

ДОКЛАД

Антидемократичната пропаганда в България

Втора част.
Медиите онлайн през 2017 г.
Честотно измерване и анализ
на съдържанието

Фондация за хуманитарни и социални
изследвания – София



**AMERICA FOR
BULGARIA
FOUNDATION**

„Подкрепата за Финансираната страна - Фондация за хуманитарни и социални изследвания (ФХСИ) е осигурена от Фондация Америка за България. Изявленията и мненията, изразени тук, принадлежат единствено на Финансираната страна - ФХСИ и не отразяват непременно вижданията на Фондация Америка за България или нейните партньори“.



ЕКИП:

Боян Знеполски (ръководител)

Петя Чалъкова

Константин Павлов

Димитър Вацов

Изследването е осъществено в рамките на проект „Антилиберални дискурси и пропагандни съобщения в българските медии“. Подкрепата за Финансираната страна - Фондация за хуманитарни и социални изследвания (ФХСИ) е осигурена от Фондация Америка за България. Изявленията и мненията, изразени тук, принадлежат единствено на Финансираната страна - ФХСИ и не отразяват непременно вижданията на Фондация Америка за България или нейните

AMERICA FOR

BULGARIA

FOUNDATION

СЪДЪРЖАНИЕ

РЕЗЮМЕ	3
МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО	10
I. ОБОБЩЕН АНАЛИЗ НА ДАННИТЕ И ТЕНДЕНЦИИТЕ В РАЗВИТИЕТО НА ЧЕТИРИТЕ ОСНОВНИ ТЕМИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО	13
I.1. ЗАЛЕЗЪТ НА ЕВРОПА	16
I.2. ПРОДАЖНИТЕ ЕЛИТИ НА БЪЛГАРИЯ	20
I.3. САЩ И НАТО КАТО ГЛОБАЛЕН КУКЛОВОД-ХЕГЕМОН	25
I.4. ВЪЗДИГАНЕТО НА РУСИЯ	29
I.4.1. „НАРАСНАЛАТА ПОЛИТИЧЕСКА И ДУХОВНА МОЩ НА РУСИЯ“ И „МОЩТА НА РУСКОТО ОРЪЖИЕ“	29
I.4.2. ВРАГОВЕТЕ НА РУСИЯ	35
I.4.3. КРИМ И УКРАЙНА. САНКЦИИТЕ СРЕЩУ РУСИЯ	40

РЕЗЮМЕ

Изследването на пропагандните съобщения в българските медии през 2017 г. прилага методологията, използвана при изследването на периода 2013-2016 г. – то комбинира честотни измервания на употребата на пропаганден език в българските онлайн медии с анализ на съдържанието на публикации от избрани пикови дни (виж Доклада „Антидемократичната пропаганда в България. Първа част. Информационни сайтове и печатни медии: 2013 – 2016 г.¹). Отправна точка са четирите опорни точки на популистката пропаганда, идентифицирани чрез семантичен анализ: 1. „Залезът на Европа“; 2. „Продажните елити на България“; 3. „САЩ/НАТО като световен хегемон-кукловод“; 4. „Въздигането на Русия“. Изследването позволява да се очертаят тенденциите в разпространението на популистката пропаганда в българските медии през 2017 г.: както нейния общ ръст спрямо предходните години, така и смяната на акцентите в пропагандната стратегия – усилването или отслабването на активността по отделните опорни точки и измененията в съдържанието на всяка една от тях.

През 2017 г. се наблюдава относително слаб ръст на публикациите, съдържащи ключовите думи на пропагандния речник, в сравнение с предходната 2016 г. Ако през 2016 г. общият им брой е 35 292, то през 2017 г. броят им е 37 636, тоест с 6.6% повече. Нарастването на общия брой на пропагандните материали същевременно е съпътствано от промяна в динамиката на развитието на различните тематични полета на пропагандата. **Темата „Залезът на Европа“ бележи рязък спад на пропагандните материали (-52%), докато по темата „Продажните елити на България“, напротив, броят им рязко се увеличава в сравнение с предходната година (+46.5%).** По темата „САЩ/НАТО като глобален кукловод-хегемон“ се наблюдава известно нарастване на публикациите (+17.7%). Темата „Въздигането на Русия“ също бележи развитие в зависимост от еволюцията на съдържащите се в нея подтеми. Публикациите по подтемите „Политическата и духовна мощ на Русия“ и „Мощта на руското оръжие“ бележат значителен ръст (съответно +46% и +44%). При публикациите по темите „Крим и Украйна“ и „Враговете на Русия“ откриваме обратната тенденция – отчетлив спад (съответно -45% и -20%). По темата „Санкциите срещу Русия“ публикациите са сравними по брой с предходната година, като дори бележат лек ръст (+5%).

¹ Достъпен на: http://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2017/04/REPORT_PART1_BG.pdf

ОБЩИТЕ ИЗВОДИ СА:

- 1.** Откритата геополитическа пропаганда отстъпва позиции за сметка на пропагандата за „домашна употреба“ - жилото на пропагандата в български контекст масирано се насочва срещу вътрешните политически и икономически противници, като предпочитаните цели са реформаторските политически партии и реформаторските политики, например съдебната реформа. Публикациите, охулващи „продажните соросоиди и безродници“ у дома през 2017 г. (16703 статии) почти се изравнява с броя публикации по всички останали семантични гнезда (общо 20933 статии по другите опорни точки за същия период). За сравнение през 2016 г. по всички останали семантични гнезда са регистрирани 23898 публикации спрямо 11394 статии, използващи речника на „Продажните елити на България“, т.е. външнополитическата пропаганда тогава надхвърля два пъти вътрешнополитическата.
- 2.** Наблюдава се общ лек спад на пропагандната активност по геополитическите теми (2016 г.: общо 23 898 публикации; 2017 г.: общо 20 933 публикации), като това е свързано със сериозни вътрешни размествания на активността по отделните геополитически опорни точки.
- 3.** Атаките срещу ЕС рязко спадат очевидно с оглед на неспадащата висока популярност на Съюза сред българските граждани, както и заради българското председателство на Съвета на Европейския съюз.
- 4.** По отношение на Русия се наблюдава рязка промяна на пропагандните приоритети в полза на пряката позитивна пропаганда, възхваляваща политическата и духовна мощ на Русия и руското оръжие, за сметка на дефанзивния пропаганден език, обругаващ враговете на Русия или оправдаващ анексията на Крим. По темата за санкциите срещу Русия публикациите запазват равнището си от 2016 г., но акцентът се превъзвръля върху изтъкването на негативните последици за цяла Европа.
- 5.** САЩ, НАТО и Западът продължават да са главен Глобален Злодей, като активността тук също нараства, макар да се наблюдават известни промени в образа на САЩ след избора на Доналд Тръмп за президент: тенденцията е НАТО и Пентагона да бъдат превърнати в привилегирания враг (а за Тръмп да се запази опцията „приятел“).

Тези общи изводи са подкрепени и деайлизирани чрез анализ на съдържанието на статии в пикови дни, както следва:

Значителният спад на пропагандните материали по темата „Залезът на Европа“ може да се обясни с високата и дори нарастваща популярност на ЕС сред българските граждани, както и сред гражданите на другите страни членки на съюза – популистката пропаганда се отказва да атакува фронтално ЕС, за да не се конфронтира пряко с доминиращите обществени нагласи. Това, че директната атака срещу ЕС е непродуктивна пропагандна стратегия, се видя от резултатите от българските парламентарни избори през март 2017 г., в които партиите, използващи екстремно езика на популистката пропаганда, не получиха парламентарно мнозинство. Българското европредседателство, за чието популяризиране част от пропагандните медии получават финансиране, също е обяснение за ниския брой пропагандни публикации по тази тема. Атаките срещу ЕС са не само сравнително малко на брой, но са и умерени по своя тон. Основните им акценти обаче остават непроменени спрямо предните години и са следните: обвинения, че ЕС е пряко отговорен за бежанската вълна и за процеса на ислямизация на Европа; изболичаване на ценностната разруха на ЕС, който е отстъпил от изконните християнски ценности и е поставил в опасност националния суверенитет на страните членки; заклеймяване на либералните елити, доминиращи ЕС, като напълно деструктивни, доколкото свеждат съюза само до пазар, а светогледа на европейците само до нуждите на потреблението. Като отговор на тези заплахи в пропагандните публикации се препоръчва спешно и спасително сближаване на ЕС с Русия.

Публикациите по темата „Продажите елити на България“ свидетелстват за осезаемо усилване на тенденциите от предходните години. Както вече подчертахме в доклада за периода 2013-2016 г., антидемократичната пропаганда в България, макар да заема наготово опорните точки и дори директно калкира част от речника на руската пропаганда, най-често ги използва за свои локални тактически цели. Тя служи за захващане на държавата от локалните олигарси, които използват притежаваните или финансирани от тях медии, за да набедят за “чужди агенти” и “марионетки” и да дискредитират с всички възможни средства своите противници: проевропейски партии и политици, пролиберални медии, правозащитници, еколози и т.н. Привилегирована мишена на пропагандните публикации е съдебната реформа, нейните инициатори и поддръжници. И при тази тема избирането на Доналд Тръмп за президент, макар да няма пряко отношение към нея, се възприема като окуражаващ сигнал, който прави

пропагандата по-самоуверена и по-арогантна. Тонът и езикът на публикациите погазват всички стандарти на професионалната журналистика, превръщайки се в бухалка за саморазправа с личността на противниците. Стратегията на обругаването включва: дежурните предикати “соросоид”, “грантаджия”, “марионетка” и т.н.; разрушаване на професионалната репутация на противниците; внушения за правния им статус („подсъдимите“, „обвиняемите“) и т.н. По отношение на реформаторските политики, като съдебната реформа, пропагандните публикации отново пропускат анализите и аргументите, за да преминат направо към охулване на техните инициатори и поддръжници.

Темата „САЩ и НАТО като глобален хегемон-кукловод“ е белязана изключително от избирането на Доналд Тръмп за президент на САЩ. В резултат от това ключово събитие образът на САЩ в пропагандните публикации се раздвоява на: “лошия” САЩ на предишните американски администрации (Клинтън, Буш, Обама), на американския политически и бизнес истаблишмънт, от една страна; и “добрия” САЩ на Тръмп и американския народ, от друга страна. През първата година от управлението на Тръмп Държавният департамент и Пентагона продължават да се смятат за приемници на предишната американска външна политика. НАТО и Пентагона са двете взаимозаменими имена, символизиращи агресията и колониализма на Запада. Основните пропагандни акценти по тази тема са следните: избирането на Тръмп за президент поражда очакванията за скорошен и тотален разгром на неолибералните, соросоидни, глобилистки елити и рязък обрат в американската външна политика в посока на сближаване с Русия; изказването на Тръмп, че „НАТО е отживелица“, се превръща в лайтмотив на пропагандните публикации, които усърдно тиражират мнението, че Северноатлантическият съюз е фрагмент от миналото, организация без бъдеще; образът на САЩ като хегемон се завръща всеки път, когато американската външна политика засяга пряко руските интереси, като например военната намеса на САЩ в Сирия или американския закон за “чуждите агенти”, който пряко засяга руски пропагандни медии.

Темите „Нарасналата политическа и духовна мощ на Русия“ и „Мощта на руското оръжие“ са във видим подем в сравнение с предходната година. Причина за това е преместването на акцента на пропагандата върху директното възхваляване на Русия за сметка на по-слабия интерес към изобличаването на нейните врагове. Основание за промяната на тона в България е и регистрираната в множество международни анализи промяна в тона на официалните говорители и медии на Кремъл – в търсене на път за „нормализация“ на анексията на Крим чрез

по-миролюбив език и за отмяна на санкциите. Обективно основание за този стратегически ход са завръщането на Русия на международната сцена чрез решителната ѝ намеса във войната в Сирия, напредъкът на руската военна индустрия и разширяването на международните пазари на руско оръжие. Освен това по тази тема пропагандата максимално се възползва от традиционно топлите чувства и културните стереотипи на българите относно Русия. Основните пропагандни акценти по темата са следните: именно руската военна намеса, а не западната, се представя като решаваща за успешното приключване на войната в Сирия; за разлика от НАТО и САЩ, които са агресори, Русия е миротворец и гарант на спрещливостта в Сирия; руското оръжие печели все по-обширни международни пазари, като е на път да навлезе и в традиционните пазари на американското оръжие (Турция, Ирак, Саудитска Арабия); руската политическа и духовна мощ се измерва с изключителната популярност на Русия сред българските граждани, за което свидетелстват НПО като НД „Русофили“, сдружение „Приятел на Русия“, годишните събори на русофилите край язовир Копринка, честванията по случай 3-ти март и т.н.; въвеждането в европейски мащаб на разграничението елити-народи: русофобията е характерна за либералните елити (в българския случай политическите и интелектуални елити, формирани и платени от Запада), докато народите и обикновените хора на Европа са настроени русофилски.

Темата “Враговете на Русия” е в отстъпление по броя на пропагандните публикации в сравнение с предишната година, като причина за това могат да бъдат изтъкнати реструктурирането на пропагандата в посока на възхваляването на Русия, но и промененото отношение към САЩ след избирането на Доналд Тръмп за президент. Големият и безспорен враг на Русия е НАТО. Отношението към САЩ става двойствено: от една страна, САЩ са исторически враг, който продължава да се възприема по този начин; от друга страна, върху този негативен исторически образ започва да се наслагва позитивният образ на Доналд Тръмп. Врагът САЩ се асоциира с близкото минало, с фигурите на Барак Обама и Хилъри Клинтън, докато Доналд Тръмп се възприема като предвестник на нова епоха: САЩ ще се откажат от своята световна хегемония и отношенията с Русия коренно ще се променят. ЕС в много по-малка степен е представян като заплаха за Русия. Разбира се, той е враг, докато все още е васал на САЩ и под техен натиск провежда политиката на санкции срещу Русия. ЕС е обвиняван и в русофобия, но тя се приема като отглас на американската. Освен това ЕС не се разглежда като хомогенно цяло, европейските страни са диференцирани според отношенията им към Русия. Сред европейските лидери най-негативно е отношението към Ангела Меркел и Тереза Мей. Двойката русофобия-русофилия е интерпретирана по

интересен начин. Русофобията е определяна като някакво заболяване, което е изцяло деструктивно в национален и международен план. Русофилията се отъждествява с разумната политика, която всяка една европейска страна трябва да следва, за да осъществи националните си интереси. Тази разумна и национално отговорна политика по презумция е съзвучна с приоритетите и целите на руската външна политика.

Осезаемият спад на пропагандните публикации по темата „Крим и Украйна“, както и лекото увеличаване на броя им по темата „Санкциите срещу Русия“ могат да се обяснят с промяна на пропагандната стратегия. Руската теза за Крим като “изконно руски” вече е наложена в българското публично пространство, затова непрестанното ѝ преповтаряне само би могло да изостри разделението в обществото. За сметка на това противопоставянето на санкциите би могло да срещне по-широка подкрепа, дори сред обществени кръгове, които не споделят руската теза за Крим, но споделят тезата за негативните икономически последици от санкциите. Основните акценти по темите „Крим и Украйна” и „Санкциите срещу Русия” са следните: все повече западни политици, експерти и интелектуалци започват да споделят тезата, че Крим е руски, а в Украйна с активната подкрепа на Запада е извършен държавен преврат; санкциите са въведени от неолибералните американски и европейски елити, но от тях страдат европейските народи; сред западните политици срещу санкциите са Доналд Тръмп и Марин льо Пен, тоест политиците, които изразяват волята и желанията на своите народи; санкциите са не само несправедливи спрямо Русия, но най-вече неизгодни за европейските страни; позицията на България не може да бъде друга освен настояване за отмяна на санкциите, тъй като страната е свързана с Русия с дълбоки исторически, духовни и генотипни връзки.

През 2017 г. пропагандата започва да променя и своята топография. През периода 2013-2016 г. тя използва карта, на чиито полюси са разположени непримиримите врагове: на единия полюс са НАТО и САЩ, а на другия е Русия, по средата е ЕС, който е васал на САЩ, но има вероятност да се преориентира към Русия. Върху тази хоризонтална топография пропагандата през 2017 г. наслагва все по-отчетливо една вертикална топография, основана на делението между елити и народи. Вертикалната поляризация, стояла досега като фон на хоризонталната поляризация между Запада и Русия, сега взема превес: Интересите на арогантните и хищни космополитни елити, наричани “глобалисти”, “соросоиди”, “неолиберали”, са противопоставени на интересите на националните общности и обикновените хора. Това противопоставяне пронизва всички страни,

преминава от САЩ, през страните от ЕС и достига до България. В това противопоставяне Русия е на страната на европейските народи в борбата им срещу глобалистите. В речника на пропагандата да служиш на интересите на страната си означава да бъдеш приятел на Русия. Двете неща са неотделими и взаимно се предполагат.

МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Изследване е осъществено чрез автоматичната система SENSIKA. Още в първия доклад „Антидемократичната пропаганда в България. Първа част. Информационни сайтове и печатни медии: 2013-2016 г.“ беше изготвена и приложена методологията, посредством която да се събира и обработва големият масив от данни, който системата предоставя. През 2017 г. SENSIKA проверява в реално време и архивира съдържанието на над 3500 сайта с българско медийно съдържание (онлайн медии, блогове, агрегатори, форуми, социални медии). Системата запазва архивирания материал и това позволява на ползвателя да намира информация назад във времето, дори тя вече да е била заличена като съдържание от интернет пространството. Всички статии и публикации се регистрират с час, дата, източник и връзка към оригиналната публикация.

При честотното измерване и анализа на пропагандните публикации в българските медии през 2017 г. са спазени всички условия, при които се осъществи събирането на данни за периода 2013-2016 г. и които са описани в доклада за изследването „Антидемократичната пропаганда в България. Първа част.“ В изследването не са включени форумите и агрегаторите, за да се избегне ефектът на грешна идентификация на статия и/или натрупване на резултати вследствие на форумните коментари или машинното рециклиране на съдържание. Социалните мрежи (фейсбук, твитър и др.) също не са обект на изследването.

Изследването за 2017 г. заема четирите основни теми (опорни точки) на популистката пропаганда от изследването за периода 2013-2016 г. („Залезът на Европа“, „Продажните елити на България“, „САЩ/НАТО като глобален кукловод-хегемон“, „Въздигането на Русия“), като за целта са използвани същите семантични гнезда, които дефинират пропагандния език при всяка една от темите (виж първия доклад на http://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2017/04/REPORT_PART1_BG.pdf).² Търсенията по всяка от темите са направени за периода на цялата 2017 г. (от 1 януари до 31 декември 2017 г.).

² По този начин се пропускат някои иновации в пропагандния речник като функциониращия от началото на 2017 г. нов специален етикет „Да(й) България“ и навлезлия едва в самия край на годината общ негативен епитет „джендъри“. През 2018 г. „джендъри“ добива масовост и вече бива включван в измерванията. През 2017 г. обаче иновациите в пропагандния речник са незначителни, поради което запазваме семантичните гнезда от предходния период, за да гарантираме стриктна сравнимост на резултатите.

Използвани са същите комбинации от ключови думи при търсенето по всяка от темите. Количествената единица за данните отново е „статия“/„постинг“ (съдържаща една или повече ключови думи). Важно е също така да се подчертае, че получените чрез системата SENSIKA резултати за 2017 г. включват редица новосъздадени източници и същевременно не отчитат сайтове, които междувременно са били закрити (през 2017 г. SENSIKA архивира средно около 500 сайта и блога повече в сравнение с 2016 г. – бройката е усреднена, защото системата включва и изключва източници в реално време, от момента на идентификацията им или на закриването им). Следователно няма пълно съвпадение на източниците за периода 2013-2016 г. с тези за периода 2017 г.

SENSIKA идентифицира всички статии в архива си, които съдържат една или повече от ключовите думи, зададени за автоматично търсене, и прави алгоритмични честотни измервания (хронологични, каквито са използвани тук, но също по източници и др.). Освен това системата дава пряк достъп до съдържанието на всяка идентифицирана статия. Както при честотното измерване на данните за предишния период (Глава 3, в първия доклад), така и при това честотно измерване не е правен подбор на медии – обхванати са всички източници, архивирани през 2017 г.

При анализа на съдържанието (с цел ограничаване на терена – практически невъзможно е да се осъществи анализ на съдържанието на всичките близо 38 000 статии, идентифицирани от SENSIKA за 2017 г.) е направен подбор. При подбора са използвани няколко критерия:

1. За анализ на съдържанието по всяка от темите, от хронологичните диаграми на SENSIKA, са избрани 3-4 пикови дни, в които има отчетлив ръст на броя статии – т.е. честотата на употреба на ключовите думи за съответния ден бележи пик и обикновено надхвърля в пъти средното за периода.
2. Прегледът на съдържанието на статиите за съответния ден (по заглавие, евентуално редакционен анонс и първи редове от текста, които SENSIKA автоматично показва) позволява както идентификация на статиите, които са най-често препечатвани от различни източници, така и идентификация на различните обществени събития и теми, събудили пропагандна активност. Именно по тези два критерия: статии, които са най-често препечатвани в мрежата, и същевременно покриват различните събития, мотивирали пропагандна активност в съответния ден, са избрани и отделните статии за

контент-анализ. Допълнителен критерий при подбора е идентификацията на статии, при които се установява съвпадение на повече от една ключова дума от гнездото, т.е. статията по-категорично може да бъде идентифицирана като пропагандно съобщение.

Обобщавайки вече казаното, можем да дефинираме следните основни моменти на изследователската работа по изготвяне на доклада „Антидемократичната пропаганда в България“ за 2017 г.:

- ✓ Използване на системата SENSIKA за събиране и обработка на голям масив от данни;
- ✓ Прилагане на семантичните гнезда, дефинирани за периода 2013-2016 г., при разглеждането на всяка от четирите основни теми на изследването;
- ✓ Сравняване на количествените резултати за 2017 г., получени чрез системата SENSIKA, с резултатите за предишните години, както и тяхното представяне в табличен и графичен вид;
- ✓ Подбор на най-разпространяваните, дублиращи се два и повече пъти медийни публикации с пропагандно съдържание;
- ✓ Анализ на съдържанието на избраните публикации;
- ✓ Извеждане на основните аспекти и тенденциите в развитие на всяка от четирите основни теми на изследването;

I. ОБОБЩЕН АНАЛИЗ НА ДАННИТЕ И ТЕНДЕНЦИИТЕ В РАЗВИТИЕТО НА ЧЕТИРИТЕ ОСНОВНИ ТЕМИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

През 2017 г. се наблюдава относително слаб ръст на пропагандните публикации в българските медии в сравнение с предходната 2016 г. Ако през 2016 г. общият им брой е 35 292, то през 2017 г. броят им е 37 636, тоест с 6.6% повече. Нарастването на общия брой на пропагандните материали същевременно е съпътствано от промяна в динамиката на развитието на различните тематични полета на пропагандата. Темата „Залезът на Европа“ бележи рязък спад на пропагандните материали (-52%), докато по темата „Продажните елити на България“, напротив, броят им рязко се увеличава в сравнение с предходната година (+46.5%). По темата „САЩ/НАТО като глобален кукловод-хегемон“ се наблюдава известно нарастване на публикациите (+17.75%). Темата „Въздигането на Русия“ също бележи развитие в зависимост от еволюцията на съдържащите се в нея подтеми. Публикациите по темите „Политическата и духовна мощ на Русия“ и „Мощта на руското оръжие“ бележат значителен ръст (съответно +46% и +44%). При публикациите по темите „Крим и Украйна“ и „Враговете на Русия“ откриваме обратната тенденция – отчетлив спад (съответно -345% и -20%). По темата „Санкциите срещу Русия“ публикациите са сравними по брой с предходната година, като дори бележат лек ръст (+5%).

Най-очевидните тенденции в еволюцията на пропагандните материали през 2017 г. следните: 1) геополитическата пропаганда отстъпва позиции за сметка на пропагандата за „домашна употреба“ - жилото в български контекст масирано се насочва срещу политическите и икономически противници, като предпочитаните цели са реформаторските политически партии и реформаторските политики, например съдебната реформа; 2) атаките срещу ЕС рязко спадат очевидно с оглед на неспаданата висока популярност на Съюза сред българските граждани, както и заради българското председателство на Съвета на ЕС; 3) САЩ и НАТО продължават да са трайни цели на пропагандата, като след избора на Доналд Тръмп за президент на САЩ тенденцията е НАТО да бъде превърната в привилегирования враг (а за Тръмп да се запази опцията „приятел“); 4) По отношение на Русия се наблюдава рязка промяна на пропагандните приоритети в полза на пряката позитивна пропаганда, възхваляваща политическата и духовна мощ на Русия

засметка на дефанзивния пропаганден език, обругаващ враговете на Русия или оправдаващ анексията на Крим. По темата за санкциите срещу Русия публикациите запазват равнището си от 2016 г., но акцентът се превхвърля върху изтъкването на негативните последици за цяла Европа.

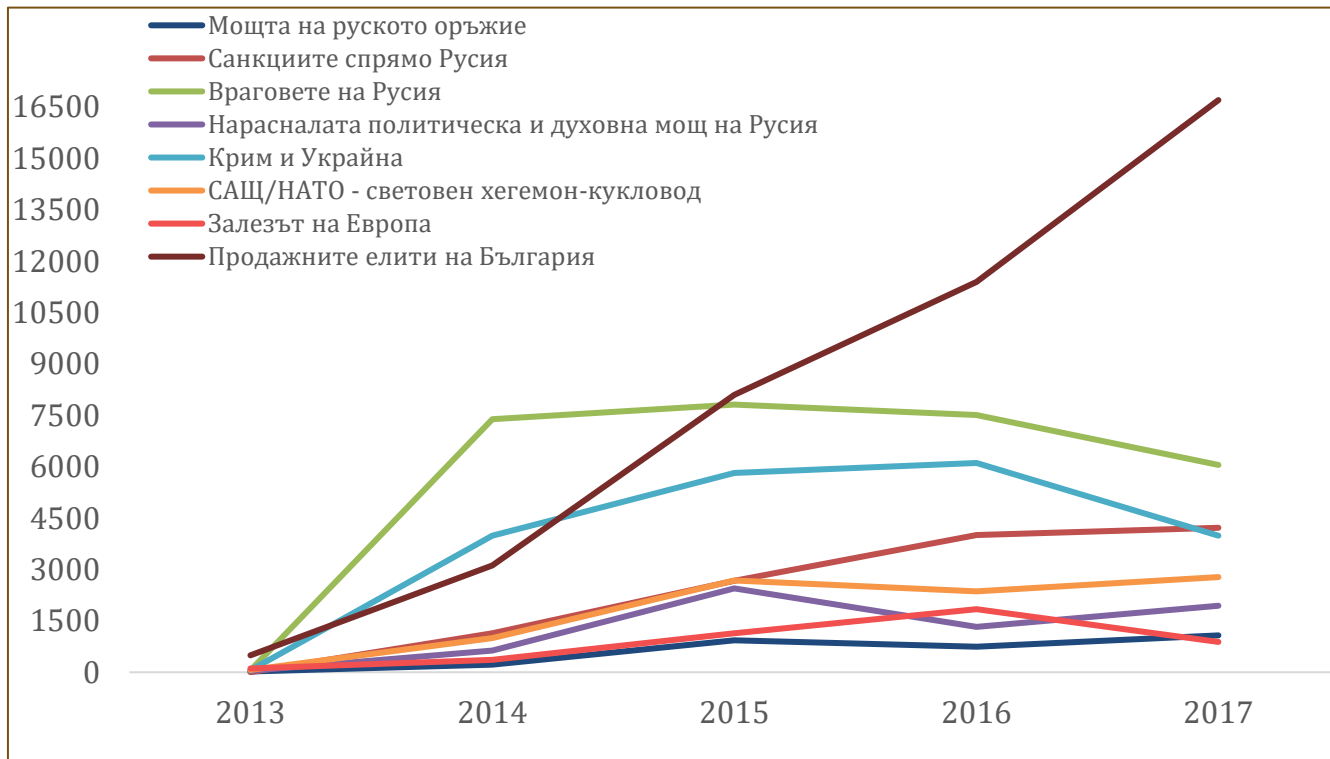
През 2017 г. пропагандата започва да променя своята топография. През периода 2013-2016 г. тя използва карта, на чиито полюси са разположени непримиримите врагове: на единия полюс са НАТО и САЩ, а на другия е Русия, по средата е ЕС, който е васал на САЩ, но има вероятност да се преориентира към Русия. Върху тази хоризонтална топография пропагандата през 2017 г. наслагва една вертикална топография, основана на делението между елити и народи – интересите на арогантните и хищни космополитни елити, наричани “глобалисти”, “соросоиди”, “неолиберали”, са противопоставени на интересите на националните общности и обикновените хора. Това противопоставяне пронизва всички страни, преминава от САЩ, през страните от ЕС и достига до България. В това противопоставяне Русия е на страната на европейските народи в борбата им срещу глобалистите. В речника на пропагандата да служиш на интересите на страната си означава да бъдеш приятел на Русия. Двете неща са неотделими и взаимно се предполагат.

Сравнителна таблица. Брой съвадения за всяко от търсенията по години, за периода 2013 – 2017 г.

	Мощта на руското оръжие	Санкциите спрямо Русия	Враговете на Русия	Нарасналата политическа и духовна мощ на Русия	Крим и Украйна	САЩ/НАТО - световен хегемон-кукловод	Залезът на Европа	Продажните елити на България
2013	22	2	54	44	56	69	109	494
2014	219	1141	7387	635	3983	999	359	3114
2015	929	2666	7814	2448	5814	2683	1141	8094
2016	745	4005	7511	1326	6109	2361	1841	11394
2017	1076	4217	6049	1943	3983	2778	887	16703

Същите резултати могат да се изразят и графично, за да се видят тенденциите във времето.

Сравнителна графика. Брой съвадения за всяко от търсенията по години, за периода 2013 – 2017 г.



I.1. ЗАЛЕЗЪТ НА ЕВРОПА

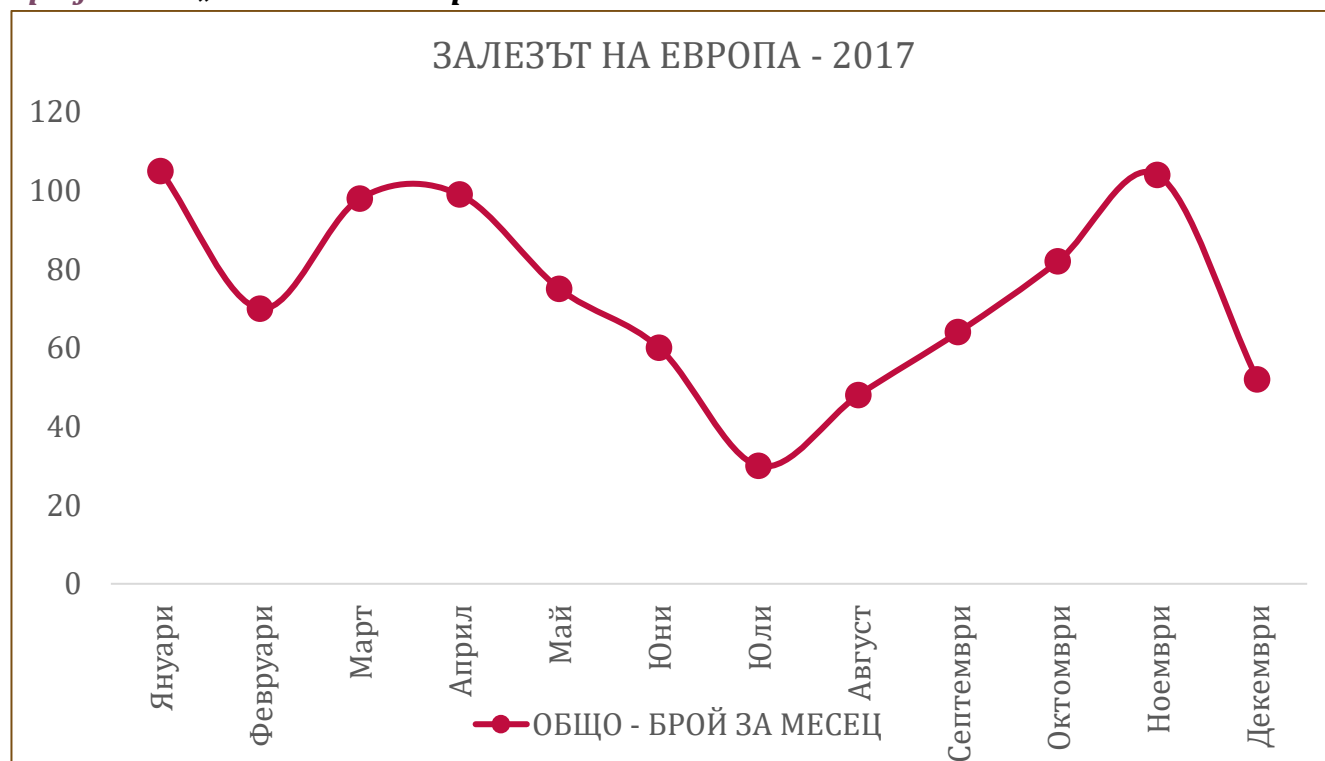
По отношение на темата *Залезът на Европа* през 2017г. се забелязва значително намаляване на количеството на статиите, използващи езика на пропагандата. За цялата година системата SENSIKA засича общо 887 статии спрямо 1841 статии за 2016 г. което означава спад с около 52%. Този спад на евроскептическата реторика може да бъде обяснен с няколко основни причини: 1) Всички социологически изследвания показват, че вече станалите традиционните позитивни нагласи към Европейския съюз в българското общество не само не намаляват, но и нарастват в последните години³. Евроскептическата реторика не просто не променя общия геополитически избор на българите, но в отговор събуди допълнителна съпротива. Политическата реторика, доминирана от идеята „демокрацията ни отне много“, очевидно допринесе за изборното поражение на БСП през март 2017 г. Евроскептическият дискурс се оказва неефективен и това е едната линия на обяснение на отлива от него. 2) Изборът на Тръмп и неговата национал-популистка и изолационистка политика, при която САЩ влиза в пряк спор с ЕС по климатичното споразумение, условията на двустранната търговия, ядрената програма на Иран, съдбата на Сирия, обезсмисля основната опорна точка на анти-европейската пропаганда, а именно че „Брюксел е марионетка на САЩ“. Тази опорна точка сега частично е трансформирана – Тръмп е суверенният лидер, докато ЕС е „марионетка на глобалните финансови елити“. Все пак автономията на ЕС след избора на Тръмп и след референдума във Великобритания е далеч по-видима. 3) Европредседателството – част от пропагандните медии получават директно финансиране от втората половина на 2017 г., за да рекламират Европредседателството на България. Самото Европредседателство е достатъчно мощен инструмент за излъчване на позитивни послания за ЕС – директната битка срещу ЕС, докато София е негово седалище, изглежда обречена. 4) През 2017 г. европейските институции и лидери, включително и заради Европредседателството, „щадят“ България от критики – за върховенството на закона, за корупцията – следователно няма защо да бъдат контраатакувани!

³ Вж. Боряна Димитрова, „Влияние на антидемократичната пропаганда върху българското обществено мнение: психологическият натиск и политическите избори“, В: сп. Критика и хуманизъм, кн. 47, 1/2018, с.69-92.

Таблица 1: „Залезът на Европа - 2017“ - календар на броя публикации по месеци

МЕСЕЦ	Януари	Февруари	Март	Април	Май	Юни	Юли	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември
ОБЩО БР. ЗА МЕСЕЦ	105	70	98	99	75	60	30	48	64	82	104	52
ОБЩО	887											

Графика 1. „Залезът на Европа - 2017“



Ето и няколко примера за най-препечатвани публикации от пикови дни по темата за 2017 г.

Публикациите по тази тема през януари са разпределени сравнително равномерно през целия месец, като особено внимание предизвиква встъпването в длъжност на новоизбрания президент на САЩ Доналд Тръмп, което се асоциира с отслабване и евентуален разпад на ЕС. („Доналд Тръмп искал ЕС да се разпадне

след Брекзит“ – в *Petel, Bulfax, Verbim, Stara Bulgaria*; „Браво на Тръмп, че заби шамар на Меркел“ – в *Petpo*; „Обама, марш в килера за вехтории!!!“ – *A-specto, Пан, Бултаймс, Поглед инфо*.) Пикът на публикации през месец март е свързан с изказване на Жан-Клод Юнкер, в което той обвързва пряко евентуланата нестабилност на ЕС с опасността от дестабилизация на Западните Балкани, като и в този случай се правят внушения за бъдещ разпад на ЕС (в *Поглед инфо* позицията на Юнкер е коментирана под заглавието „Юнкер заплашва с война на Западните Балкани, ако се разпадне ЕС“.) Пикът през месец април е свързан най-вече с излизането на доклада „Антидемократичната пропаганда в България“, публикуван на 11-ти април. На 9-ти май публикацията „Доц. Дарина Григорова: 9 май е част от сърцата на руснаците, от вечното им настояще“ се появява в 7 медии: *Поглед инфо, Пан, Бултаймс, BGvestnik, BIG5, Svobodno slovo, Русофили*. Първоначално статията излиза на 8-ми май в *A-specto* под заглавие „Интервю на Таня Джоева с историка доц. Дарина Григорова за Деня на победата, „дирижираната русофобия“, политиците, с памет за нацията, и кривогледите бюрократи“. Акцентът в статията е поставен върху цивилизационния упадък на ЕС. През декември най-силният ден е 10-ти декември, когато тема на деня е реакцията на израелския премиер Бенямин Нетаняху към позицията на Европа по повод решението на Доналд Тръмп посолството на САЩ в Израел да бъде преместено от Тел Авив в Йерусалим. Солидаризирайки с Тръмп, Нетаняху критикува несъстоятелната и необоснована позиция на ЕС, което внушава идеята за обща политическа слабост на Съюза.

През 2017 г. темата „Залезът на Европа“ се характеризира не само с осезаемо намален брой публикации спрямо предходната година, но и с умереност в употребата на ключовите думи. Тази умереност вероятно до голяма степен се дължи на „новия дух на времето“, свързан с избора на Доналд Тръмп за президент на САЩ, очакваните предстоящи избори във Франция, Германия и Русия, както и с договарянето на процедурата на Брекзит. Ясно посочени конкретни фигури на „злодея“ няма, макар да се запазват предишните пропагандни акценти:

- Разграничване на Европа от ЕС и разглеждане на САЩ като световен хегемон, който налага волята си над зависимия от него ЕС чрез политическите манипулации на „либералите“, а над останалата част от света – чрез агресия и военна сила;
- ЕС е обявен за антихристиянски по идеология и законодателство и му е вменена отговорността за процесите на ислямизация на Стария континент, които протичат, разбира се, с активната подкрепа на САЩ;

- ЕС е доминиран от либерален елит, който обезсилва Европа, свеждайки я само до пазар, и стеснява светогледа на европейците единствено до нуждите на потреблението;
- ЕС е неспособен да се справи с реалната заплаха за Европа – бежанската и терористичната вълна от разбунения от НАТО Близък Изток;
- Европа може да намери спасение от настоящата криза в запазването на изконните си християнски ценности и националния суверенитет на своите държави, като потърси подкрепата на Русия и трайно засили връзките си с нея.

I.2. ПРОДАЖНИТЕ ЕЛИТИ НА БЪЛГАРИЯ

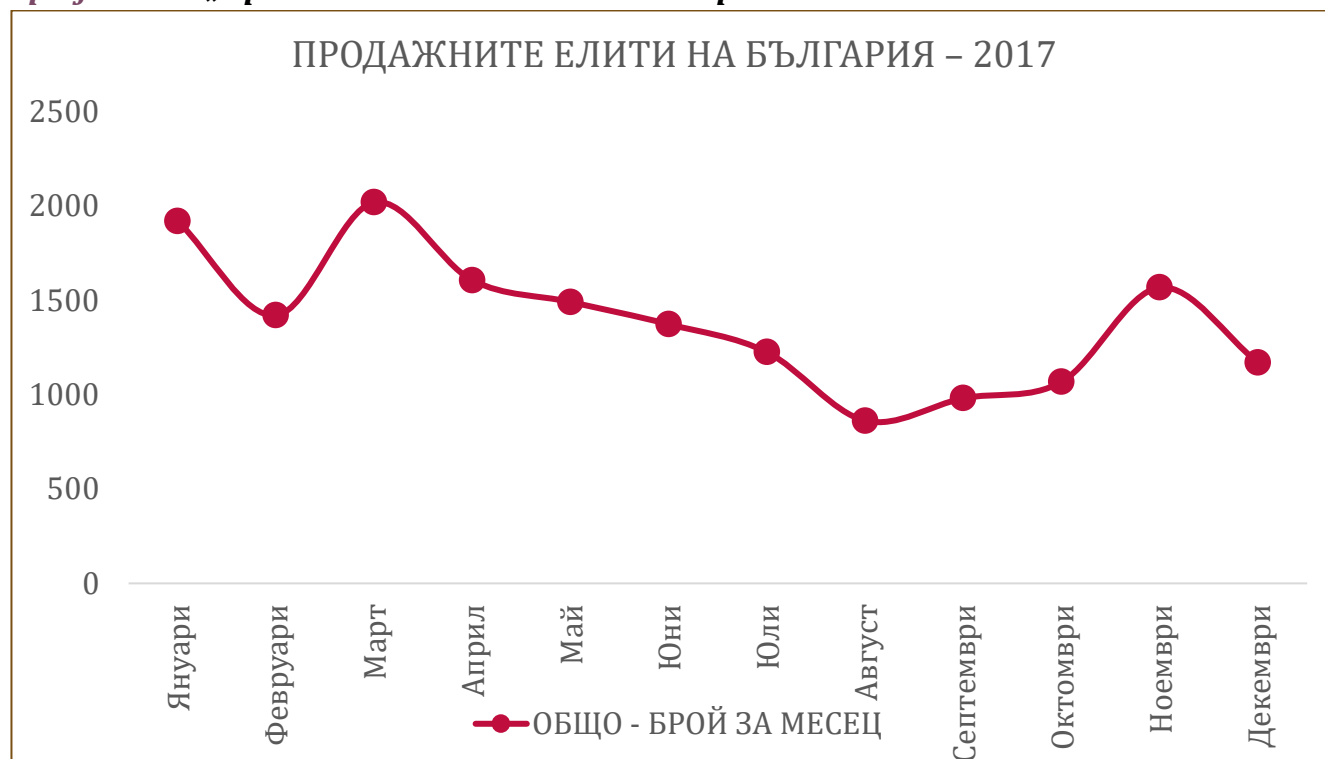
За 2017 година темата “Продажните елити на България” е една от най-силно представените в българските пропагандни медии. Проверката през системата SENSIKA отчита общо 16 703 публикации спрямо 11394 публикации за цялата 2016 г. Следователно става дума за ръст от около 46 %. На какво може се дължи това рязко увеличение?

Още в първия доклад подчертахме, че антидемократичната пропаганда в България, макар да заема наготово опорните точки на руската пропаганда, най-често ги използва за свои локални тактически цели. Тя служи за захващане на държавата от локални олигарси, които притежават и финансират медии, така че „под прицел“ като „чуждестранни агенти“ и „марионетки“ биват автоматично атакувани всички неудобни – пролиберални медии, правозащитници, отчетливо проевропейски политици и т.н. Тази тенденция продължава и видимо се усилва през 2017 г. Мишена на пропагандата са политически партии от реформаторския спектър, като “Да, България”, ДСБ, “Зелените”, Демократична България, както и свързани с тези партии политици, като Христо Иванов, Радан Кънев, Росен Плевнелиев, Иван Костов, Трайчо Трайков, Владимир Пенев и др. Прицелна точка на пропагандата е реформата на събедната система и нейните инициатори Христо Иванов и Лозан Панов, както и свързани с тях подръжници на реформата, като Калоян Топалов, Надежда Йорданова, Любомир Авджийски. Сред бизнес средите пропагандата визира преди всичко Иво Прокопиев, но също Огнян Донев, Филип Харманджиев и др. Сред медиите на прицел са *Дневник* и *Капитал*. От неправителствения сектор обект на пропагандата са: Център за култура и дебат „Червената къща „Андрей Николов“, Институт за пазарна икономика, Сдружение на европейските журналисти – България, Център за либерални стратегии, както и активисти на неправителствения сектор като Стефан Попов, Ружа Смилова, Десислава Гаврилова, Цветелина Петкова, Ивет Добромирова, Емил Джасим, Мария Кавлакова и др. Пропагандата пакетира всички тези сфери и имена в единна мрежа на реформаторите, наричани от пропагандния жаргон “соросоиди” и “грантаджии”, която очевидно се възприема като конкурент за политическата и икономическата власт. Особено място сред пропагандните материали заема и фондация „Америка за България“, която пряко или косвено се свързва с вече изброените партии, организации и хора, и чийто образ е изцяло негативен, за разлика от позитивния образ на Доналд Тръмп, системно налаган в пропагандните публикации.

Таблица 2. „Продажните елити на България - 2017“ - календар на публикациите по месеци

МЕСЕЦ	Януари	Февруари	Март	Април	Май	Юни	Юли	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември
ОБЩО БР. ЗА МЕСЕЦ	1920	1420	2019	1606	1491	1373	1225	862	981	1068	1568	1170
ОБЩО	16703											

Графика 2. „Продажните елити на България - 2017“



Ето и няколко примера за най-препечатвани публикации от пикови дни по темата през 2017 г.

По темата “Продажните елити на Бългаия” знаковите заглавия за месец янаури са свързани с грешките на президента Росен Плевнелиев, „злоупотребите“ на Христо Иванов, както и с деянията на набедения за един от най-големите злодеи за цялата 2017 г. – Иво Прокопиев и кръгът на „Агнешките главички“. Пуликациите най-често изразяват позициите си със следните формулировки: „Грантовата сбирщина "ДАЙ България"; „Пъкленият замисъл на Иванов и ментора му Иван Костов е да направят всичко възможно, за да окупират всички органи на правосъдието, които все още не са пленени от тях“; „Иво Прокопиев - татко Карло на българския преход“; "ДАЙ България" играе ролята на силова застрахователна компания“; „Ролята на патерица на "ДАЙ България" е отредена за бирения алкохолик Радан Кънев. Политическото-джудже, което бе отхвърлено от новия проект, сега е адвокат на посмешището Николай Ненчев.“; “Освен на Кънев, жълтите издания са се превърнали в стен-вестник на Христо Иванов и всячески се опитват да внушат, че празните му приказки за корупцията са меродавни.“ (Пан)

Най-силният месец по темата “Продажните елити на България” е месец март, през който има няколко много коментирани новини. Една от най-тиражираните новини е американският бюджет, приет след встъпването в длъжност на Доналд Тръмп, който предполага намаляване на парите за международна помощ. Изводът, които споделят *Труд*, *Блиц* и други медии, е, че „Америка за България“ и други НПО ще бъдат принудени да ограничат дейността си в страната“. Заглавията на различните публикации по темата свидетелстват за това, че тази фалшива новина се приема с видимо задоволство: “Тръмп спира парите на фондация "Америка за България?“ (Пан), „Масова паника и страх в центъра на София: Тръмп спира кранчето на „Америка за България“ (*Български Журнал*).

През март друга много споделяна новина в медиите *Блиц*, *Факти БГ*, *Stara Bulgaria*, *Труд*, *Скандал БГ*, *Пик*, *ABC News BG* е новината „Зелени безродници от "Да(й) България" клепат и позорят България в поръчков филм по канал „Arte“. Посланието е повече от ясно: “зелените” правят филм по поръчка и със средства от чужбина, с който петнят името на отечеството си пред света: „И като стана дума за Отечество, пред последните години у нас не е имало по-целенасочено и последователно плюене по България, както в материалите, текстовете,

публичните позиции и становищата на стотината еколози, които разиграват Европа и нашата държава.” (Блиц).

Друга широко споделяна новина през март е инцидентът с физическата агресия в София над историка и кандидат-депутат от “Да, България” Емил Джасим. Новината е водеща за 23-ти март и най-споделяните заглавия са: „Безродникът Емил Джасим, който плюеше Левски, циври във Фейсбук, че някой го пребил“; „Пребиха соросоида Емил Джасим, който се подигра с Левски“; „Гаврил се с Дякона Левски карловец реве във Фейсбук, че бил пребит“. Най-често употребяваните епитети по адрес на историка и кандидат-депутат на „Да, България“ през месец март – в издания като *Труд*, *Канал 3*, *Блиц*, *Форум Клуб Политика*, *Народна медия Spodeli*, *Vlastta*, *Бултаймс*, *Velika Bulgaria*, *Top actualno*, *Razkritia* и др. – са: „соросоид“, „кандидат на „Дай България“, „храненикът на фондация „Америка за България“, „арабският българин“, „арабинът“, „скандален историк“, „безродникът“, „грантополучател“, „хулител“ и др.

През месец май най-много публикации предизвикват протестите за съдебна реформа под надслов “Няма да мълчим”, водени от Христо Иванов. Протестите са отразени със следните заглавия: „Поредно фиаско на олигархичния протест срещу Цацаров” (Блиц); „Цяла София псува смешния протест на платени грантаджии срещу Цацаров! Затапиха трафика и провалиха празника на абитуриентите“; „Фиаско на “марш”-а за евро правосъдие във Варна: ексвицепрезидентката на трактора Душана Здравкова, дежурни протестъри и 1 съдия” (*Афера БГ*); „Протестът на грантаджиите срещу Цацаров разбуни и Съдебната палата – платените от „Америка за България“ протестъри набъбват” (*Vchas*). В едно от изданията протестът е описан по следния начин: „По-малко от 200 марионетки на проваления протестър-министър Христо Иванов се струпаха на жълтите павета, за да изпълнят поръчката срещу главния прокурор Сотир Цацаров. Почитателите на еднopolовите бракове и джойнта разнасяха плакати в защита на куклата на конци Лозан Панов.” (Блиц)

През ноември пикът на публикациите е свързан с новина, която отново е използвана като компромат, а именно скандалът с извадените павета по време на ремонта на бул. Дондуков през есента на 2017 г. Макар премиерът Борисов да свърза инцидента с БСП, заглавията на публикациите следват предзададена опорна точка: “Вижте как злосторници от лабораторните проекти на Костов и “Агнешките главички” умишлено вадят павета от бул. „Дондуков“ по тъмна

доба“ (Блиц); „Премиерът попиля деградиралите шумкари около Костов и „Агнешките главички“, които вадят павета от „Дондуков!“ (Блиц).

Темата „Продажните елити на България“ включва в себе си строго определени личности и свързаните с тях политически партии, политически и граждански инициативи, които биха могли да бъдат определени като реформаторски:

- Публикациите по темата са насочени едновременно срещу бизнесконкуренти и политически опоненти и действат на принципа на безогледното дискредитиране на техните личности. Стратегията на дискредитирането включва три равнища: 1) използване на предикати като “соросоид”, “грантаджия”, “протестър”, “безродник”, с което се цели да се внуши, че съответната личност действа в разрез с интересите на нацията, като преследва собствените си интереси с чужди средства и/или е проводник на чужди интереси; 2) пряко обругаване на личностните и професионални качества на противника: например Христо Иванов без всякакви аргументи е наричан “проваления протестър-министър”, “най-мързеливият министър”, “кукла на конци”, Радан Кънев – “биреният алкохолик”, Лозан Панов – “марионетката на олигархията”; 3) внушения относно правния статут на противниците – Иво Прокопиев и Огнян Донеv редовно са наричани “подсъдими” и “обвиняеми”, – с което очевидно се намеква за извършени от тях престъпления.
- Темата има пряко отношение и към дискредитирането на определени политики – например иницираната от Христо Иванов реформа на съдебната система, като и в този случай отсъстват всякакви анализи и аргументи. Дискредитирането на съдебната реформа произтича пряко от дискредитирането на личностите, които я отстояват, най-вече Христо Иванов и Лозан Панов.

I.3. САЩ И НАТО КАТО ГЛОБАЛЕН КУКЛОВОД-ХЕГЕМОН

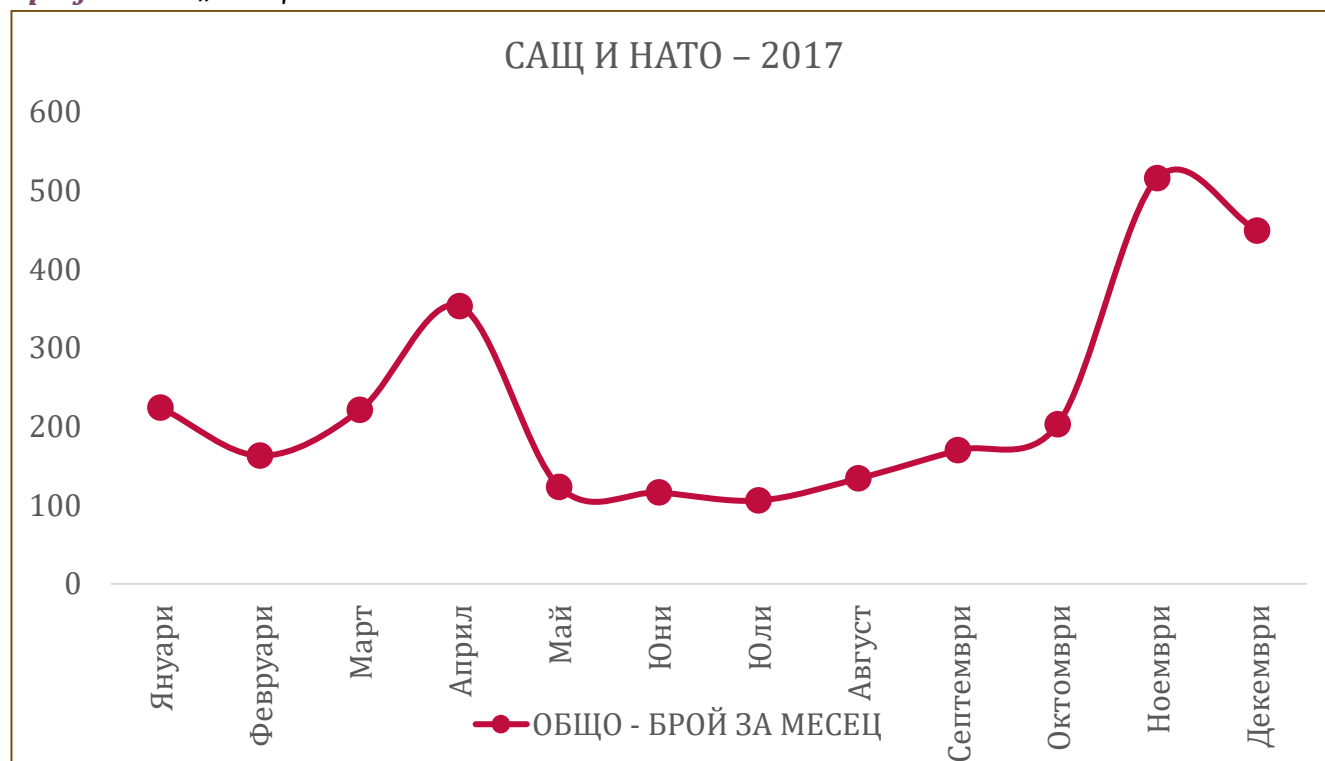
По темата „САЩ и НАТО като глобален кукловод-хегемон“ през 2017 г. броят на пропагандните публикации нараства в сравнение с предходната година. През 2017 г. системата SENSIKA отчита 2778 публикации, докато през 2016 г. са отчетени 2361 статии, което означава ръст от 17.5 %. САЩ и НАТО продължават да бъдат разглеждани от пропагандните публикации неразделно като глобален хегемон-кукловод. След избирането на Доналд Тръмп за президент образът на САЩ се раздвоява на: „лошия“ САЩ на предишните американски администрации (Клинтън, Буш, Обама), на американския политически и бизнес истаблишмънт, от една страна; „добрия“ САЩ на Тръмп и американския народ, от друга страна. Но през първата година от управлението на Тръмп Държавният департамент и Пентагона продължават да се смятат за приемници на предишната американска външна политика. НАТО и Пентагона са двете взаимозаменими имена, символизиращи агресията и колониализма на Запада.

Водещите теми през годината са: намесата на САЩ във войната в Сирия; активирането на стар закон (FARA) от американска и приемането на нови закони от руска страна, обявяващи чуждестранни медии за „чужди агенти“; признаването от страна на САЩ на Йерусалим за столица на Израел и планираното преместване на американското посолство от Тел Авив в Йерусалим. Не малко публикации в медиите, засечени от системата SENSIKA, представляват реакции на доклада „Антидемократичната пропаганда в България“ на ФСХИ-София. Тези реакции са анализирани в статията „Анализ на медийните реакции на доклада „Антидемократичната пропаганда в България“ на Валентин Вълканов, публикувана в сп. *Критика и хуманизъм*, кн. 47, бр. 1/2017.

Таблица 3. „САЩ и НАТО – 2017“ – календар на публикациите по месеци

МЕСЕЦ	Януари	Февруари	Март	Април	Май	Юни	Юли	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември
ОБЩО БР. ЗА МЕСЕЦ	224	163	221	353	123	116	106	134	170	203	516	449
ОБЩО	2778											

Графика 3. „САЩ и НАТО – 2017“



Ето няколко примера за публикации в пикови дни по темата през 2017 г.:

Първият пик на публикации по темата “САЩ и НАТО като глобален кукловод-хегемон” е през месец април и е пряко свързан с участието на САЩ във войната в Сирия. По този въпрос коментарите се солидаризират с официалната руска позиция, като осъждат американската намеса като проява на агресия и

подклаждане на тероризма, като същевременно обявяват руския президент Владимир Путин за единствен гарант за успешното овладяване и разрешаване на сирийската криза. („Американската агресия в Сирия насърчава тероризма“, „Американската агресия в Сирия: само самообладанието на Путин спаси света от ядрена война“, в *Поглед инфо*).

През месец ноември, както и в началото на декември, пикът на публикации по темата се дължи на напрежението между САЩ и Русия, породено от законодателството във всяка от двете страни, отнасящо се до чуждестранните медии. САЩ активират закон от 1938 г. (Foreign Agent Registration Act (FARA)) и регистрират като „чуждестранен агент“ държавно финансираната руска телевизия RT (бившата Russia Today); „в отговор на това“ през ноември руската Дума променя Закона за чуждестранните агенти, така че под него да попадат не само неправителствени организации с външно финансиране, но и медии. Материалите по тази тема са по-скоро информативни, като само в някои от тях се изтъква силно преувеличеното влияние на руската медийна пропаганда в случаи като американските президентски избори, кризата в Каталуня и Брекзит.

През месец декември пиковете са свързани с изявлението на Доналд Тръмп, с което той признава Йерусалим за столица на Израел. Изявлението на американския президент не е четено еднозначно, тъй като по принцип САЩ се интерпретират двузначно: САЩ на Тръмп се противопоставя на САЩ на политическия истаблишмънт и корпорациите. Затова част от коментарите са изцяло позитивни, като виждат в жеста на Тръмп признак на правилно ориентирани воля и решителност, от които са били лишени неговите предшественици в Белия дом. Друга част от публикациите привиква в изявлението на американския президент маневра, чрез която той иска да въздейства на европейските си съюзници в полза на американските интереси или пък неясна сделка, в която участват финансовите кръгове от Уолстрийт, държавата Израел и политици от Републиканската партия в САЩ.

В основни линии през 2017 г. публикациите по темата „САЩ и НАТО“ запазват опорните точки от предишните години и продължават да представят САЩ като реална заплаха за Русия, както и като една от основните причини Русия да обърне поглед на изток в търсене на нови партньори и съюзници. САЩ продължават да бъдат обозначавани като „световния хегемон“, но упорите на предиката са много по-умерени отпреди. Голямата част от публикациите представляват сравнително коректно отразяване на новини,

публикувани от информационните агенции. Все пак в тази тема се открояват поне три важни акцента:

- С избора на Доналд Тръмп за президент медийният образ на САЩ се променя: очакванията са, че САЩ скоро ще се отърси от хватката на соросидните елити, финансовите кръгове и корпорациите, което ще доведе до предефиниране на отношенията с Русия.
- Думите на Доналд Тръмп, че „НАТО е отживелица“, се превърщат в боен призив за пропагандата, която настойчиво започва да внушава, че Северноатлантическият съюз е фрагмент от миналото, организация без бъдеще. Паралелно с това оръжейната мощ на Русия става все по-очевадна и руската военна намеса Сирия се изтъква като „единственото решение“ на военния конфликт.
- Образът на САЩ като хегемон и агресор се завръща във всички случаи, в които политиката на САЩ пряко засяга руските позиции и интереси, като законодателството за “чуждите агенти” или американската военна намеса в Сирия.

I.4. ВЪЗДИГАНЕТО НА РУСИЯ

I.4.1. „НАРАСНАЛАТА ПОЛИТИЧЕСКА И ДУХОВНА МОЩ НА РУСИЯ“ И „МОЩТА НА РУСКОТО ОРЪЖИЕ“

За 2017 г. публикациите по темата „Нарасналата политическа и духовна мощ на Русия“ са 1943 спрямо 1326 публикации за 2016 г., което означава ръст от около 46%. Публикациите по сродната тема „Мощта на руското оръжие“ за 2017 г. са 1076, докато за 2016 г. статиите са 745. И в този случай наблюдаваме ръст от около 44%. Този значителен ръст на публикациите по двете теми очевидно се дължи на преместването на акцента на пропагандата върху директното възхваляване на Русия за сметка на по-слабия интерес към изобличаването на нейните врагове. Възвеличаването на руската политическа и духовна мощ пряко кореспондира с традиционно топлите чувства и с културните стереотипи на българите относно Русия. Постоянното изтъкване на мощта на руското оръжие очевидно има обективни основания, имайки предвид напредъка на руските военни технологии през последните години. Освен това по темата за руското оръжие българските журналисти допълнително са улеснени от заготовките на руските медии, с които се възхваляват тези нови технологии. Що се отнася до темите „Анексията на Крим“ и „Санкциите срещу Русия“, военизираният речник видимо се смекчава, доколкото анексията на Крим вече е факт и не е необходимо излишно да се акцентира. По принцип руската външнополитическа реторика става много по-умерена след слабата реакция на Запада спрямо събитията в Украйна. Войнствената реторика на руската външна политика се реактивира само в конкретни случаи, като например дислоцирането на американски военни части в Полша или доставянето на американска военна техника за Украйна. По темата за санкциите акцентът на пропагандата се измества в прагматична посока: безспорно е, че санкциите са несправедливи към Русия, но не по-малко важно е, че от тях губи не само Русия, но и Европа.

В избраните публикации политическата и духовната мощ на Русия се свързва основно със завръщането на страната на международната сцена чрез решителната ѝ намеса във войната в Сирия и с разширяващите се международни пазари на руското оръжие, което свидетелства за високото му качество: т.е. политическата и духовна мощ са измерение на военната мощ. Политическата и военната мощ на Русия обаче е качествено различна от тази на Запада и в частност на САЩ. За

разлика от тях, Русия не е агресор, а миротворец и носител на справедливост. Мощта на Русия проличава и от голямата популярност и привлекателност на страната сред европейските народи, по-специално в България, но и в други страни, което въвежда ключовото разграничение между елити и народи: макар елитите да са проатлантически и проевропейски, народите не споделят тази ориентация. В тази връзка се подчертава, че българският народ продължава да е дълбоко и трйно привързан към Русия.

Таблица 4. „Нарасналата политическа и духовна мощ на Русия – 2017“ – календар на публикациите по месеци

МЕСЕЦ	Януари	Февруари	Март	Април	Май	Юни	Юли	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември
ОБЩО БР. ЗА МЕСЕЦ	241	210	279	171	118	125	108	147	220	63	112	149
ОБЩО	1943											

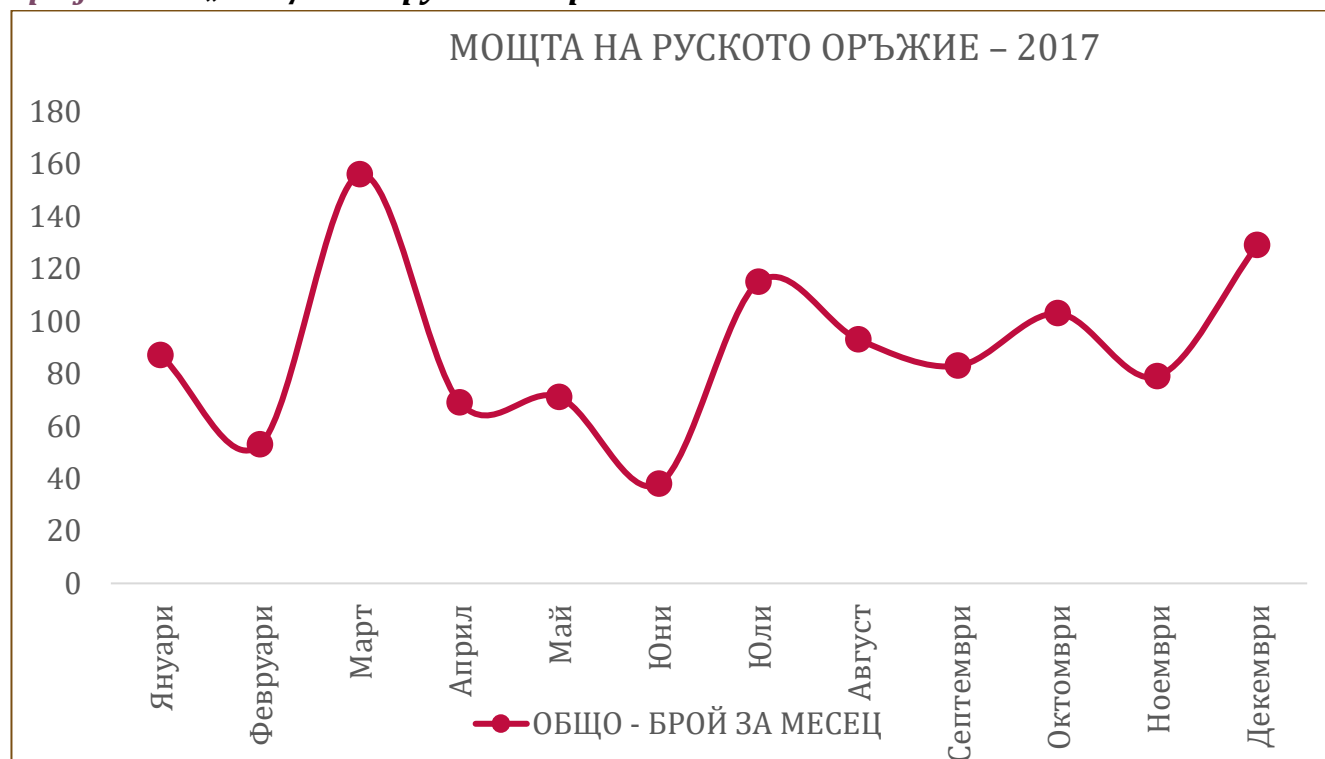
Графика 4. „Нарасналата политическа и духовна мощ на Русия – 2017“



Таблица 5. „Мощта на руското оръжие – 2017“ – календар на публикациите по месеци

МЕСЕЦ	Януари	Февруари	Март	Април	Май	Юни	Юли	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември
ОБЩО БР. ЗА МЕСЕЦ	87	53	156	69	71	38	115	93	83	103	79	129
ОБЩО	1076											

Графика 5. „Мощта на руското оръжие – 2017“



Ето и няколко примера за публикации от пикови дни по двете теми за 2017 г.

Водещата новина през месец януари по темата “Нарасналата политическа и духовна мощ на Русия” е сътрудничеството между новоизбрания американски президент и президента на Русия. Изтъкват се уважението и възхищението на

Тръмп към Путин: “Нескритото възхищение на Тръмп към Путин породи големи очаквания за по-добри отношение между Москва и Вашингтон...” (източник: *Klassa*). В друга публикация от същия месец, поместена в *Поглед инфо* въз основа на руска препечатка на американска статия от *The National Interest* (“Кърт Уелдън: Отношенията Русия-САЩ – как стигнахме дотук?”), американският автор изобличава опитите на САЩ да наложат своето стратегическо превъзходство над Русия чрез намесата си в руския политически живот по времето на Елцин, както и отхвърлянето от страна на няколко поредни американски администрации на дългогодишните добронамерени опити от страна на Путин за установяване на дружески отношения със САЩ. Подобна политика на САЩ е оценена като недалновидна и неуспешна.

Пикът в края на февруари е свързан с няколко публикации, една от които отразява новината “Учредиха обществен съвет “Приатели на Русия”. Публикацията резюмира и целите на новата организация: “Мисията на „Приатели на Русия“ е да обединява и популяризира чрез култура, наука, спорт и други дейности, общия ни дух и възможност за изграждане на дружба между народите на България и Русия.” (източник: *Briagnews*)

Пикът през март съвсем обяснимо е на 3-ти март, като водещата новина е “Бунарджика днес бе втората Шипка”, като по този повод се изтъква, че на тепето Бунарджика са се вели редом български и руски знамена, а “пред паметника на руските освободители бяха положени цветя от почетните консули на Русия и Украйна, местната и държавна власт, политици, както и от десетки признателни граждани.” (източник: *DCnews*).

Следващият пик е през септември, като водещата новина е “Национален събор на русофилите край язовир Копринка”, която е публикувана под няколко основни заглавия: „12 хил. участници се очакват на 14-ия Национален събор на приятелите на Русия край язовир „Копринка“; „Хиляди русофили се събраха край язовир "Копринка"; „Над 10 000 души се събраха на Националния събор на приятелите на Русия в България“. В публикациите специално се отбелязват и цитират посланията на президента Радев и на патриарх Неофит към събора.

Друг пик през септември е оглавен от статия със заглавие “Foreign Affairs: Русия победи в сирийската война“, в която Русия е посочена като победител от войната в Сирия: “Съдейки по всичко главен победител в сирийската война ще се окаже Путин: той възражда руската мощ за сметка на относително скромни

финансови и човешки разходи, връщайки своята страна като един от ключовите играчи в Близкия Изток.” (източник: *Блиц*).

По темата „Мощта на руското оръжие“ водещата статия през януари е “Кремъл съгласен с Тръмп, че НАТО е остатък от миналото” (източник: *Гласове*).

През март пикът се води от статията “Само дата ли е 3-ти март” (източник: *Труд*), в която Сан Стефанският мирен договор се свързва с Русия, а Берлинският договор – със западноевропейската воля България да бъде ограничена в своите справедливи стремежи, а Русия да бъде унижена, както и да се разкъса историческата връзка между двете страни. През същия месец март важна новина е кандидатурата на проф. Иво Христов за депутат от БСП, като в публикацията се цитират негови тези, които „връзват“ геополитическите опорни точки на пропагандата: че “пред очите ни се срутиха опорните точки на ЕС и НАТО”, че в Европа и на Балканите “очевидно геометрията се сменя”. Изтъква се и мнението му, че националните ни интереси в рамките на ЕС трябва да се предефинират, като България трябва да търси сближаване със страните от Вишеградската четворка по отношение на бежанци и сигурност. (източник: *Епицентър*).

В края на юли водещата статия е със заглавие „За ужас на Вашингтон: Багдад се цели към оста Москва-Техеран-Дамаск“ и е препечатана 15 пъти. В статията се изтъква, че Ирак не само е сключил сделка за закупуване на руски танкове, но и очевидно се стреми към дистанциране от Вашингтон и сближаване с Москва.

Пикът през октомври също е свързан с пазарните успехи на руското оръжие. Водещата новина е сделката между Русия и Саудитска Арабия, статията е със заглавие „Саудитска Арабия купува руско оръжие за 2 млрд. долара“ (източник: *Стандарт*). По същото време другата водеща новина е със заглавие „Русия Показва СТРАХОВИТО Оръжие, По-Мощно от ЯДРЕНА БОМБА! Ето я истината за НЕВЕРОЯТНАТА Руска МОЩ!“ В статията се прави реклама на “уникална тактическа ракета, снабдена със свръхвисококачествена електромагнитна бойна част”, която освен изключителни чисто бойни качества демонстрира и различната военна философия на Русия и Запада: “...Русия се съсредоточава върху оръжия, които унищожават само техниката на противника и щадят живата сила. Защото така е формирано с векове съзнанието на руските хора. За тях истинската ценност е човешкият живот. И именно той трябва да бъде пазен, дори и в условията на активни бойни действия.” (източник: *Scandalno*, автор: Иво Македонски).

Последната водеща новина в края на годината е със заглавие „Конгресът на САЩ поиска доклад от Пентагона за руското влияние на Западните Балкани“, в която през призмата на Запада отново се изтъкват успехите на руската външна политика: „В Западна Европа и САЩ са притеснени от увеличаващото се руско влияние на Балканите и Централна Европа. Миналият месец влиятелният Атлантически съвет се обяви за постоянно военно присъствие на Балканите с цел стабилизиране на Югоизточна Европа поради "увеличаващия се политически натиск на Русия в региона..." (източник: *Гласове*).

Темите “Политическата и духовна мощ на Русия” и “Мощта на руското оръжие” се разгръщат на основата на следните опорни точки:

- Руското оръжие печели все-широки световни пазари благодарение на високите си бойни качества. Русия е на път да привлече за свои оръжейни клиенти редица страни – като Турция, Ирак, Саудитска Арабия, – които традиционно или най-малкото през последните години са били в орбитата на САЩ;
- Руската външна политика през последните няколко години, особено намесата във войната в Сирия, бележи безспорни успехи. Но за разлика от САЩ и НАТО, чиято външна политика е агресивна и колонизаторска, Русия играе ролята на миротворец, на гарант на справедливостта в регионите, в които се намесва;
- Русия изобретява нови, невиджани до момента оръжия, с които очевидно печели превес над съперниците си от НАТО, но тези оръжия нямат за цел да унищожават човешка сила, а само техника и инфраструктура. Руската армия и руските военни намеси носят отпечатъка на характерната руска духовност и хуманност, противопоставени на западния материализъм и империализъм;
- Руската политическа и духовна мощ може да бъде измерена по голямата популярност и привлекателност на Русия в различни страни по света. Например, изтъква се, че в България НД „Русофили“ е най-многобройната по членска маса НПО. Постоянно се създават нови сдружения за дружба с Русия, като “Приятели на Русия”, годиншните събори на русофилите край язовир Копринка, както и съборите по случай 3-ти март се превръщат в демонстрация на крепкостта на българо-руската дружба. Акцентът е поставен върху това, че тази дружба има дълбоки исторически корени и е

неподвластна на политическите конюнктури, тоест има се предвид членството на България в ЕС и НАТО;

- Отношенията между Русия и страните от ЕС са двойствени. Ключовото деление в това отношение е елити-народ. Показателен е примерът с България. Русофобията е присъща на политическите елити, на част от интелигенцията и работещите в НПО, които през последните три десетилетия са били формирани и платени от Запада. Противно на тях, мнозинството от обикновените хора, както и малка част от политическата класа, са настроени русофилски. Казано накратко: космополитите и безродниците са русофоби, истинските патриоти са русофили.

I.4.2. ВРАГОВЕТЕ НА РУСИЯ

По темата „Враговете на Русия“ за 2017 г. има общо 6049 публикации спрямо 7511 за 2016 г., което означава спад от 20% в пропагандните материали. Враговете на Русия продължават да бъдат обединявани в събирателния образ на Запада, но този образ не е хомогенен, различните му елементи имат различна тежест. Големият враг на Русия днес е НАТО. Отношението към САЩ е двойствено – от една страна, те са исторически противник, който и днес се възприема по този начин, от друга страна, върху този негативен исторически образ все повече се наслагва позитивният образ на Доналд Тръмп. ЕС в най-малка степен е враг на Русия и ако все пак можем да го причислим от страната на враговете, то неговата враждебност е по-скоро вторична, производна на враждебността на НАТО и САЩ. България се възприема като традиционно приятелски настроена страна, която обаче е преминала във вражеския лагер заради няколко десетки хиляди политици, експерти, служители в НПО, индоктринирани и платени от Запада. Интересен е начинът, по който се интерпретира двойката русофобия-русофилство. Русофобството е представено като някакво заболяване, което е напълно деструктивно в национален и международен план. За сметка на това русофилията, която не означава покорство пред Москва, се отъждествява с разумната политика, следваща националните интереси на всяка страна – политика, която по презумпция е в съзвучие с приоритетите и целите на руската външна политика. Тонът на статиите по тази тема е умерен и сдържан, значително по-умерен и по-сдържан, отколкото по темата “Продажните елити на България”. Водещата гледна точка в почти всички публикации е тази на руски институции, политици, експерти и журналисти или пък на проруски ориентирани коментатори.

Таблица 6. „Враговете на Русия – 2017“ – календар на публикациите по месеци

МЕСЕЦ	Януари	Февруари	Март	Април	Май	Юни	Юли	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември
ОБЩО БР. ЗА МЕСЕЦ	902	540	503	533	461	476	335	341	477	432	604	445
ОБЩО	6049											

Графика 6. „Враговете на Русия – 2017“



Ето и няколко примера за публикации от пикови дни по темата през 2017 г.

По темата “Враговете на Русия” пиковите на публикациите през януари са свързани с встъпването в длъжност на президента Румен Радев. По този повод агенция *РИА Новости*, цитирайки позиция на Руския Институт за Стратегически Изследвания (РИСИ), разпространява фалшивата новина, че НПО, платени от

чужбина и предимно от САЩ, готвят “майдан” срещу новоизбрания български президент с цел да дестабилизируют страната. По повод на новоизбраните президенти Тръмп и Радев коментаторът Боян Чуков отбелязва, че в България започва подмяна на русофобските елити, формирани посредством НПО, финансирани от САЩ през епохата “Клинтън”. Според автора русофобите постепенно изпадат в немилост пред новата американска администрация (*Русофили*).

Също през месец януари новината за пристигането на американска армейска бригада и военна техника в Полша бива оповестена с апокалиптичен тон: “Западни медии: Безпрецедентно! САЩ разполага огромна армия на границата с Русия за първи път след края на Студената война!” (*Пан*); „В момента към Източна Европа настъпват танкове!“ (*Bradva*).

През месец февруари *Поглед инфо* препечатва през *Sputnik International* интервю с Франсоа Фийон, кандидат на Републиканците на предстоящите тогава президентски избори във Франция, в което френският политик посочва някои грешки в политиката на Запада към Русия. Интервюто е озаглавено безапелационно: “Франция казва “не” на русофобията” (*Поглед инфо*). Друга популярна новина през февруари, отнасяща се до разполагането на американска ПРО в Румъния, е представена през гледната точка на Външното министерство на Русия: “Руското Външно: Румъния е заплаха за сигурността на Русия” (*Епицентър*). През февруари важна новина е и изказването на директора на четвъртия европейски департамент в руското министерство на външните работи Александър Боцан-Харченко по повод нагласата на Румен Радев към Русия. В това изказване руският дипломат пряко обвързва интереса на България с интересите на руската външна политика: “По някаква причина, когато човек говори разумно и в интерес на своята страна, веднага го пишат русофил” (*Пан*).

През месец юни пиковете на публикациите са свързани с две изказвания. Най-напред, изказване на Путин по време на традиционната среща с представители на информационни агенции в рамките на XXI издание на Петербургския икономически форум. Статията е една, но с няколко основни акцента, които определят и заглавията:

Вариант 1: „Владимир Путин: Русия не заплашва Швеция, но ако тя се присъедини към НАТО, Москва ще реагира на заплахата“; „Путин предупреди Швеция да не влиза в НАТО“;

Вариант 2: „Путин: Руската държава не се занимава с хакерство“; „Хакерите са свободни хора, като художниците...“;

Вариант 3: „Путин: Русофобията прелива, но няма бъдеще“; „Русофобията на Запада няма да е вечна“. Цитирани са думите на Путин "Русофобията е очевидна. От някои държави тя блика безкрайно. На какво се дължи това? От моя гледна точка, тя е свързана с утвърждаването на многополюсния свят. А това не се харесва на монополистите." (*Дума*);

Вариант 4: „Путин не иска Меркел за канцлер“ (*Tribuna BG*). В този случай заглавието е манипулативно, тъй като в своето изказване Путин не изказва директно предпочитание;

Вариант 5: „Путин за Тръмп: Харесвам такива прями и откровени хора“; „Путин: Тръмп е прям, откровен и свеж“; „Путин хвали Тръмп за "свежия му поглед" на политик новак“. Освен симпатията си към Тръмп, Путин изказва мнението, че "русофобската истерия" в САЩ е насочена "срещу сегашния президент на САЩ, за да не му се даде възможност да работи нормално" (*Монитор*).

Втората публикация е интервю с Леонид Решетников, публикувано в сайта *Bradva* и озаглавено „Русия проговори с тежко сърце и ни сломи завинаги! Ето кой и защо унищожил България“. Интервюто тиражира основни тези на руската държавна пропаганда: САЩ открай време се стремят да унищожат Русия: през 1917 г., през Втората световна война, през 1991 г.; “около 50 хиляди души от българската върхушка са купени от САЩ и водят антируска политика”, Украйна е “геополитически демон”, създаден от съветската власт със съучастието на Кайзерова Германия; в днешния свят, по-конкретно с оглед на войната в Сирия, Русия играе ролята на “миротворец”, на “гарант на справедливостта”. Русия предлага на света “цивилизационна алтернатива”: “На Запад и сега главните ценности са материалните, а в руската цивилизация винаги над материалното преобладава духът, което прави народа ни несломим.” (*Bradva*)

През месец септември резкият пик е свързан с Доклада на състоянието на националната сигурност за 2016г., в който Русия е посочена като една от основните външнополитически опасности за единството на Европа. Заглавието, под което е коментирана новината, гласи: „Докладът на правителството, че Русия е заплаха за България, предизвика остра реакция в парламента“ (*Епицентър*).

Медийните и политическите реакции на този доклад са специално анализирани от Константин Павлов в статията му „Медийна рецепция онлайн на Доклада за националната сигурност на България през 2016 г.“ (*Критика и хуманизъм*, кн. 47, бр. 1/2017, с. 267-310)

През ноември пикът се дължи на изказване на премиера на Великобритания Тереза Мей, в което тя обвинява Русия, че сее раздор сред западните общества, “че се меси в избори и осъществява кибершпионаж” (*Velika Bulgaria*). Тази критика не остава без отговор от страна говорителката на руското външно министерство Мария Захарова: “По думите ѝ, Лондон също се стреми агресивно към световно лидерство и подобни изявления са цинични, като се имат предвид ударите в Ирак и Либия.” (*Епицентър*)

През декември пикът е предизвикан от изказване на руския външен министър Сергей Лавров, който изразява надеждата, че ЕС ще скъса с инерцията на русофобията, която е в основата на налаганите от Вашингтон и послушно прилагани от Брюксел санкции срещу Русия. Тази новина е представена под различни заглавия: “Сергей Лавров: Русия се надява, че ЕС ще преодолее инерцията на русофобското мислене”; “Кремъл към ЕС: Спрете с русофобията”; “Дано ЕС спре да се води на повода на малобройните, но агресивни русофоби”.

Последният пик за годината е от последните дни на декември и е свързан с ново противопоставяне между Русия и САЩ, този път предизвикано от доставката на американски ракетни установки на украинската армия: „МВнР на Русия: САЩ преминаха чертата и обявиха намерението си да предадат смъртоносно оръжие на Украйна“ (*Поглед инфо, BGnews*); „Русия скочи на САЩ: Преминаха границите, обявявайки намерението си да предадат на Украйна смъртоносно оръжие“ (*Пик, Пан*).

Ето как накратко могат да бъдат описани враговете на Русия:

- НАТО и САЩ продължават да са класическите, традиционни врагове на Русия. В пропагандните публикации продължава да се тиражира тезата, че САЩ имат за цел да унищожат Русия, да премахнат суверенитета ѝ, да я раздробят и да усвоят ресурсите ѝ. Същевременно обаче негативният образ на САЩ се проектира преди всичко в миналото, свързва се с фигурите на Хилъри Клинтън и Барак Обама. Избирането на Доналд Тръмп за президент се възприема като начало на нова епоха: то вдъхва надежди, че в бъдеще САЩ

ще се откажат от ролята си на световен хегемон и ще установят с Русия отношения на мирно и взаимноизгодно сътрудничество.

- ЕС в много по-малка степен е представян като враг и заплаха за Русия. Той е враг, доколкото е васал на САЩ и под техен натиск провежда политиката на санкции срещу Русия. ЕС е упрекван и в русофобия, но неговата русофобия също до голяма степен е отглас на американската русофобия. Освен това ЕС не се разглежда като хомогенно цяло, страните се разграничават според отношенията им с Русия. От водещите европейски политици най-негативно е отношението към Ангела Меркел и Тереза Мей, като в последния случай това се дължи на обвиненията на британския премиер към Москва, че се опитва да сее раздор сред западните общества чрез разпространяване на фалшиви новини и намеса в техните избори.
- Отношението към България е двузначно. От една страна, в пропагандните публикации се твърди, че има една тънка прослойка от политици и НПО, формирани и финансирани от Запада, които са настроени русофобски. От друга страна, за огромната част от населението на страната се твърди, че е настроено приятелски към Русия. От българските политици като особено добронамерен и благосклонен към Русия е отличен президентът Румен Радев.

1.4.3. КРИМ И УКРАИНА. САНКЦИИТЕ СРЕЩУ РУСИЯ

По темата “Крим Украйна” общият брой на пропагандните публикации е 3983 спрямо 6109 за 2016 г., т.е. налице е значим спад от около 45%, а по свързаната с нея тема “Санкциите срещу Русия” броят им е 4217 (спрямо 4005 за 2016 г.), т.е. налице е съвсем лек ръст от около 5%. Пропагандната логика на тази промяна в акцентите вероятно е следната: руската теза за Крим вече е наложена в българското публично пространство в предните години, така че ако продължи да бъде прекомерно повтаряна, тя би обострила разделението в обществото, докато тезата за отмяна на санкциите може да събере и по-широк кръг привърженици – такива, които не споделят, че Крим е „изконно руски“, но пък виждат икономически негативи в санкциите. Тактическата смяна на пропагандния акцент съвпада с пряката задача на руската политика – отмяната на санкциите - както и с интересите на местните олигархични кръгове, искащи разширяване на икономическите си връзки с Москва.

Таблица 7. „Крим и Украйна – 2017“ – календар на публикациите по месеци

МЕСЕЦ	Януари	Февруари	Март	Април	Май	Юни	Юли	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември
ОБЩО БР. ЗА МЕСЕЦ	533	463	499	289	269	302	214	252	208	337	287	330
ОБЩО	3983											

Графика 7. „Крим и Украйна – 2017“



Таблица 8. „Санкциите срещу Русия – 2017“ – календар на публикациите по месеци

МЕСЕЦ	Януари	Февруари	Март	Април	Май	Юни	Юли	Август	Септември	Октомври	Ноември	Декември
ОБЩО БР. ЗА МЕСЕЦ	885	659	409	105	176	343	454	382	264	203	228	109
ОБЩО	4217											

Графика 8. „Санкциите срещу Русия – 2017“



Ето и няколко примера за публикации от пикови дни по темата през 2017 г.

По темата “Крим и Украйна” една от водещите новини през месец януари е изказването на кандидат-президента на Франция Льо Пен, че ако бъде избрана, тя ще признае Крим за руски, какъвто по нейните думи, той така или иначе е и винаги

е бил. Статията е със заглавие „Марин льо Пен обеща да признае Крим за руски, ако стане президент“ е препечатана над 70 пъти. През същия месец водеща новина е и речта на президента Румен Радев, която е публикувана в пълния ѝ текст и в която се възлагат надежди новоизбраният американски президент да съдейства за преодоляване на кризата в отношенията между Запада и Русия: „Очевидна е кризата между ЕС и НАТО, от една страна, и Русия, от друга. Засилването на конфронтацията не е път за нейното решаване. Студената война е печален опит от миналото. (...) Вярвам, че резултатите от президентските избори в САЩ и новата политическа конюнктура в света, дават надежда за скорошно възстановяване на диалога.“ (източник: *Пан*).

През месец март една от водещите публикации е озаглавна „Расмусен хвърли бомбата: Не бих изключил признаването на Крим“. Изказването на Расмусен е цитирано от *Руски дневник*: „Бившият генерален секретар на НАТО Андерс Фог Расмусен заяви, че в бъдеще не изключва възможността за признаването на Крим за "свободно формиране" на конференцията "Американските санкции срещу Русия: оценка на влиянието и разходите" в САЩ..." (из „Расмусен хвърли бомбата: Не бих изключил признаването на Крим“, източник: *Блиц*). Друга значима публикация през март е публикация от изданието *Европейская правда* със заглавие „Немско издателство призна Крим за част от Русия в учебник за мигранти“. В публикацията се съобщава следната кратка, но многозначителна новина: „В Германия издадоха учебник по немски език за мигранти, в който Крим е обозначен като част от Русия, съобщава изданието "Европейская правда". Ръководството е разработено от създателя на езикови тестове TELC (източник: *Petel*).

През април една от най-значимите и популярни публикации е относно изказване на сенатора Джон Маккейн: „САЩ и ЕС загърбиха Балканите, призна шефът на сенатската Комисия за ВС Джон Маккейн“. Американският сенатор акцентира върху по-слабото влияние на ЕС и САЩ на Балканите и по специално на ситуацията в Сърбия и Македония. Макар че Сърбия е съгласна да сътрудничи в борбата с тероризма, според Маккейн: „[...] съвсем ясно е, че Русия се опитва да разшири влиянието си на Балканите. Сенаторът спомена опита за преврат в Черна гора и очевидното увеличаващо се влияние в Сърбия чрез фалшивите новини от *Sputnik* и *Russia today* (...) Американският сенатор призна, че заради събитията в Русия, Украйна, Близкия изток и Китай САЩ не са обръщали достатъчно внимание на Балканите. Същото е направил и Европейският съюз.“ (източник: *Блиц*).

През юни излиза поредицата от документални филми – интервюта на Оливър Стоун с Путин. Това е хитовата новина за месеца. Публикацията е препечатана над 50 пъти и се появява с най-различни заглавия:

Вариант 1: „Владимир Путин: ЕС и САЩ подкрепиха преврата в Украйна“;

Вариант 2: „Путин: Русия симпатизира на Тръмп, който е готов да възстанови отношенията с Москва“;

Вариант 3: „Путин пак отрича за хакерски атаки на вота в САЩ“; „Не сме се занимавали с хакерски атаки“.

Публикациите, посветени на интервютата на Стоун с Путин подчертават основни ключови тези на руския президент: „Президентът на Русия подчерта, че ЕС и САЩ не са пожелали да разберат основната причина за политическата криза в Украйна и са подкрепили държавния преврат и силовото завземане на властта в страната (...) Разбира се, че ние симпатизираме на господин Тръмп (...) защото той публично заяви готовността и желанието си да възстанови руско-американските отношения (...) Като груба стратегическа грешка определи руският президент Владимир Путин решението на САЩ за разгръщане на американски системи за противоракетна отбрана до границите на Русия. (източник: *Vchas*, цитирано от *Блиц*.)

По темата “Санкциите срещу Русия” януари е най-силният месец, заради големите надежди, които руските медии възлагат на новоизбрания президент на САЩ. В тази връзка първата значима новина е инициативата на президента Плевнелиев и още 16 „политици предимно в Централна и Източна Европа, заемали по-рано ръководни постове“ (*Дир БГ*), да подготвят и да изпратят на 9-ти януари писмо до новия президент на САЩ. Текстът на писмото е публикуван във *Вашингтон пост*. В писмото политиците призовават президента Тръмп да държи твърда линия по отношение на Москва. Статията по този повод е озаглавена „Позорът Плевнелиев катастрофира жестоко - позволи си да насъсква Тръмп срещу Русия!“ (*Блиц*). В статията Плевнелиев е наречен „недоразумението от „Дондуков 2“, „най-голямото недоразумение в родната политика“, „Пионката, която близо 5 години използваше президентската институция за лична употреба“, „Плевнелиев и глутницата соросоиди“, „предателят на националните интереси и пръв лобист на задкулиския кръг "Капитал"; „Плевнелиев, който не може да представлява сам себе си, но до 22 януари на хартия се води държавен глава, явно съвсем е откачил...”

През месец януари се появява и публикация със заглавие „Вигенин срещу санкциите“. Статията, публикувана в *Дума*, е с ясно и отчетливо заглавие, което представя позицията на БСП по отношение на санкциите срещу Русия и тази позиция е изказана в публичното пространство от бившия министър на външните работи в кабинета на Пламен Орешарски. Пак през януари в медиите се появява и изказване на Румен Радев, което е част от негово интервю за *France 24*. В интервюто българският държавен глава недвусмислено заема позиция срещу санкциите: „Радев посочва също, че санкциите на Европейския съюз срещу Русия трябва да бъдат отменени. На въпрос за анексирането на Крим той отговаря, че "теоретично полуостровът принадлежи на украинците, а де факто - на руснаците". "Бъдещето на Крим ще се реши от народа на Крим", казва Радев. Той изразява надежда, че новият американски президент Доналд Тръмп ще възстанови диалога и доверието с Москва.“ (източник: *Днес БГ*) Отново през януари се появява още потиражирана новина със заглавие „ТАСС съобщи извънредна новина: Доналд Тръмп назова условията за отмяна на санкциите срещу Русия!“. Новината излиза и под други заглавия: „Тръмп мисли за отмяна на санкциите срещу Русия“; „Доналд Тръмп: санкциите срещу Русия ще паднат, ако тя ни помага!“ Новините за изявленията на Радев и Тръмп са обединени в статия в *Пан* със заглавие: „Новоизбраните президенти на САЩ и България, Доналд Тръмп и Румен Радев, едновременно заговориха за отмяна на санкциите към Русия“. Друга януарска статия, на Недялко Недялков в неговото издание *ПИК*, препечатана от *Русофили*, излага всички основни клишта, с които се обосновава българската позиция за премахване на санкциите срещу Русия: „Русия“ е тема гранична и раздорна в историята и психологията на българската нация. Не е нужно обаче да си статистик, за да проумееш, че мнозинството от българите изповядват сакрално-светлото чувство на любов и признателност към „Дядо Иван“ и „братята освободители“ (колкото и да звучи умилително по вазовски). Това е заложено в генотипа – въпрос на вяра, религия и духовна потребност, няма как да го промениш или разкодираш. Радев спечели, защото успя да персонифицира надеждата, че топлите връзки с Москва ще бъдат реанимирани. Изявленията му напоследък са в тази посока, окуражават. [...] Ако някой случайно не е разбрал – Русия победи в идеологическата война срещу соросидите, а охранената чиновническа номенклатура от Брюксел се стяга за бягство.“ През същия важен месец януари се появяват и публикации, които отново повдигат темата за инициативата на Доналд Тръмп да отмени санкциите срещу Русия. Тиражираните заглавия в пропагандните медии са няколко варианта:

Вариант 1: „Politico“ гръмна сензационно: Тръмп ще отмени санкциите срещу Москва едностранно, указът вече е готов!“ (в *Блиц*, *Petel*, *Пан*, *Velika Bulgaria*, *Stara Bulgaria*); „Тръмп едностранно отменя санкциите срещу Русия“ (*Пан*, *Бултаймс*, *Нюзфронт*, *Тайм МК*, *Зора*)

Вариант 2: „Потвърдено! САЩ омеква към Русия, ето какво казва съветник на Тръмп“ (*Стара България*, sputnik.bg, *Dnes Co UK*); „Белият дом потвърди: Тръмп обмисля отмяна на антируските санкции“ (*Пан* и *Russia Beyond*)

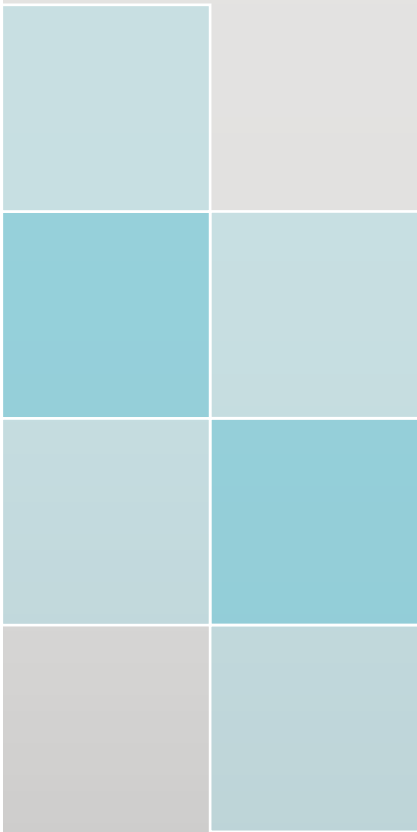
Вариант 3: „Топ-експерт разкри: В интересите на САЩ е санкциите срещу Русия да се махнат! Тръмп ще го направи!“ и „Експерт обясни защо отмяната на антируските санкции се вписва в интересите на САЩ“ (препечатано общо 6 пъти: *Блиц*, *Пан*, bg.TIME.mk и др.)

Впоследствие ентузиазмът от предстоящата отмяна на санкциите постепенно се охлажда. Още през февруари руски анализатори поставят под въпрос проруската ориентация на Тръмп или на Радев. Например в анализа на Алексей Топоров се казва: „Но както Тръмп се оказва не „наш“, а преди всичко американски президент, действащ в интересите на своята страна, които не винаги са съзвучни с интересите на Русия, така и новият български лидер е прагматик и български патриот, ясно разбиращ, че необузданата русофобия на предшествениците му не носи на страната му никакви дивиденди. В същото време Радев осъзнава и че оттеглянето на страната му от западния лагер не ѝ обещава нищо добро.“ (източник: *Поглед инфо*). В началото на лятото Американският Конгрес предлага разширяване на санкциите срещу Русия, този път заради предполагаема руска намеса в американските президентски избори. В крайна сметка решението на Конгреса е прието с поправки, удовлетворяващи условията на ЕС. Заглавието, което се завърта в медиите е „Новите антируски санкции унищожават шансовете за подобряване на отношенията между Русия и САЩ“ (*Пан*).

Основните акценти по темите „Крим и Украйна“ и „Санкциите срещу Русия“ са следните:

- Русия преутвърждава чрез позицията на своя президент анексирането на Крим. Става дума за справедлив и отговорен акт, който не подлежи на ревизиране;

- Руските медии, а след тях и българските пропагандни медии, тиражират тезата, че все повече западни политици, експерти, артисти са убедени, че: Крим е руски; в Украйна с активната подкрепа на Запада е извършен държавен преврат; санкциите срещу Русия трябва да бъдат отменени, било защото са несправедливи, било защото освен това са и неизгодни не само за Русия, но и за европейските страни;
- В България БСП и президентът Румен Радев заявяват позиция срещу санкциите. Често пъти в пропагандните статии на различни автори българската позиция е мотивирана не просто политически или икономически. Позицията на България не може да бъде друга, освен отмяна на санкциите, защото България е свързана с Русия с дълбоки исторически, духовни и генотипни връзки;
- Санкциите срещу Русия са въведени от неолибералните американски и европейски елити, но те са във вреда на европейските народи. Народите на САЩ и Европа не подкрепят санкциите. Новите лидери, като Доналд Тръмп и Марин Льо Пен, са именно политиците, които трябва да изпълнят волята на своите народи и да съдействат за отмяната на санкциите.



**Фондация за хуманитарни и социални
изследвания – София (ФХСИ)**

КОНТАКТИ:

пл. Славейков № 11, ет. 4, ст. 2,
1000 София, България

Телефон: +359 2 980 7310;
E-mail: office@hssfoundation.org
<http://hssfoundation.org/>

