

## ПРЕССЪОБЩЕНИЕ

Излезе новият Доклад **„Антидемократичната пропаганда в България. Втора част. Медиите онлайн през 2017 г. Честотно измерване и анализ на съдържанието“** (<http://hssfoundation.org>). От него ще научите, че:

Антидемократичната популистка пропаганда в България през 2017 г. продължава да набира скорост, макар и по-бавно. Както и в периода 2013 – 2016 г., тя е **анти-американска и анти-НАТО-вска, евроскептична и проруска**. Особено се засилва употребата на пропагандния речник – „соросоиди“, „безродници“, „толерастии“, „либерастии“ и пр. – за **разправа с вътрешнополитически и икономически опоненти**. Кръгът от медии и говорители, които систематично я разпространяват, остава същият с незначителни промени.

Осъществено с автоматизираната система SENSIKA е честотно измерване на употребата на пропагандни епитети в над 3500 сайта и блога на български език за периода 1 януари – 31 декември 2017 г.

Използвана е методиката от Доклада **„Антидемократичната пропаганда в България. Първа част. Информационни сайтове и печатни медии: 2013 – 2016 г.“**<sup>1</sup> Отправна точка са четирите основни теми (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“.**

<sup>1</sup> Достъпен на: [http://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2017/04/REPORT\\_PART1\\_BG.pdf](http://hssfoundation.org/wp-content/uploads/2017/04/REPORT_PART1_BG.pdf)

Измерването е направено по същите ключови думи и изрази, изолирани за предходния период, което позволява и стриктна сравнимост на резултатите. А те са:

През 2017 г. се наблюдава **относително слаб общ 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 обаче същевременно е съпътствано от **значима промяна в динамиката на развитието на различните тематични полета**:

**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“** също се наблюдава нарастване на публикациите (**+17.7%**).

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 **-45%** и **-20%**). По темата **„Санкциите срещу Русия“** публикациите са сравними по брой с предходната година, като дори бележат лек ръст (**+5%**).

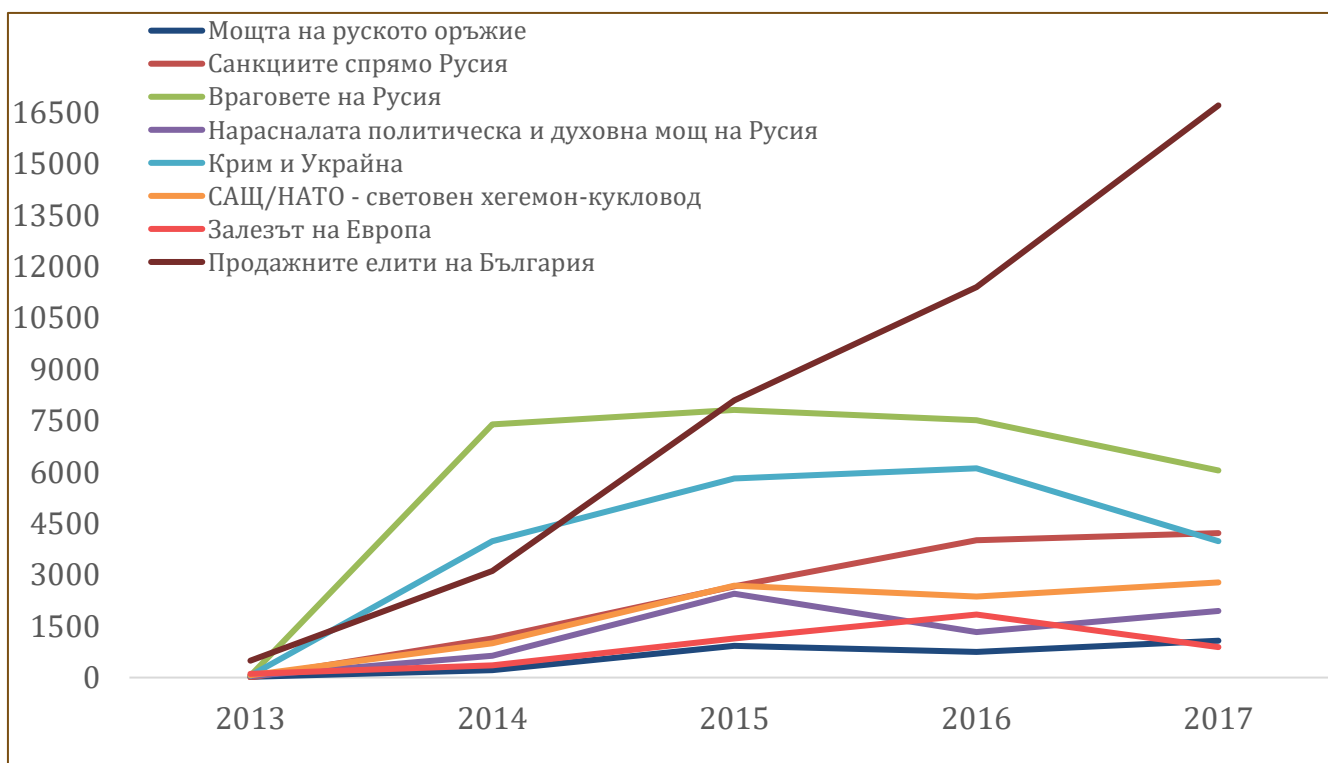
Данните от честотното измерване в сравнителен план за периода 2013 – 2017 г. са:

**Таблица. Брой съвпадения 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
<b>2013</b>	22	2	54	44	56	69	109	494
<b>2014</b>	219	1141	7387	635	3983	999	359	3114
<b>2015</b>	929	2666	7814	2448	5814	2683	1141	8094
<b>2016</b>	745	4005	7511	1326	6109	2361	1841	11394
<b>2017</b>	1076	4217	6049	1943	3983	2778	887	16703

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

**Графика. Брой съвпадения за всяко от търсенията по години, за периода 2013 – 2017 г.**



Освен честотното измерване, направен е и анализ на съдържанието на най-често препечатваните публикации в пикови дни на употреба на пропагандния речник. Комбинацията от честотно измерване и анализ на съдържанието позволява да се оцени не само общия ръст на популистката пропаганда спрямо предходните години, но 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.

### 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 (пропагандистите не искат да се конфронтират пряко с общественото мнение), както и заради българското председателство на ЕС.

**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 прагматично се превхвърля 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 деайлизирани в Доклада: показани са времевите графики на пропагандна активност по всяка една от темите, далеч по-детайлно са изследвани тактическите промени в съдържанието им и са дадени конкретни примери.