy Wielką Brytanią a Unią Europejską w okresie członkostwa państwa brytyjskiego w tej organizacji, ponieważ kształt i jakość tych stosunków tworzyły podwaliny pod Brexit. Duża część rozważań dotyczyła bezpośrednich i pośrednich przyczyn opuszczenia przez Wielką Brytanię Unii Europejskiej. Rozdział został zwieńczony próbą wyjaśnienia roli tabloidów w kształtowaniu stosunku Brytyjczyków do Unii Europejskiej

Rozdział piąty, empiryczny, całkowicie oparty na badaniach własnych, poświęcono prezentacji form i metod dezinformacji podejmowanych przez tabloidy w kampanii referendalnej. W analizie treści badanych tabloidów, pod kątem stosowania dezinformacji, wyodrębniono, opisano i oceniono cztery najistotniejsze grupy tematyczne: gospodarkę i bezpieczeństwo socjalne, imigrację, suwerenność i tożsamość narodową oraz konflikt elit ze „zwykłymi ludźmi”. Rozdział zamykają wnioski z przeprowadzonych badań.

Praca ma charakter nowatorski, bowiem brak jest opracowań dotyczących działań czysto dezinformacyjnych tabloidów, celowo wprowadzających w błąd opinię publiczną. Może wypełnić istniejąca w tym względzie lukę badawczą. Podjęty w niej problem nie dotyczy tylko dezinformacyjnych praktyk mediów w okresie kampanii referendalnej w Wielkiej Brytanii, ale jest o wiele szerszy – dotyczy kierunku w jakim zmierzają media w dobie nowoczesnych technologii i wszechobecnego Internetu.