

Фондация за хуманитарни и социални
изследвания – София



ДОКЛАД

РЕЧТА НА ОМРАЗАТА

ПРЕЗ РЕЧНИКА НА ПОПУЛИСТКАТА
ПРОПАГАНДА В БЪЛГАРИЯ И НЕЙНОТО
РАЗПРОСТРАНЕНИЕ В БЪЛГАРСКИТЕ
ОНЛАЙН МЕДИИ
(1 юни – 31 август 2018 г.)

**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“.



АВТОРИ:

Константин Павлов
Боян Захариев
Мартин Канушев
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 партньори.



**AMERICA FOR
BULGARIA
FOUNDATION**

СЪДЪРЖАНИЕ

РЕЗЮМЕ	3
УВОД.....	6
I. МЕТОДИКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО	8
I.1. ОСНОВНАТА АВТОМАТИЧНА ПЛАТФОРМА	9
I.2. ДОПЪЛВАЩАТА АВТОМАТИЧНА МЕТОДИКА	11
II. РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО	14
II.1. СТРИНГ ЗА ТЪРСЕНЕ (QUERY) ПРЕЗ SENSİKA	14
II.2. АГРЕГАТОРИ И МЕДИИ, ИЗПОЛЗВАЩИ НАЙ-ЧЕСТО РЕЧ НА ОМРАЗАТА.....	15
II.3. РЕЧТА НА ОМРАЗАТА В МЕДИИ, КОИТО НЕ СА НОВИНАРСКИ.....	20
II.3.1. МЕДИИ, НЕОТГОВАРЯЩИ НА КРИТЕРИИТЕ НА „МЕДИЙНО ОКО“	20
II.3.2. БЛОГОВЕ	20
II.3.3. ФОРУМИ.....	20
II.4. ИСТОРИЯ НА ВРАЖДЕБНАТА РЕЧ: СЪБИТИЯ С НАЙ-ШИРОК ОТЗВУК В НОВИНАРСКИТЕ МЕДИИ ОНЛАЙН В ПЕРИОДА 1 ЮНИ – 31 АВГУСТ 2018 Г.....	23
II.5. ПОЛИТИЦИ, ИЗПОЛЗВАЩИ РЕЧ НА ОМРАЗАТА.....	28
II.6. ЕПИТЕТИ НА РЕЧТА НА ОМРАЗАТА– ЧЕСТОТА НА УПОТРЕБА.....	29
III. ОСНОВНИ ИЗВОДИ.....	34

РЕЗЮМЕ

Кои са медиите и политиците, които разпространяват най-често реч на омразата у нас през лятото на 2018 г.? И кои са най-често използваните обидни думи?

В доклада са изолирани петнадесет най-често употребявани очернящи епитета от речника на популистката пропаганда в България. Те са:

- ✓ соросоид
- ✓ марионетъчен
- ✓ грантаджия
- ✓ протестър
- ✓ либераст
- ✓ толераст
- ✓ еврогей
- ✓ безродник
- ✓ продажник
- ✓ хрантутник
- ✓ послушко
- ✓ джендъри
- ✓ обезбългаряване
- ✓ дебългаризация
- ✓ циганизация

Българското онлайн пространство за периода 1 юни – 31 август 2018 г. е изследвано едновременно с две автоматизирани методики: със системата SENSIKA, която архивира над 3500 сайта и блога на български език, и чрез използване на специализираните оператори на Google отново за търсене в онлайн ресурси на български. И на двете системи е зададено по ключови думи да търсят статии и постове, в които се съдържат един или няколко от посочените петнадесет епитета. Резултатите от автоматизираното търсене са надградени с анализ на съдържанието на статиите, съдържащи враждебните епитети.

От изследването, с цел ограничаване на терена, са изключени социалните мрежи, но то е представително за всички останали онлайн ресурси на български език за лятото на 2018 г.

Избран е т. нар. „мъртъв сезон“, в който няма значими социално-политически събития, които да генерират и мотивират „спонтанното“ избухване на враждебния език на разделението, противопоставянето и изключването. Така наличието на регулярна употреба на враждебна реч през „мъртвия сезон“ позволява да се види кои са онези медии и говорители, които немотивирано, без конкретен повод, но все пак систематично използват враждебния език като пропагандна стратегия.

Резултатите са:

Десетте новинарски медии, рекордьори по разпространение на обидните епитети, са:

Новинарска онлайн медия	Брой материали, съдържащи ключовите думи
informiran.net	70
Dnes-bg.org	61
Bultimes.com	49
Epicenter.bg	37
classa.bg	37
trud.bg	35
blitz.bg	35
pik.bg	35
Pogled.info	33
svobodnoslovo.eu	26

Ако в измерването се включат и агрегаторите (роботите), които изцяло машинно препубликуват от други източници, тогава абсолютният рекорд по разпространение на реч на омразата се държи от агрегаторът novini247.com - с регистрирани 192 материала, съдържащи ключовите думи. Вероятно става дума за робот, на който в алгоритъма е зададено да агрегира приоритетно пропагандни материали, съдържащи реч на омразата.

Рекорд по брой читателски коментари, съдържащи реч на омразата, държи иначе либералния информационен сайт dnevnik.bg.

Дискусионните форуми, в които речта на омразата се среща най-често, са: Bg-mamma.com, форумът на Investor.bg, Teen-problem.net и forum.bg-nationalisti.org.

Палмата на първенството по честота на употреба държи новоизкованият обиден епитет „джендъри“, следван на близка дистанция от по-старите „либераст“ и „соросоид“.

Политиците, които публично използват враждебна реч и чиито изказвания са медийно най-тиражирани по време на анализирания период, са Красимир Каракачанов, Ангел Джамбазки и отчасти Николай Бареков. Епизодично се включват и други настоящи и бивши политици като Михаил Мирчев, Александър Симов, Георги Марков, Антон Тодоров, Велислава Дърева и Борислав Цеков.

Събитията, които в най-висока степен стимулират използването на враждебна реч през лятото на 2018 г., са:

- Решението на Конституционния съд, че Истанбулската конвенция не съответства на българската Конституция.
- Фейсбук статусът на съпругата на министър Томислав Дончев – Светлана Дончева, по адрес на ромското малцинство у нас.
- Евтаназията на домашни животни в село Шарково и в няколко околни села, предприета за възпиране на чумна епидемия.

УВОД

Основната цел на това изследване е да измери, анализира и направи обществено достойние речта на омразата през речника на популистката пропаганда в България и нейното разпространение в българските онлайн медии през лятото на 2018 г. (1 юни – 31 август). Избран е т. нар. „мъртъв сезон“, в който няма значими социално-политически събития, които да генерират и мотивират „спонтанното“ избухване на враждебния език на разделението, противопоставянето и изключването. Така наличието на регулярна употреба на враждебна реч през „мъртвия сезон“ позволява да се види кои са онези медии и говорители, които немотивирано, без конкретен повод, но все пак систематично използват враждебния език като пропагандна стратегия.

Избрани са петнадесет характерни очернящи епитета, станали емблематични за популистката пропаганда в България през последните години:

- ✓ соросоид
- ✓ марионетъчен
- ✓ грантаджия
- ✓ протестър
- ✓ либераст
- ✓ толераст
- ✓ еврогей
- ✓ безродник
- ✓ продажник
- ✓ хрантутник
- ✓ послушко
- ✓ джендъри
- ✓ обезбългаряване
- ✓ дебългаризация
- ✓ циганизация

Тези епитети са селектирани от далеч по-широките семантични гнезда, изолирани в Доклада „Антидемократичната пропаганда в България. Първа част. Информационни сайтове и печатни медии: 2013 – 2016 г.“¹. Изборът е направен по три основни критерия: 1. да функционират именно като очернящи епитети, като думи-бухалки²; 2. да са едни от най-често използваните в съвременния популистко-пропаганден дискурс; 3. Да са изключително характерни , т.е. практически да не се използват по друг начин, освен за пропагандно очерняне. Единственият обиден епитет, който не е зает от семантичните гнезда, изолирани в Доклада за 2013 – 2016 г., е „джендъри“, доколкото той е по-скорошна иновация: той бе въведен и наложен в българското публично пространство в началото на 2018 г. с цел противопоставяне на ратификацията на Истанбулската конвенция.

Изследването на враждебната популистка реч се фокусира върху употребата на изброените очернящи епитети в българското онлайн пространство. Теренът, с цел надеждност, е ограничен, доколкото от него са изключени социалните мрежи: използваните методики не позволяват техния изчерпателен анализ и получените за тях резултати са случайни, поради което са изключени от доклада. Докладът обаче дава надеждна информация практически за всички останали онлайн ресурси на български език.

Следните задачи ръководят изследването:

- ✓ Кои са тези онлайн ресурси, които най-често използват и разпространяват реч на омразата през речника на популистката пропаганда в България?
- ✓ Могат ли тези онлайн ресурси да бъдат представени публично с помощта на надежден и валиден алгоритмичен метод?
- ✓ Кои от въпросните уебсайтове са реални новинарски медии и кои от тях фактически са агрегатори, форуми или друг тип ресурси?
- ✓ В кои форуми най-често се използва реч на омразата?
- ✓ Каква е времевата динамика и кои събития – в иначе безсъбитийния летен сезон - пораждат пикове на употреба на реч на омразата?
- ✓ Кои думи в речта на омразата заглъхват като употреба и кои бележат особен ръст?

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

² „Обезбългаряване“ и „дебългаризация“ вървят в устойчива семантична корелация с очернящото „циганизация“.

I. МЕТОДИКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

За измерването на честотата на употребата на враждебна пропагандна реч са използвани две автоматизирани методики за идентификация на публикации в онлайн пространството на български език - които да съдържат един или повече от петнадесетте очернящи епитета (използвани като ключови думи). Първата методика включва **системата за медийни анализи SENSIKA**, която архивира в реално време над 3500 сайта и блога на български език и разполага с алгоритми за автоматично търсене в тях по ключови думи. Втората методика включва **допълващ контролен метод**, чрез който през Google се извличат данни от Интернет, а търсенето се извършва чрез код, в който са включени специализираните оператори за подробно търсене в Google, чрез които е зададено търсенето да се извършва в страници на български език, съдържащи поне една от посочените ключови думи за определен ден или друг конкретен период от време. И двете методики позволяват не само идентификацията на материали, съдържащи ключовите думи на враждебната реч, но и различни честотни измервания – както синхронно разграничаване и сравнение на материалите според източниците им, така и диахронни (исторически) измервания. Освен това те дават директен достъп и до самите материали, така че **анализът на съдържанието** е основният изследователски метод, надграждащ автоматичните обработки.

I.1. ОСНОВНАТА АВТОМАТИЧНА ПЛАТФОРМА

Системата SENSIKA събира и агрегира материали от над 3500 българоезични сайта и блога, публикувани в периода от 1 юни до 31 август 2018 г. включително. Тя работи на принципа на заявките към базата данни (или „куерита“ - от англ.: queries), тоест използва изрази, представляващи логически комбинации от символни стрингове (низове), като показва в списъка на резултатите тези материали от базата данни, които съответстват на зададения в търсенето логически израз, публикувани през предварително зададения период от време. Системата съхранява и пълния текст на материалите, което означава, че дори даден източник да изчезне от мрежата или материалът да бъде свален или скрит, той се запазва в базата данни за изследователски цели.

За целите на това изследване през SENSIKA са разгледани само материалите, публикувани в онлайн медии, включително и в блогове, като в изследването не е включено съдържание, публикувано в социалните медии или в коментарите към самите материали.

Резултатите от системата позволяват да се наблюдава и интензивността на употребата на епитетите, съдържащи се в заявката (куерито), за всяка отделна медия за определения времеви период. Системата позволява да бъдат посочени поименно до 60 онлайн ресурса, които най-често са употребявали реч на омразата.

Що се отнася до разликата между агрегатори (роботи) и класически онлайн медии, то SENSIKA не прави разлика между тях и е задача на изследвателя да отдели агрегаторите от медиите, притежаващи собствена редакция и упражняващи активна текуща редакционна политика. Агрегаторите са такива онлайн ресурси, които изцяло по софтуерен път препубликуват материали от други медии без редакторска намеса, освен в началния етап, когато се взема решение съдържанието на кои точно медии да бъде агрегирано и по какъв начин. Понякога в екипите, поддържащи агрегатори, се взема първоначално и редакционното решение да бъдат опростявани оригиналните текстове, отново изцяло по софтуерен път, като от тях бъдат премахнати хипервръзките и оформлението и бъде намален броя и/или размера на илюстрациите³.

³ Някои агрегатори като „Новини 24/7“ (novini247.com) променят и заглавието на материала, като го заместват с първото изречение от текста, а и добавят в основния текст и карета с допълнителна информация към материала.

За да бъдат определени събитията, които мотивират най-много публикации, най-напред се определят дните на пиково публикуване на материали, отговарящи на логическото условие в заявката (куерито), а след това подробно се изследва тематиката на материалите в пиковите дни и доколко те са свързани с конкретно събитие. За целите на настоящото изследване за пикови дни са определени тези, в които броят публикувани материали дневно надвишава 35.

Гъстотата на употреба на епитетите се дефинира като среден брой ключови думи, съдържащи се в заявката (куерито), употребени в публикациите за даден ден. По-високите стойности, тоест натрупването на повече от един от търсените епитети в публикуваните материали би трябвало да означава и по-добра релевантност на резултатите – тоест повишаване на вероятността откритите материали да са именно от търсения пропаганден вид. По този начин нараства и вероятността това наистина да са материали, генериращи реч на омразата, както и те да са по-емоционални и търсеци по-силен ефект у аудиторията. В изследването са посочени дните с увеличена гъстота на употреба на епитетите, като се фиксират и пиковете в общата им употреба, както и в употребата на всеки отделен епитет.

Чрез SENSIKA за определения период са идентифицирани 2590 публикации, съдържащи една или повече от ключовите думи. Това е общият архив, спрямо който, за целите на различните измервания, са правени два типа допълнителни срезове. 1. Когато от него бъдат извадени форумите, в архива остават около 2000 публикации. 2. Когато от него бъдат извадени също агрегаторите и медиите, които според критериите на проекта „Медийно око“ не са новинарски медии, в архива остават около 1800 публикации.

1.2. ДОПЪЛВАЩАТА АВТОМАТИЧНА МЕТОДИКА

Методът за извличане на данни от Интернет включва търсене през Google по петнадесетте посочени ключови думи в периода от 1 юни до 31 август 2018 г. Търсенето е извършено чрез специално форматиран стринг за подробно търсене, с използване на специализираните оператори на Google, в които е дефинирано, че трябва да се търси в страници на български език, в които се открива поне една от ключовите думи, публикувани в определен период от време. За всяка намерена страница се отбелязва всяка една от намерените ключови думи като се идентифицира статията, която я съдържа.

Сред ограниченията на допълващия метод е неспособността му да разграничи алгоритмично съдържанието на основни текстове (статии), публикувани от името на медията или от нейни официални колумнисти или гостуващи автори, от една страна, от потребителските коментари под статиите, от друга. В екстремните случаи коментарите под статиите могат да бъдат разпознати на лексикално ниво по машинен път. Тогава те се открояват лесно с по-обилно използване на враждебна реч, обидни коментари и понякога с откровено вулгарна лексика. Но не всички случаи са такива, така че по принцип пълното разграничаване на коментарите под материалите от основния текст трудно може да стане само по машинен път без специализиран софтуер и без внимателен преглед от човек.

По този метод, за посочения тримесечен период в мрежата са открити около 2000 материала, които след преглед и филтриране на нерелевантните попадения са редуцирани до малко над 1700. В тази бройка страниците се появяват по толкова пъти, колкото са намерените в тях ключови думи, по които се извършва търсенето. Уникалните хипертекстови документи, съдържащи такъв език, са около 1500, и принадлежат на общо 235 източника. Повечето източници са медии, базирани в мрежата, но някои представляват блогове, лични сайтове и страници в социалните медии, които имат популярност, сравнима (или надхвърляща) тази на медиите.

При търсене в Интернет, чрез Google, в случай че даден материал бъде свален, то той отпада от списъка с резултати от търсенето и съответно от резултатите по допълващата методика в това изследване. За разлика от Google системата SENSIKA показва в резултатите от търсенето всички материали, отговарящи на критериите,

заложени в заявката (куерито) от собствения си постоянен архив със свалени от мрежата материали, в който има възможност за търсене с обичайните запитвания, използвани в базите данни. В отличие от показваните резултати от търсене в Google, тези материали се обработват и показват винаги в резултатите от SENSIKA, независимо от това дали материалът е все още онлайн към момента на търсенето.

По принцип Google поставя в списъците с резултати и материали, съдържащи различни форми на една и съща дума, но не винаги, особено когато запитванията на търсенето включват думи на езици, различни от английския, включително на относително слабо присъстващи в мрежата езици, какъвто е българският (в сравнение с големите световни езици). SENSIKA и в това отношение има предимство, доколкото използването на символа * като wildcard, например в „соросоид*“ позволява, следвайки особеностите на българския език, идентификацията на голям брой производни форми на думата, където на мястото на * може да присъства всякаква комбинация от символи, т.е. системата автоматично идентифицира различните форми и производни на понятието като „соросоиди“, „соросоидите“, „соросоиден“ и пр.

Търсенето в предварително зададен списък от онлайн ресурси се отличава значително от свободното търсене чрез Google или друга Интернет търсачка. Подобно търсене изисква по-малък изчислителен ресурс, в общия случай се извършва много по-бързо и е по силите на по-малки компании. За разлика от SENSIKA, Google претърсва цялата световна мрежа и попада на повече маргинални материали, съдържащи търсените ключови думи, които биха могли да се срещнат еднократно в определена медия. Освен това, според особеностите на алгоритъма си за търсене, в резултатите от търсенето Google предлага връзка към мястото, където даден материал се е появил за първи път. Когато даден материал е препубликуван и в други онлайн ресурси не от работи (какъвто е случаят при агрегаторите), а от хора, като например в <http://www.bultimes.com>, чиито публикации съдържат коректни позовавания към първоизточника – например към статуси във Facebook или към <http://www.pogled.info/>, те също почти не попадат в резултатите от търсенето на Google. За разлика от Google, който избягва да показва в резултатите от търсенето си препубликуващите ресурси (и следователно не поставя в резултатите от търсенето си на предни места или въобще агрегаторите на онлайн съдържание), SENSIKA регистрира с еднакво тегло всички случаи на препубликуване, без специално да отчита къде материалът се е появил за първи път.

За нуждите на настоящото изследване бихме могли да си представим три различни начина за откриване на материали, съдържащи търсената информация в Интернет, според обхвата и метода на търсенето: 1) Чрез използване на търсачка (в случая Google) или т.нар. свободно търсене в откритото интернет пространство; 2) Чрез изследване на предварително изготвен списък от онлайн ресурси, чието съдържание е свалено локално именно с цел по-нататъшно изследване; 3) Чрез търсене на информация в социални мрежи, използвайки вътрешните им търсачки. Допълващата изследователска методика възпроизвежда първите два от тези начина, които предполагат по-активно търсене от страна на потребителя, като те са приложени автономно в рамките на събирането на емпиричен материал. Анализирани са всички материали или информационни източници, които отговарят на критериите за търсене и които са открити с поне единия от двата метода. Третият начин на получаване на информация, а именно чрез претърсване в социалните мрежи, който вероятно е много разпространен, не е използван в настоящото изследване. Процесите на публикуване и откриване на информация в социалните мрежи са отделна голяма тема и поради характерните особености на различните платформи значително се различават от традиционното търсене на информация и ползване на медии онлайн. Все пак SENSIKA, доколкото покрива практически всички онлайн ресурси извън социалните мрежи, може да служи за по-добър ориентир за това кои са източниците, които биват споделяни или предизвикват допълнителни реакции в тях.

Твърде вероятно е търсенето в предварително зададен списък от онлайн ресурси (уебсайтове) да бъде по-близко до типичното поведение на редовния читател, който посещава с определена периодичност предварителен списък от „любими места“ в мрежата, за да види какво ново ще намери там.

II. РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО

II.1. СТРИНГ ЗА ТЪРСЕНЕ (QUERY) ПРЕЗ SENSİKA

За целите на изследването е използван следния стринг за търсене⁴:

Content_language: Bulgarian AND

соросоид*
OR марионетъч*
OR грантаджи*
OR протестър*
OR либераст*
OR толераст*
OR еврогей*
OR безрод*
OR продажни*
OR хрантут*
OR послушко*
OR джендъри
OR обезбългаряване
OR дебългариз*
OR циганиз*

AND NOT

"продажни цени"
OR "продажните цени"
OR "продажни оферти"
OR "продажните оферти"
OR Еврогеймс⁵

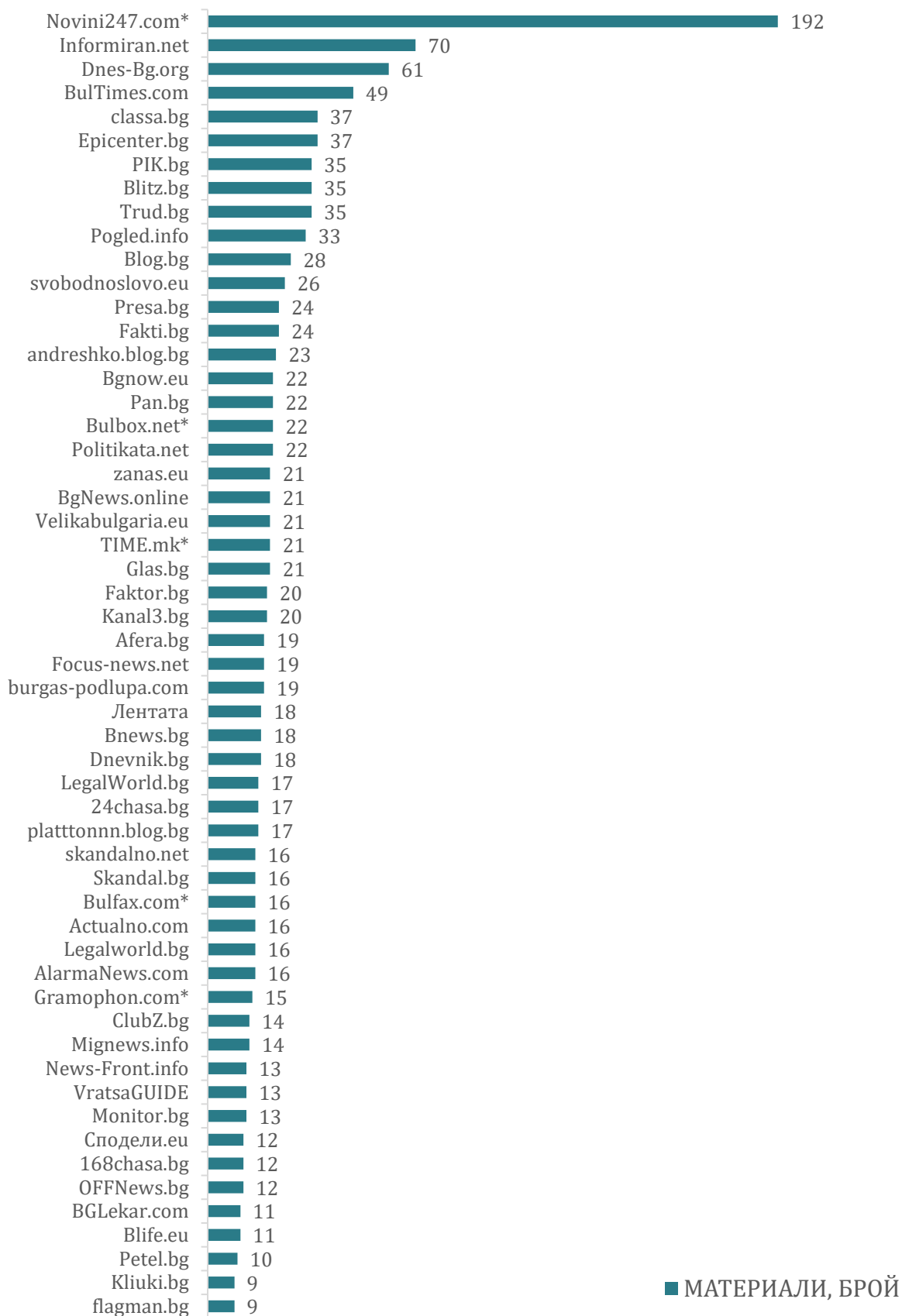
⁴ Звездичката *(asterisk) играе ролята на wildcard, тоест в резултатите от търсене ще бъдат включени всички материали съдържащи дума, която съдържа всички букви до звездичката, като в случая с българския език, като това включва почти всички думи, имащи общ корен (съществителни, прилагателни, в различен род, единствено и в множествено число, както и членувани и нечленувани форми). Това позволява да бъде получена по-добра представителност на резултатите.

⁵ Тази част от заявката (кверито), която се намира след AND NOT служи за филтриране на нерелевантни резултати, които биха замърсили изследването.

II.2. АГРЕГАТОРИ И МЕДИИ, ИЗПОЛЗВАЩИ НАЙ-ЧЕСТО РЕЧ НА ОМРАЗАТА

В Графика 1. са посочени 56 български онлайн медии, които най-често използват и разпространяват речта на омразата през речника на популистката пропаганда.

Графика 1. Петдесет и шест българоезични онлайн медии, включително блогове, употребяващи пропагандните епитети. Със звездичка (*) са обозначени агрегаторите на съдържание. Числото показва броя материали, съдържащи един или повече от петнадесетте очернящи епитета, за всяка отделна медия.



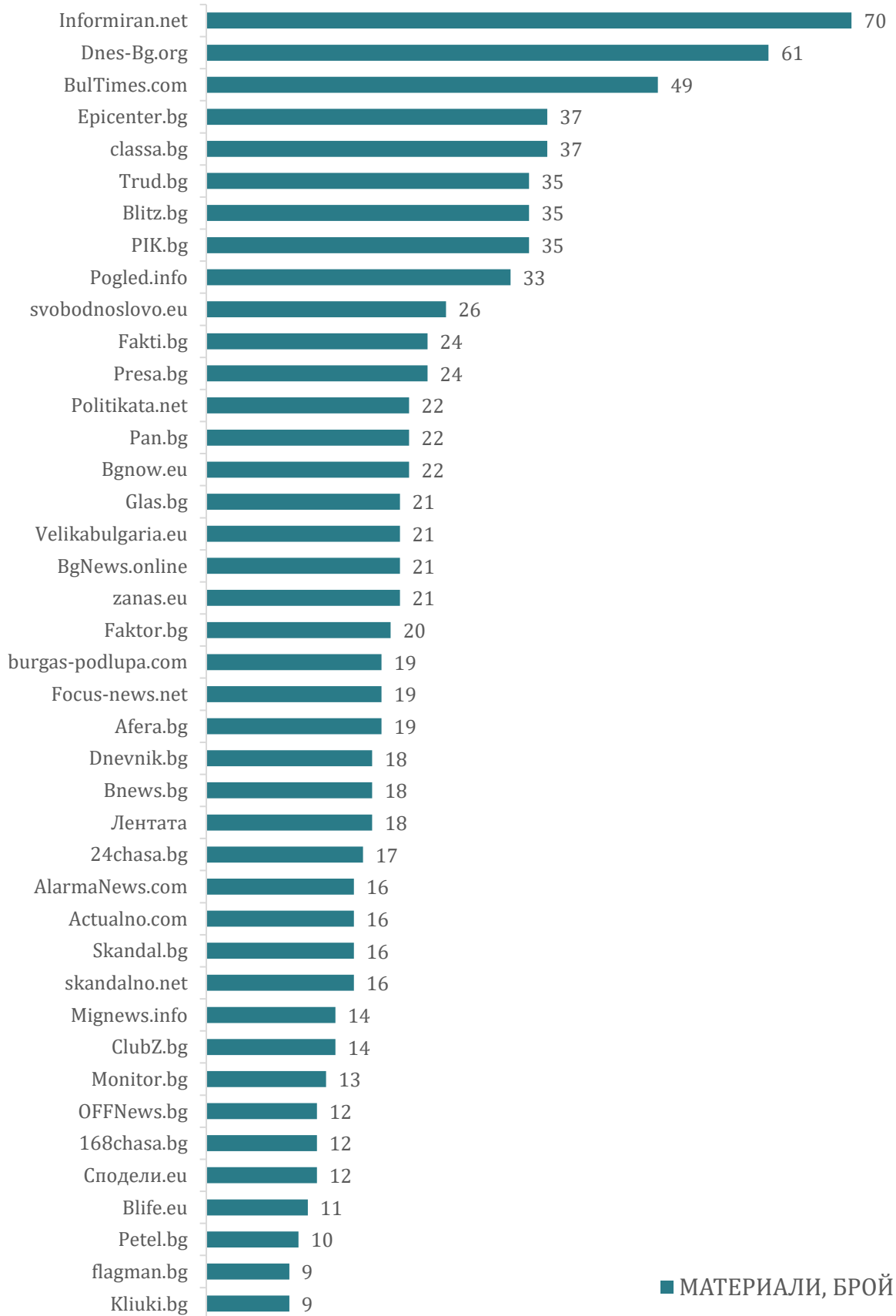
В графиката участват както агрегатори, така и блогове и новинарско-аналитични сайтове. Агрегаторите се смятат за „неутрални“ по отношение на съдържанието, тъй като не поддържат редакционен екип. От друга страна, чрез своите първоначални редакционни решения за избора на медиите, чието съдържание да агрегират и за избора на точния начин на това агрегиране, те постигат огромни разлики в тематичната си насоченост и политическото си звучене. Така агрегаторът „Новини 24/7“ представлява най-сериозният източник на материали, съдържащи враждебен пропаганден език, докато при другите агрегатори – bulfax, time.mk, bulbox, gramophon.com, присъствието на такъв тип материали е по-скоро символично.

Към резултатите на SENSIKA допълващата методика добавя само една медия, използваща враждебна реч в основното съдържание, но останала незасечена с основната методика. Това е vestnikutro.com с 14 статии, използващи обидните епитети.⁶

Графика 2. Присъствие на речта на омразата в новинарски медии онлайн - по списъка на „Медийно око“⁷ Числото показва броя материали, съдържащи един или повече от петнадесетте очернящи епитета, за всяка отделна медия.

⁶ Сайтът vestnikutro.com не е включен и в списъка на „Медийно око“. Той обаче има новинарско-аналитична насоченост и може да бъде определен за анонимен, тъй като, макар за издател да е посочен „Български печат“, няма посочена редакция, а и повечето статии са анонимни.

⁷ За да бъдат изключени от списъка с резултатите тези онлайн ресурси, които не отговарят на потъснатата дефиниция за онлайн новинарска медия, е използван списъка с медии на проекта „Медийно око“, разработван от Красимир Гаджоков. Списъкът от медии на проекта „Медийно око“, представляващ каталог на българските онлайн новинарско-аналитични медии, не включва в себе си следните категории онлайн ресурси – уебсайтове на национални телевизионни канали или радиостанции; сайтове, тясно специализирани в конкретна, несвързана с предимно с обществени-политически новини област – като здраве, медицина, спорт, изкуства, технологии, наука, окултност, пътешествия, забавления, хоби, необясними явления; лични блогове с изрично заявени собственици и автори; сайтове на държавни институции и техни подразделения; сайтове на фирми и организации и техните подразделения (освен ако публикуват обществени новини – тогава са включени); подсайтове на големи (национални) новинарски сайтове, ориентирани към конкретно населено място; българоезични сайтове с ясно заявен чужд собственик. Списъкът на „Медийно око“ тук е използван само и единствено за разграничаване на сайтове с обществено-политически новини и коментари от сайтове с друго съдържание. Не е използвана обаче допълнителната класификация на „Медийно око“, определяща сайтовете като разпространители на „сензации“, „фалшиви новини“, „реч на омразата“ и пр., доколкото използваните тук методики са напълно различни от методиката на Гаджоков – за идентификацията на реч на омразата тук се разчита на машинното търсене по ключовите думи и на надграденият контент анализ, а не на идентификацията на единични материали.



Според „Медийно око“ **12** или по-малко от една четвърт **от общо 41 уебсайта**, идентифицирани от SENSİKA като разпространяващи враждебна пропагандна реч, са напълно анонимни, тъй като не може да бъде открита информация за собствеността, редакционния екип и физическия адрес на медията⁸. Подреждането на медиите, използващи речта на омразата показва, че първите три места по интензивност в употребата ѝ се заемат от informiran.net, dnes-bg.org, bultimes.com. Според проекта „Медийно око“ informiran.net е напълно анонимен сайт, dnes-bg.org е сайт на Движението за национално единство и спасение, а издателят на Bultimes.com е дружеството VIP Кетеринг Къмпани ЕООД, ръководено от Крум Филъовски. Присъствието на „Дневник“, „Клуб Z“ и offnews.bg в списъка се дължи на материали, в които се цитират изказвания и декларации на политически говорители и субекти, както и на аналитични материали, в които се анализират обществените настроения и се цитират устойчиви словосъчетания и епитети, популярни в обществото. В тези медии се публикуват и аналитични материали, по правило копирани от статуси в социалните мрежи, които използват елементи на речта на омразата. Нито един от материалите, съдържащ пропаганден език в горните три медии, не е подписан от член на редакционните им екипи, нито пък е публикуван анонимно. Данните, получени и с двете методики, освен това показват друг важен резултат: самият факт, че дадени ключови думи от речника на антилиберализма и популизма се срещат в определена медия, не означава, че публикациите са с антилиберално съдържание. Ключовите епитети се срещат и под формата на цитати – понякога с цел да се води полемика или авторът да се дистанцира от враждебната реч. Пример в това отношение е „Дневник“, който често полемизира с антилибералната популистка пропаганда като цитира, а освен това поддържа и рубрика „цитат на деня“. Друг такъв пример е „Медиапул“.

„Дневник“ е интересен случай и по друга причина: SENSİKA, която автоматично изключва коментарите под материалите от търсенето, регистрира само 18 публикации в тази медия, цитиращи епитети от речта на омразата. Google търсенето, което търси в целия текст на хипертекстовия документ и показва резултат в списъка от резултатите от търсенето, независимо дали търсеният епитет е в статия в онлайн медия или публикуван под статията коментар, регистрира 523 резултата в „Дневник“. Изводът е, че коментарите под материалите на либералния сайт „Дневник“ са тежко заразени с антилиберална реч на омразата.

⁸ Критериите на проекта „Медийно око“ за определяне на дадена онлайн медия като анонимна са изключително строги. Ако сайтът е посочил дори едно лице за контакт и формално юридическо лице – собственик, което не би могло да поддържа такъв информационен ресурс по финансови, технически или медийни причини (например му липсва каквото и да е ноу-хау по темата), сайтът се отбелязва като неанонимен в списъка.

II.3. РЕЧТА НА ОМРАЗАТА В МЕДИИ, КОИТО НЕ СА НОВИНАРСКИ

II.3.1. МЕДИИ, НЕОТГОВАРЯЩИ НА КРИТЕРИИТЕ НА „МЕДИЙНО ОКО“

Извън списъка на проекта „Медийно око“ попадат няколко сайта с професионална насоченост, например „Правен свят“ или „Български лекар“, както и регионалният портал novini.vratsa.eu, които също използват враждебен пропаганден език. От списъка е отпаднал и новинарският портал, базиран в полуостров Крим, „Новинарски фронт“⁹ (news-front.info), поради факта, че според критериите на „Медийно око“, той не е българска медия.

II.3.2. БЛОГОВЕ

SENSIKA събира информация за блоговете, публикувани в платформата blog.bg. В блог постингите на първо място между антагонистите са соросоидите (и всякакви производни от тях – (явлението „соросоидщина“, „платените соросоиди“ и др.), също и различните видове „продажници“, „либерастите“, „циганите“ и връвящата с тях „циганизация“, както и „джендърите“.

III.3.3. ФОРУМИ

SENSIKA регистрира четири онлайн дискуссионни форума (виж Таблица 1.), чиито потребители използват речта на омразата.

⁹ Медията, базирана в полуостров Крим, се самоописва по следния начин - „информационна агенция «НЮЗ ФРОНТ» — войниците – доброволци на информационния фронт, водещи неравен бой с циничните лъжи, фалшификации, фалш, манипулациите и дезинформацията — тоест това е оръжие за масово поразяване, което Запада използва срещу всички нас в захватническата колониална война от ново поколение.“

Таблица 1. Форуми, в които се използва реч на омразата

Платформа	Брой постинги
Bg-mamma.com	308
Форумът на Investor.bg	147
Teen-problem.net	44
forum.bg-nacionalisti.org	34

Неочакван лидер при форумите е Bg-mamma, където реч на омразата е употребена в няколко дискуссионни теми, част от които с десетки хиляди реплики, отнасящи се до носталгията към тоталитарно-комунистическия режим в България, мигрантите и бежанците в Европа, правата и задълженията на ромското малцинство, защитата на жените от насилие, гей браковете, османското владичество и съпътстващите го социални явления – кръвен данък, насилствено помохамеданчване и други, както и до отнемането на деца в Норвегия. Антагонистите, споменати в горните тематични фокуси, са „соросоидите“ (или дори самият Джордж Сорос), „грантаждиите“ и „джендърите“, но също и „умните и красивите“, „еврогейовете“, „либерастите“ (включително „либерастията“).

На второ място попада форумът на Investor.bg, в който (за разлика от самия сайт, в който търсенето не регистрира такава честота на употреба) реч на омразата е употребена в темите, отнасящи се до поскъпването на жилищните имоти, където се обсъжда отношението на „безродниците“, плюещи по „всичко родно“, темите за цената на златото, за политическите въпроси, включващи отношението към президента на САЩ Доналд Тръмп и Украйна. Антагонисти във форума на Investor.bg са преди всичко „соросоидите“, „соросоидната пасмина“ „соросоидната идея“, но също и „толерастите“ („толерастията“), „либерастите“ („либерастията“), в по-малка степен „джендърите“ и „безродниците“.

На трето място е форумът на teen-problem.net, където епитетите се срещат в темата, в която се обсъжда либерализма и неговия носител (според говорителите във форума) - „либерастите“, които са и основния антагонист за употребяващите реч на омразата.

На четвърто място е forum.bg-nacionalisti.org, където основната тема е отношението към Русия и нейната политика, което е предимно отрицателно, но

има и потребители на форума, открито подкрепящи руската политика. Друга основна тема в дискусиите върху тази платформа са фалшификациите на историческата истина и опитът да се определи в чий интерес се правят те. Основните употребявани епитети в този форум са „рубладжии“¹⁰, „соросоиди“ (и производните), както и „продажни“.

Данните, получени от допълващата изследователска методика показват, че през анализирания период във форумите най-често употребяваните епитети са „джендъри“ и „толераст“, следвани от група силно свързани помежду си обидни думи – „хрантутници“, „продажни“, „безродници“ и „послушковци“ и определенията „соросоид“ и „грантаджия“. След тях следва ключовата дума „циганизация“, която се използва често самостоятелно и е много по-популярна от синонимите „обезбългаряване“ и „дебългаризация“. „Протестър“, „либераст“ и „еврогей“ се срещат относително по-рядко.

При всички медии, които поддържат възможност за потребителски коментари под статиите си, въпросните епитети се срещат много по-често в коментарите, отколкото в самите статии. При това няма значение дали статиите са с антилиберално пропагандно съдържание или просто цитират и полемизират срещу такъв тип позиции. И в двата случая в коментарите с голяма вероятност могат да се появят ожесточени дискусии, съдържащи реч на омразата, сред която се срещат и разглежданите от нас ключови думи. Реч на омразата присъства изобилно във коментарите под статиите на някои спортни информационни медии (поради спецификата на тяхната аудитория), въпреки че основните им материали тематично най-често са далеч от въпросите на текущата политика.

¹⁰ „Рубладжии“ не попада в селекцията от 15 епитета, по които се прави изследването, но в случая с конкретния онлайн ресурс употребата му е интензивна и е в непрекъснато съпоставяне или противопоставяне с епитета „соросоиди“.

II.4. ИСТОРИЯ НА ВРАЖДЕБНАТА РЕЧ: СЪБИТИЯ С НАЙ-ШИРОК ОТЗВУК В НОВИНАРСКИТЕ МЕДИИ ОНЛАЙН В ПЕРИОДА 1 ЮНИ – 31 АВГУСТ 2018 Г.

През лятото на 2018 г. липсват сериозни обществени и политически събития. Единственото изключение е решението на Конституционния съд, с което Истанбулската конвенция е обявена за противоконституционна. Разбира се, това решение възбужда речта на омразата. Но не е само то: тя не спира през цялото лято. Какво я мотивира?

Динамиката на употребата на реч на омразата в медиите онлайн (виж Графика 3.) демонстрира отчетливи пикове – на 7, 14, 21 и 24-25 юни, на 14, 17, 27 и 30 юли, както и на 13 август.

Графика 3. Динамика на употребата на пропагандна реч на омразата в българските онлайн медии



През месец юни речта на омразата през речника на популистката пропаганда концентрирана в четвъртъците – на 7, 14 и 21 юни.¹¹ Събитието, което предизвиква най-широк отзвук в онлайн медиите е Фейсбук статусът на съпругата на министър Томислав Дончев, с който тя коментира политиката по отношение на ромското малцинство, като заявява че „морковите“ за ромите са свършили и е дошло време за „тоягата“. Освен че самата Светлана Дончева привлича значително медийно внимание, то повлича след себе си и други политически реакции – на съпруга ѝ Томислав Дончев, така и на Ангел Джамбазки, чийто Фейсбук статус по отношение на коментара на съпругата на министъра е най-цитираната и препубликувана медийна реакция в настоящото изследване.

На седемнадесети юли 2018 г. е разположен абсолютния пик на публикуване на материали, съдържащи реч на омразата. Те обаче не са концентрирани в една реакция или дори в една тема, а третират комбинация от теми. Най-обсъжданата тема в този период е евтаназирането на животни, за които държавните институции предполагат, че са заболели от чума в странджанското село Шарково, както и в още няколко съседни села, и съпътстващите протести. Както самото събитие, така и коментарите по него, пораждаят вълна от медийни реакции, излизащи извън посочените два дни. Говорителите по темата изказват предположения, че заразата е дело на неоосманисти от Турция или че е възможно бежанци, вероятно нелегално пресекли границата, да са заразили добитъка. Бившият министър от първия мандат на ГЕРБ, Мирослав Найденов хвърля вината върху Цветан Цветанов. Отправят се и обвинения срещу „зелените“, че не протестирали достатъчно срещу така създадената криза с чумата, а ходят на море. От друга страна, Велизар Енчев се възмущава, че властта е твърде податлива на исканията на протестиращите.

Друг важен сюжет от 18 и 19 юли 2018 г. са грантовете на „Америка за България“ за български медии като с най-голяма интензивност темата се обсъжда между 16 и 18 юли.

Политикът от ГЕРБ Георги Марков изказва тезата, че Европа се е оказала със „свалени гащи“ поради влиянието на „неолибералната паплач“. Публицистът и бивш общински съветник във Варна Панко Анчев допълва – българският език и българската държава на духа загиват под натиска на Европа („европеецът“ убива

¹¹ Регистрираната регулярност е интересна, но не разполагаме с надеждно обяснение за нея. Възможно е пиковите през седмица да са ефект на случайност, но могат да се дължат и на ПР-стратегия: статиите, публикувани в края на седмицата, обикновено са видими и през уикенда, тъй като няма достатъчно нови публикации, които да ги изместят.

„българина“) и призовава българските писатели да разобличават „криворазбраната цивилизация“, кипреща се под маските на „европейски ценности“, „глобализация“, „цивилизационен избор“, „прагматичност“, „толерантност“ и „прочее простотии и гадости“.

На 19 юли 2018 г. главният сюжет е снимката на две деца, на видима възраст около 4-5 години, които искат да събират „парички“, за да може „баба Дора¹² да си купи козички“.

На 27 юли 2018 г. Конституционният съд отхвърля Истанбулската конвенция като прокараща „джендър-идеология“ и това събитие отприщва нов пик на употребата на реч на омразата. Александър Урумов, говорител на Министерството на отбраната, пише триумфален анализ за историческата победа над „соросовата корпорация“, „соросоидите“, „джендър-организациите“, „слугите на Сорос“ и на „либерастката Клинтънова клика“, както и над „джендър-коалицията със соросоиден генезис „Да, България““.

На 30 юли 2018 г. продължават реакциите на отхвърлянето на Истанбулската конвенция от Конституционния съд. Там влизат както подробни анализи на провала на Конвенцията в България, като тези на Огнян Минчев¹³ и на Евгений Дайнов¹⁴, така и материали, горещо одобряващи отхвърлянето на Конвенцията и провиждащи заговори зад средите, които са я подкрепяли.

Очаквано е, че август е месецът с най-слаба медийна активност по принцип и това важи и за материалите, съдържащи реч на омразата. През него има един единствен ден с над 35 материала, съдържащи търсените пропагандни епитети и това е 13 август. И тук не става дума за доминиране на медийната реакция от страна на отделно взето събитие, а за няколко реакции, които кулминират едновременно в този ден. Това са антиправителствените протести в Румъния, като в българските онлайн медии те са интерпретирани предимно негативно, например като желание на „3% соросоиди“ да получат 33% от местата в румънския парламент.

¹² Баба Дора е животновъд от село Шарково, придобила популярност поради радикалната си позиция срещу евтаназирането на домашни животни.

¹³ Огнян Минчев не използва реч на омразата, но е цитиран многократно от медии, които я използват, рамкирайки коментара му.

¹⁴ Евгений Дайнов констатира употребата на реч на омразата в съпротивата към приемането на Конвенцията.

Борислав Цеков констатира „войнстващото невежество, липса на функционална грамотност и типичната неосведоменост“ на „грантовите дърдорковци и соросоидите“, като отново посочва пагубната според него роля на „джендър-идеологията“ за българското общество. Писателят и бивш зам. главен редактор на „Дума“ Тодор Коруев разобличава „лъжите на либерали и безродници“, както той ги окачествява, в коментарите по повод романа „Време разделно“. Статия, в която бившият кандидат за кмет на София професор Михаил Мирчев определя ПП ГЕРБ като най-мощната мафиотска сила в България съдържа и поредица от изказвания с враждебна реч, които се разпространяват и генерират подобен отзвук.

Данните, получени от допълващата изследователска методика показват, че като цяло в общото използване на лексиката на антилиберализма и на речта на омразата през анализирания период от три месеца не се наблюдава ясно изразена тенденция. Динамиката на използването им по-скоро прилича на случайно блуждаене. Към края на наблюдаваното тримесечие са налице индикации за предстоящ скок – вероятно поради края на лятото и започването на новия медиен и политически сезон. Нарастването на интензивността би могла да се дължи и на чисто технически причини в технологията на търсене на Google, която дава предимство на най-скоро публикуваните материали.

При употребата на отделни думи има интервали на по-изразена интензивност, свързана с конкретни събития, макар че летният сезон не е особено интензивен в това отношение. При употребата на думата „джендъри“ се наблюдава ръст в периода около и след на решението на Конституционния съд по въпроса за конституционността на Истанбулската конвенция (в края на месец юли). Антиромската тематика също присъства равномерно в онлайн ресурсите с пикове, понякога свързани с конкретни (негативни) събития или инциденти, отразени в тях – сбивания, скандали – или с изказвания или публикации по повод на ромите от известни личности. Тъй като ромите са традиционна изкупителна жертва във всички други политически и медийни дебати, увеличаването на публикациите, споменаващи ромите в негативен план, се наблюдава в периоди на по-интензивен дебат по други теми, генериращи антилиберални настроения (например Истанбулската конвенция).

Използването на квалификацията „соросоид“ корелира относително добре с почти всички контексти, в които се появява популистко-пропагандна реторика. „Соросоидите“ се появяват и при обсъжданията на „джендър идеологията“, и при

ромската тематика. Те са най-всеобхватното „понятие“ от враждебния речник на популистката пропаганда.

Устойчивата употреба на епитетите на враждебната реч и пиковете (особено несвързаните с Истанбулската конвенция), както и фактът, че едни и същи медии и говорители тиражират този език, потвърждават констатациите от предишните изследвания на ФХСИ, а именно, че **речта на омразата е (важна) част от общия популистко-пропаганден език, разпространяван стратегически.**

II.5. ПОЛИТИЦИ, ИЗПОЛЗВАЩИ РЕЧ НА ОМРАЗАТА

Двамата политици, получили най-голяма медийна трибуна и използващи интензивно реч на омразата през речника на популистката пропаганда в анализирания период, са представителите на ВМРО Красимир Каракачанов и Ангел Джамбазки. Като основни антагонисти те определят „циганите“, „маргиналите и екстремните субекти, които не желаят да спазват законите на страната ни“, „разните либерални НПО-та и техните клакьори“, „криминалния цигански контингент“ (Каракачанов) и „лицемерите“, „неграмотните, неспособните, неприспособимите, несоциализирани дегенерати“, „паразитите от разните соросоидни комитети“, „фалшивите защитници на човешките права и останалите негодници“, „де гиди болшевики недоправени“ (Джамбазки). И за двамата основна опасност за България представляват „циганизацията“ и неправителствените организации, които се застъпват за правата на ромското малцинство.

Други политици, използващи такъв език, са евродепутатът Николай Бареков, бившият кандидат-кмет на София професор Михаил Мирчев, депутатът от БСП Александър Симов и бившият конституционен съдия Георги Марков. Епизодично (т.е. в изследвания период те рядко попадат в медиите, макар техните коментари да са изпъстрени с такива епитети) се забелязва и употреба на такъв език от бивши политици като Антон Тодоров, Велислава Дърева и Борислав Цеков.

II.6. ЕПИТЕТИ НА РЕЧТА НА ОМРАЗАТА – ЧЕСТОТА НА УПОТРЕБА

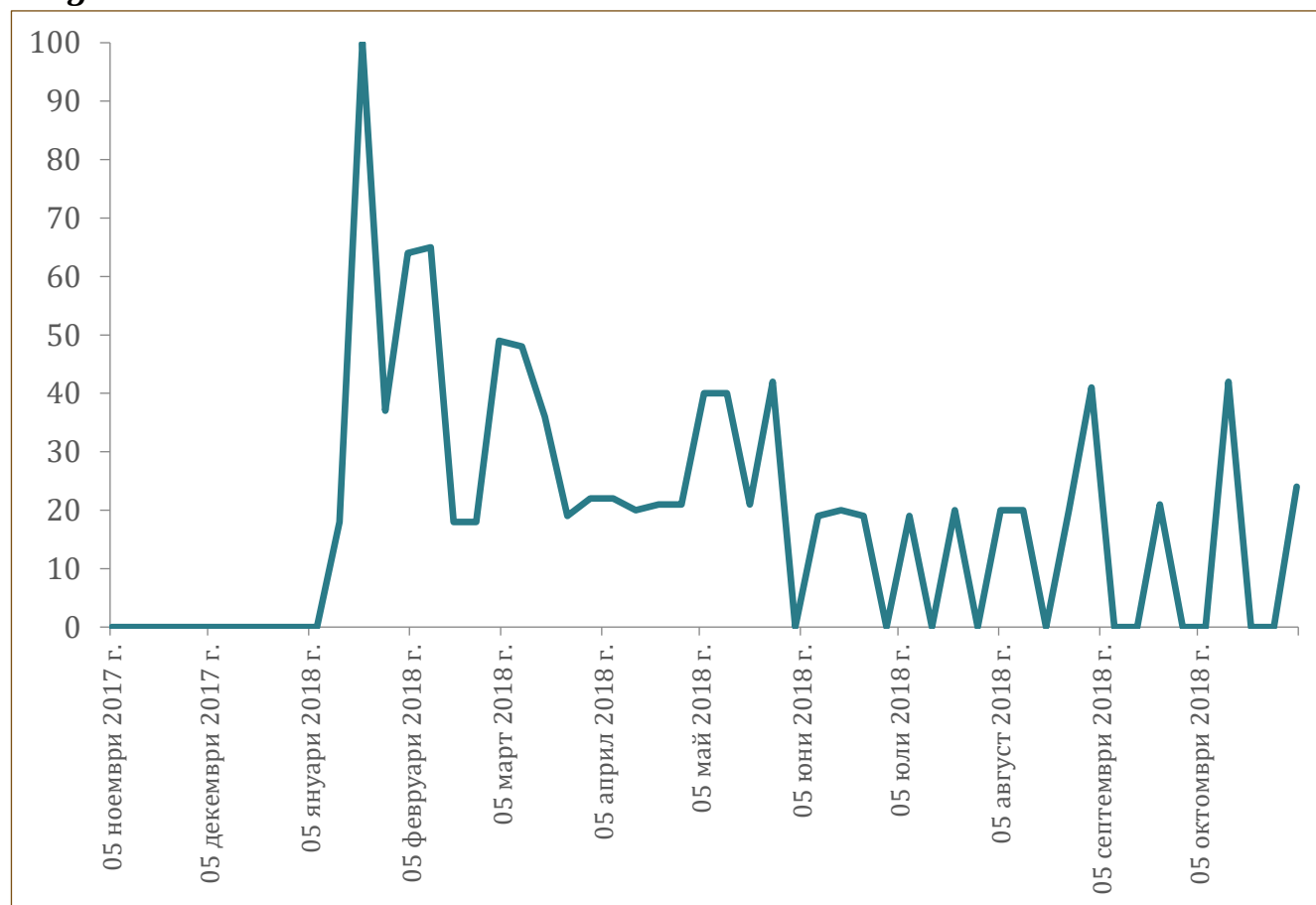
През лятото на 2018 г. в онлайн медиите най-често употребяван епитет в речта на омразата през речника на популистката пропаганда е „джендъри“, именно както е в множествено число, като обида, отправена към хора с нетрадиционна сексуалност или към техни защитници (виж Таблица 2). Разпространението му фактически следва дебата по Истанбулската конвенция. Както показва Google Trends (виж Графика 4.), неговото разпространение настъпва лавинообразно веднага след началото на 2018 г.

Таблица 2. Интензивност на употреба на епитети в речта на омразата за периода 1 юни –31 август 2018 г. в онлайн медиите

джендъри*	694
либераст*	596
соросоид*	574
безрод*	421
продажни*	361
протестър*	333
грантаджи*	219
хрантут*	172
толераст*	150
циганиз*	118
еврогей*	86
послушко*	75
дебългариз*	27
обезбългаряване	17*
марионет*	6

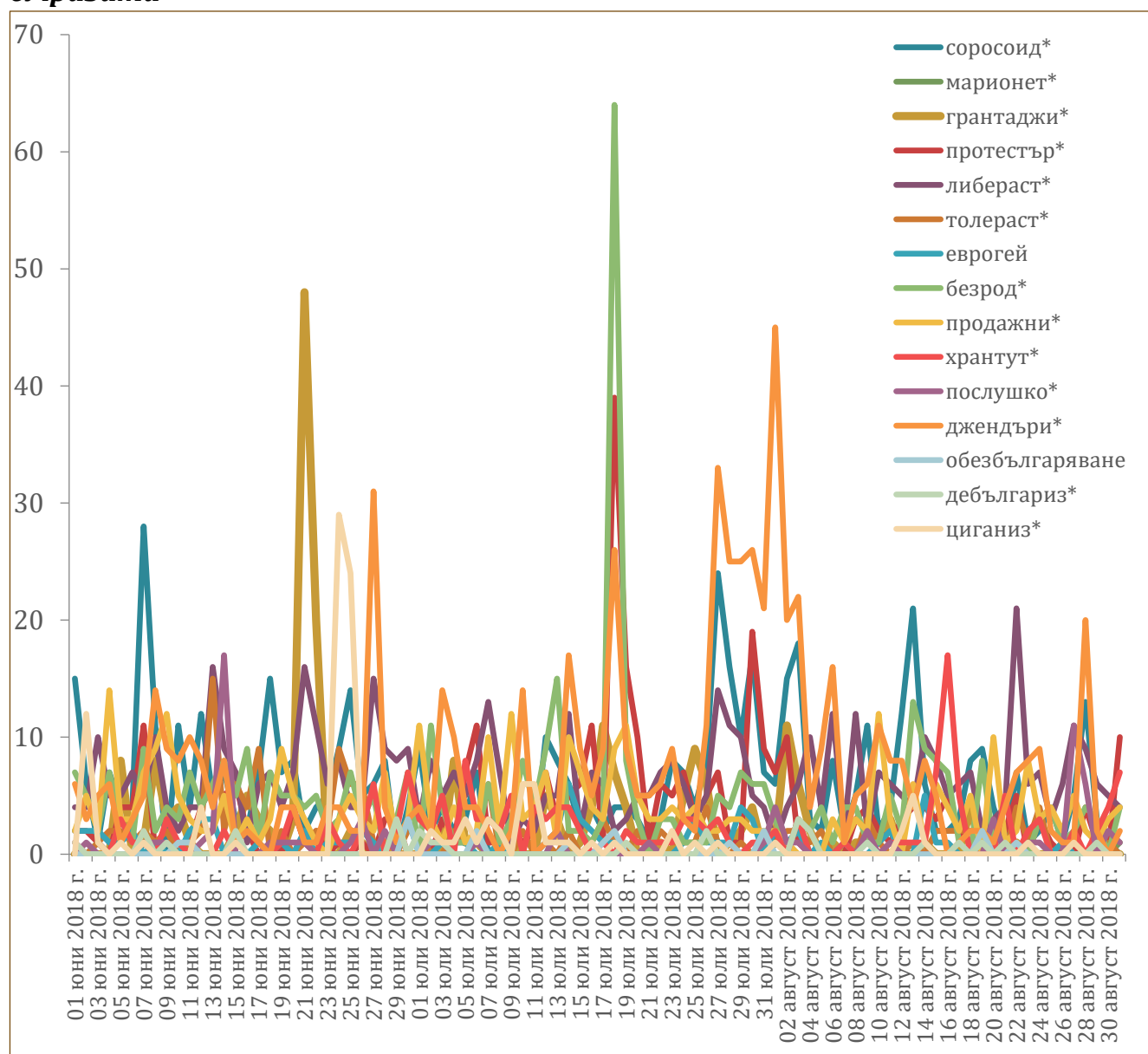
На относително близка дистанция по брой употреби следват епитетите „либераст*“ и „соросоид*“, които посочват като непосредствена мишена на речта на омразата хората, изповядващи и защитаващи либерални политически възгледи, както и членовете на тази част от общността на неправителствените организации в България, които са получили грантове, осигурени от различни международни донори. Епитетите, описващи обществени процеси като „дебългаризация“, „обезбългаряване“ и марионетно поведение на практика са статистически незначителни за речта на омразата през анализирания период.

Графика 4. Употреба на епитета „джендъри“ в търсенията на Google според Google Trends¹⁵



¹⁵ Достъп на 29 септември 2018 г.

Графика 5. Динамика на употребата на отделните епитети в речта на омразата

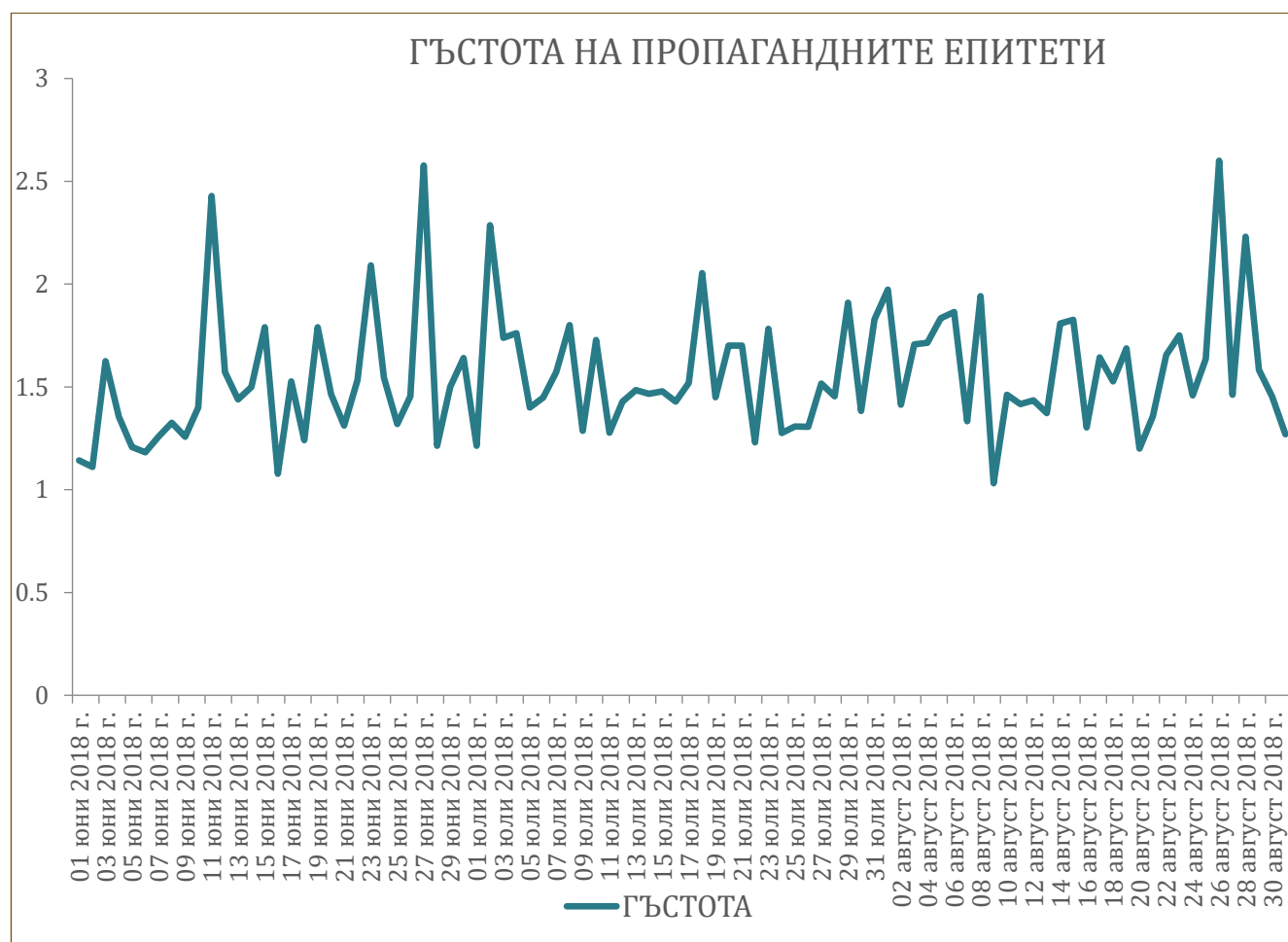


Както ясно се вижда от Графика 5. освен, че част от епитетите са статистически незначителни за крайния резултат, то и употребата в речта на омразата на статистически значимите епитети е променлива величина в различните времеви моменти.

Употребата на най-масово използвания епитет „джендъри“ е най-интензивна именно в първите дни след като Конституционният съд отхвърля Истанбулската конвенция като противоконституционна и опитваща се да прокарава „джендър идеология“.

През периода 17-19 юли 2018 г. е налице видим пик в едновременната употреба на епитети с общи корени с „протестъри“, „джендъри“ и „безродници“, като това вероятно се дължи на едновременно засиления медиен интерес към три важни теми – Истанбулската конвенция, грантовете на „Америка за България“ за подкрепа на медии и евтаназирането на домашни животни в странджанските села и свързаните с тях протести в село Шарково.

Графика 6. Гъстота на употребата на отделните епитети на речта на омразата



По разбираеми причини гъстотата не може да падне под 1 епитет на статия. Пикове в гъстотата на употребата на епитети се появяват на 11 и 27 юни, 2 и 18 юли, както и 26 август 2018 г. На 11 юни се появява един от минимумите на употреба на реч на омразата (най-малък брой статии за ден), но същевременно е налице и максимум на гъстотата на епитетите в отделните статии, която достига почти 2,5 епитета на материал. Материалите от този ден наистина са наситени с

множество епитети, но са посветени на разнообразна тематика. Двадесет и седми юни също не се откроява като ден на публикуване на голямо количество материали, съдържащи реч на омразата, а повишената концентрация на епитети се обяснява чрез преразказа на телевизионното участие на бившия конституционен съдия Георги Марков в предаването на Цветанка Ризова. На 17 юли пикът в употребата на речта на омразата почти съвпада с пика на гъстотата на пропагандни епитети на 18 юли, но този факт не е свързан с една конкретна тема, а с няколко – протестите срещу евтаназията на животни в село Шарково и околните села, критиката към Зелените, че не участват в тези протести, изказването на бившия Конституционен съдия Георги Марков за политиката към бежанците в Централна Европа и др.

Трябва да се отбележи и още един важен факт: пиковите в гъстотата на епитетите съвпадат с няколко дни, в които има известен спад в употребата на реч на омразата като брой публикувани материали, съдържащи такъв език. Съответно самите пикове на гъстотата се дължат на натрупването на аналитични материали на отделни автори, които коментират социално-политически проблеми емоционално, използвайки за целта враждебен език.

Данните, получени от допълващата изследователска методика, дават основание за формулиране на една ключова хипотеза: повечето от използваните епитети са станали устойчива част от антилибералната лексика и речта на омразата, включително и на всекидневно ниво: в коментарите към статиите и във фейсбук. Тук най-напред спадат обидните и принизяващи квалификации като „продажен“, „хрантутник“ и други подобни, както и универсално-приложимите квалификации като „соросоид“ и „толераст“ („толераст“ е много по-често използвано във форумите и коментарите към статиите, докато „либераст“ пази по-висока честота на употреба в текстовете на самите статии). Данните от края на анализирания период навеждат на мисълта, че **популистко-пропагандният дискурс, макар да е устойчив като средна честота и донякъде стохастичен в пиковите си, все пак следва циклите на политическия сезон и се влияе от важни събития като решението на Конституционния съд по отношение на Истанбулската конвенция.** В случай, че липсват значими обществени събития през почивните месеци за поддържане на дискусиата, може да се използват и действително се използват всякакви „факти“ (военни учения, отделни военни инциденти), изказвания (антиромски, срещу бежанците) и подновени обсъждания на стари теми (дали „Време разделно“ се базира на автентичен исторически материал), които в период на по-наситена политическа събитийност не биха привлекли сериозно внимание.

III. ОСНОВНИ ИЗВОДИ

През анализирания период се констатира устойчивото присъствие на „джендъри“ (дума, използван именно по този начин – в множествено число) като централен обиден епитет в речта на омразата, който на практика не се употребява преди 1 януари 2018 г.

Не се наблюдава корелация между гъстотата на употребата на квалифициращи епитети и пиковете на материалите, използващи реч на омразата. Зависимостта е по-скоро обратнопропорционална и би трябвало да стане предмет на отделно изследване.

Основните мишени на речта на омразата са „джендърите“, като под въпросното събирателно понятие се подразбират няколко общности – правозащитниците, ангажиращи се със защитата на правото на алтернативна сексуална идентичност, хората с нетрадиционна сексуална ориентация и гражданите с либерални политически възгледи. Следващите системно атакувани цели са „либерастите“ и „соросоидите“.

Понятията „обезбългаряване“ и „дебългаризация“ в действителност са изчезнали от речта на омразата през анализирания период, тъй като имат пренебрежимо слаба употреба. За разлика от тях думата „циганизация“ често се използва самостоятелно и е много по-разпространена в речника на популиската пропаганда.

Политиците, които използват враждебна реч и изказванията им са най-често тиражирани по време на анализирания период, са Красимир Каракачанов, Ангел Джамбазки и отчасти Николай Бареков. Епизодично се включват и други настоящи и бивши политици като Михаил Мирчев, Александър Симов, Георги Марков, Антон Тодоров, Велислава Дърева и Борислав Цеков. Трябва да се отбележи, че водещите български политици използват по-умерен и обществено приемлив език, който ги изважда от фокуса на изследването.

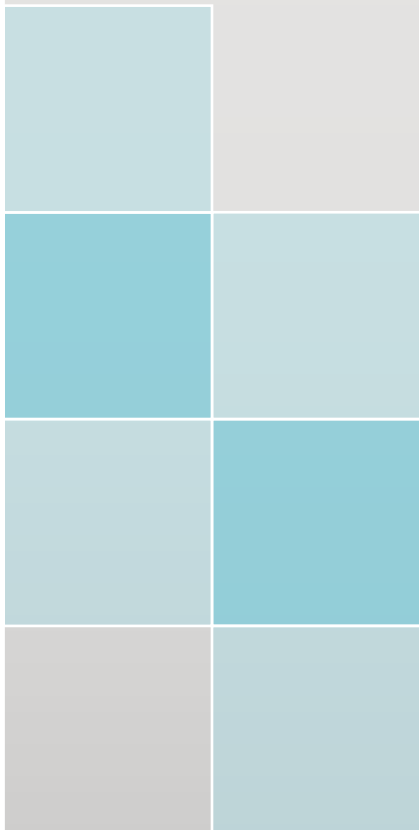
В речта на омразата, независимо от петте изминали години от лятото на 2013 г., друг устойчив епитет е заел ключово място и това е „протестър“.

Враждебните епитети имат варираща честота на употреба, като най-използваните от тях, например „джендъри“, демонстрират отчетливи пикове.

Онези, които не са сред най-употребяваните, всъщност попадат в фоново-контекстуална употреба между десет и двадесет пъти дневно в най-различни материали.

Събитията, които възбуждат и поддържат публичната употреба на реч на омразата през анализирания период са:

- Решението на Конституционния съд, че Истанбулската конвенция не съответства на българската Конституция.
- Фейсбук статусът на съпругата на министър Томислав Дончев – Светлана Дончева, по адрес на ромското малцинство у нас (за който не е известен първоначалния повод, който го е предизвикал).
- Протестът проведен в село Шарково срещу евтаназията на домашни животни в селото и в няколко околни села, където ветеринарните власти се опитват да предотвратят избухването на чумна епидемия. В този случай евтаназията е само конкретен повод да се насочи речта на омразата срещу обичайните антагонисти – „зелените“, „жълтопаветниците“ и други.



**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/>

