

Фондация за хуманитарни и социални изследвания – София
(ФХСИ)

Доклад

Руската пропаганда в българските медии онлайн (Четвърта част).

Фейсбук групи

Екип на изследването:

Вероника Димитрова

Любомир Дончев

Валентин Вълканов

Съществена част от хибридната война, която Руската федерация води със Запада и в частност на българска територия, е разпространяването на политическа пропаганда с цел манипулация на общественото мнение в посока, желана от Москва. Серия от публикации на *Фондацията за социални и хуманитарни изследвания* през последните години изследва детайлно този процес: това е четвъртият доклад от изследването „Руската пропаганда в българските медии онлайн“¹ и той е посветен на **Фейсбук и по-конкретно – на публичните групи във Фейсбук. В това търсене са изключени предходно изследваните в третия доклад страници на медии, политици, личности, журналисти и др. Медийните страници, които фигурират в този доклад са регистрирани като публични групи**².

Анализът обхваща всички публични страници на групи, които публикуват пропагандно съдържание във Фейсбук. Основна характеристика на тези групи е, че те са публични и достъпът до тях е свободен, т.е. не е нужно одобрение от администратор, за да се разглеждат. Друга важна характеристика на създадената база данни е, че филтрираните публикации са сбор от статии, статуси, снимки, линкове, видеа – автентични и споделени. Направени са количествено измерване за периода 01.01.2022 до 16.05.2022 г. и статистически анализ. Базата данни е създадена от „Данни за добро“ (чрез системата CrowdTangle) и съдържа 5087 публични постове от Фейсбук в публични страници на групи. Системата CrowdTangle обхваща постове на публични страници, групи и верифицирани публични профили на личности, които са имали повече от 110 000 лайка от 2014 г. или са добавени ръчно в списъка на CrowdTangle, както и публични постове, които не използват реклама и не таргетират специфични групи.

Тук трябва да направим три уточнения:

- Част от групите, които попадат в описаните по-долу резултати, може да са сменили имената си към момента на публикуване на настоящия доклад. Това е практика, която се наблюдава не само при чисто естетически текстови промени, но и при идеологически завои на групите. В контекста на пропагандното разпространение това би могло да означава „отвличане“ на аудитория, която съставя група с определено послание, докато в един момент това послание бива изцяло подменено, редом със съдържанието на публикациите, които достигат до потребителите.
- Автоматичното търсене по ключови думи, както е създадена базата данни, на която се базира настоящото проучане, носи своите неточности. Около 10-20% от базата данни е съставена от публикации, в които са налични ключовите думи, но не възпроизвеждат пряко тезите на руската пропаганда – те най-често цитират пропагандни послания или просто думите са използвани в съвсем друг контекст. Подобно отклонение или „разсейване“ на резултатите, когато е контролирано в определени граници (тук до 20%), по никакъв начин не пречи на изводите относно общите тенденции.

¹ Виж предходните три на: <https://hssfoundation.org/3970/>

² Впрочем част от медиите регистрират и фейсбук група, и страница на медията. Такъв пример е Поглед инфо.

- Не всяка от групите, попаднали в базата данни, е експлицитно пропагандна. Материали, съдържащи ключовите думи на търсенето, могат да бъдат публикувани в групи с противоположен профил. Самите публикации могат да бъдат дори с критична конотация към наративите на руската пропаганда. Такива случаи обаче са изключение в общия масив от данни и влизат в допустимото разсейване на търсенето от 10-20%. Това уточнение трябва да се вземе предвид при интерпретация на резултатите.

Търсенето е направено по ключови думи, които обхващат основни наративи на руската пропаганда.

Използвани са следните ключови думи:

„руски свят“, „анти-Русия“, „антируски“, „нападение срещу Русия“, „репресиите срещу рускоговорящите“, „етническо биооръжие“, „Русия в ъгъла“, „руската специална операция“, „да удари Русия“, „таран срещу Русия“, „срещу руския свят“, „коалиция срещу Русия“, „организиран изкуствен дефолт“, „дерусифициране“, „високоточни“, „високоточкови“, „руска триада“, „хиперзвукови“, „украински националисти“, „Луганската народна република“, „Донецката народна република“, „освободените територии“, „денацификация“, „демилитаризация“, „смяната на властта в Киев“, „украински нацистки престъпници“, „превратът в Киев“, „престъпният режим в Киев“, „нацистският режим в Киев“, „националистическият режим в Киев“, „украински неонацисти“, „украинските националистически батальони“, „протекторатът Европа“, „пост-Запад“, „колективният Запад“, „протекторат на САЩ“, „протекторат на Съединените щати“

Споделянето на пропагандни съобщения в групите на Фейсбук е предимно през линкове към други страници и снимки. Най-често публикуваните пропагандно съдържание страници на групи във Фейсбук са русофилски. На първи места се отличават и групите, които подкрепят президента Румен Радев.

Таблица 1. Топ 10 на групи, публикуващи пропагандно съдържание.

Име на групата във Фейсбук:	Членове във Фейсбук (05.07.2022)	Брой публикации за периода 1 януари – 16 май 2022 г.	% от всички групи
ВЪН МУТРИТЕ ОТ ПОЛИТИКАТА	50 073	150	2.9
Приятели на В.В.Путин в България, Европа и света /Друзья В.В. Путина в Болг	93 204	128	2.5
Аз НЯМА да гласувам за Бойко Борисов и ГЕРБ!	101 502	122	2.4
Безумието на едно управление	22 808	107	2.1
ПРЕЗИДЕНТ НА НАРОДА	23 072	99	1.9
Имам право да знам	13 956	76	1.5

БЪЛГАРСКИЯ НАРОД Е С РУСИЯ ! НЕ НА БАЙДЪН	7 651	74	1.5
Да защитим Президента на България	47 007	73	1.4
В центъра на събитията (без цензура)	24 027	72	1.4
Приятели на Россия!	14 382	64	1.3

Таблица 2. Типове публикувано съдържание.

Тип съдържание	Брой	%
Link	2578	50.7
Photo	1078	21.2
Status	620	12.2
Native Video	483	9.5
YouTube	166	3.3
Video	131	2.6
Live Video Complete	31	0.6
Total	5087	100

Най-споделяният тип съдържание в групите са линковете. Те съставят половината от прихванатата пропаганда, разпространявана в този сектор на Фейсбук и представляват предимно препратки към различни външни сайтове. Това означава, че групите се използват преди всичко като канали на провеждането на пропагандата в България чрез споделянето на вече създадено съдържание. Споделянето на линк става бързо и лесно, носейки със себе си готовото съдържание, което вероятно прави този похват най-разпространен сред всички. Не е такава ситуацията с публикуването на снимки и статуси. Написването на оригинален статус изисква усилие, което вероятно прави това средство по-непопулярно. Подобна е и ситуацията с видеата, особено с тези, снимани на живо, за да бъдат качени директно в социалната мрежа. Друга особеност на динамиката в разпространението на пропаганда във Фейсбук е, че веднъж създаденото съдържание има за цел да достигне повече потребители, а не да бъде пресъздавано наново от всеки от тях. Групите функционират като ключови дисеминатори на пропагандата.

Категоризация на групите

Публичните групи и лични профили са ръчно категоризирани на: 1. чисто политически групи; 2. групи по хоби и интереси; 3. новинарски групи; и 4. други групи.

1. Политическите групи са тези, които открито подкрепят определени политически лица или партии (напр. „Корнелия Нинова – Председател на БСП“, „С ЕЛЕНА ГУНЧЕВА - ЗА БЪЛГАРИЯ!“; „ВЪЗРАЖДАНЕ – София“) или групи, които задават политически позиции – не непременно свързани с подкрепа на конкретни политически формации в България, а по-скоро

заставащи зад общ идеен проект или критикуващи част от политическите партии и позиции (напр. „Аз НЯМА да гласувам за Бойко Борисов и ГЕРБ!“; „НЕ на Бойко Борисов за президент и в политиката!!!!!!“; „ВЪН МУТРИТЕ ОТ ПОЛИТИКАТА“; „БЪЛГАРСКА ЛЕГИЯ АНТИМАФИЯ“; „АЗ СЪМ ЗА БЪЛГАРИЯ-ЗОНА НА МИРА“; „НАТО вън от БЪЛГАРИЯ!!!“; „За присъединяване на България към Евразийския съюз и възстановяване на СССР“; „За Русия“; „България и Русия- братски съюз!“; „Приятели на В.В.Путин в България, Европа и света /Друзья В.В. Путина в Болг“). Броят на публикациите в такъв тип групи наброява 2995.

2. Следващата категория е тази на групите за хоби и интереси (1476 публикации). Тя се характеризира с това, че заглавията на групите често нямат много общо с причината за попадането им в базата данни – а именно, че те споделят пропагандно съдържание за войната в Украйна. Голяма част от тези групи са опит за обединение под определена идея, която при по-широк прочит би могла да бъде разпозната и като политическа, но без определени основания и позоваване на политически агенти в нея. Нека да дадем няколко примера: „НАШАТА БЪЛГАРИЯ – ОБЕДИНЕНИ ИЗТОЧНОПРАВОСЛАВНИ ХРИСТИЯНИ“, „ДОБРИЧ – Градът на Мечтите“, „ЗНАНИЕТО Е СИЛА“, „Събуди се, РОБЕ!!!“, „СТРОГО СЕКРЕТНО НЛО ИЗВЪНЗЕМНИ КОНСПИРАЦИИ БОГ ВСЕЛЕНА ТАЙНИ И ЗАГАДКИ“. Тези групи са разнородни по своя характер. Сред тях често се срещат организирани на местно ниво групи (спрямо областен град или село). Между тях има както и обединителни групи на патриотичен принцип („ВЯРА ЗА БЪЛГАРИЯ“, „Българи“, „ЗАЕДНО МОЖЕМ“), така и групи, които на пръв поглед са далеч от политическата сфера („Хора за промяна“, „Заедно Можем Повече 100%“, „ГРУПА „Въпрос на гледна точка““). Открояват се и групи, свързани с конспиративните теории и НЛО. Вероятно този тип групи се използват най-често за „отвлечане“ на аудиторията.
3. Под третата категория попадат новинарските групи (489), в които влизат и такива, които са на потвърдени новинарски екипи (официални медии като БНР и Евроком), а и на непотвърдени такива. При тях се наблюдава вариативност по отношение на генезиса им: голяма част са чисто местни новинарски екипи, които публикуват или споделят новини на местно ниво („Бележникът на Добрич“, „ВСИЧКИ НОВИНИ ОТ БЪЛГАРИЯ И СВЕТА!“, „Шумен Днес“), но има и такива, които са свободно формирани, и трудно могат да бъдат категоризирани („Имам право да знам“, „Новини и политика“, „Новини от "БъЗ - АН" !“).
4. Четвъртата категория е „Други“, тъй като има набор от групи, които трудно могат да попаднат в останалите три. Това са групи, които съществуват като лични блогове и публикуват разнородна информация по голям брой теми. Ето някои от тях: „КЛУБ 45“, „3+ на бумел“, „ГРУПАТА НА ШАРО“.

Таблица 3. Съдържание по типове групи.

Тип група	Брой	Процент
Политическа	2995	58.9
Хоби/интереси	1476	29.0
Новинарски	489	9.6
Друго	127	2.5
Total	5087	100.0

Съвсем логично за канал на политическа пропаганда са най-вече политически ориентираните групи във Фейсбук. Два пъти повече съдържание с такъв характер (2995 материала) е публикувано именно в тях спрямо другите най-популярни типове – тези за хоби/интереси (1476), а новинарските са на предпоследно място (489). Следва да се отбележи, че относително малък брой са групите, подкрепящи конкретни политически личности и партии (около 12% от цялата извадка, 592). Те са преди всичко обвързани с БСП, Румен Радев и Възраждане. В базата данни преобладават русофилските групи и това не би трябвало да изненадва никого, тъй като голямата част от техните членове припознават общата история между Русия и България през позитивен исторически разказ, базиран на периода на българското Освобождение. Съществуват и групи, чиито заглавия препращат директно към СССР и явно разчитат на носталгията към социализма, а от това може лесно да се заключи, че разграниченията между Руската империя, СССР и Руската федерация са изцяло размити³. Това може да бъде разгледано като една от причините за хибриднизирането между патриотизма и русофилията. Дори само при преглед на заглавията на групите се вижда смесването на руски освободители, православие и прославянето на Владимир Путин. Преобладаващата част от националистическите групи в базата данни са с политически генезис, но добре прикрити зад „велики“, „български“ идеи. Любопитно е, че администраторите на групи, които преди войната са публикували информация, която не е била политическа, с началото на войната започват да се възползват от членовете на групите и стартират политизирането на аудиторията чрез различни инструменти – пропагандни снимки, видеа, статуси и т.н.

Таблица 4. Топ 15 по брой интеракции.

Име на група	Mean	N	Std. Deviation
АЗ ПОДКРЕПЯМ КОРНЕЛИЯ НИНОВА	258.16	32	251.003
Кирил Петков за Министър-Председател на Република България	207.33	12	133.147
БЪЛГАРСКА ЛЕГИЯ АНТИМАФИЯ	176.29	28	222.522
Заедно Можем Повече 100%	153.33	15	94.215
Безумието на едно управление	150.34	107	178.136

³ Един пример: <https://www.facebook.com/groups/2274621439335013/permalink/2498852443578577> (страницата е последно посетена на 19.08.22).

ПРЕЗИДЕНТ НА НАРОДА	136.93	99	220.919
БОРИСОВ - Личен избор!	130.77	13	193.542
Измамата КOвид -19/Украйна-22 (част четвърта)	129.36	11	79.367
Да свалим Борисов и ГЕРБ от властта!	128.74	27	217.269
НИЕ НЕ ИСКАМЕ ВОЙНА С РУСИЯ	122.41	32	215.199
ГЕН.РУМЕН РАДЕВ ПРЕЗИДЕНТ-ПРЕЗИДЕНТ, ВТОРИ МАНДАТ!	109.68	25	131.862
РАДЕВ, ОСТАВКА!	106.62	13	159.69
С РУСИЯ ЗАВИНАГИ	103.27	22	196.786
Демократична България – привърженици	100.29	17	128.956
ПОДКРЕПА ЗА СТЕФАН ЯНЕВ	100.00	35	165.951

В таблицата са представени първите 15 групи с най-високи средни стойности на общите интеракции. Не всички от тях обаче са дисеминатори на пропагандата. От пропагандните най-значими са политически страници на привърженици на определени личности и партии в левия сектор – БСП, Румен Радев, Корнелия Нинова, Стефан Янев, отличават се и русофилски групи и група срещу идеологическия антипод на лявото – Борисов и неговата ГЕРБ („Да свалим Борисов и ГЕРБ от властта!“), но и група с конспиративен характер, която намира двете големи световни събития от последните две години – пандемията с Ковид и войната в Украйна, за нечия измама, вероятно с общ виновник.

В топ 15 по интеракции попадат няколко групи, които не са пропагандни. Те са с относително нисък брой постове, но с високи стойности на интеракции – „БОРИСОВ – личен избор!“ (13), „Кирил Петков за Министър-Председател на Република България“ (12), „РАДЕВ, ОСТАВКА!“ (13) и „Група за морфичен резонанс и кефлийско настроение“ (18). Част от тези групи попадат в таблицата не само защото са харесвани и споделяни, а поради тролски атаки. Това може да бъде уловено добре при завишени стойности на коментарите и ръчно проследяване на постове (вж. по-долу).

Таблица 5. Тип съдържание в различните типове групи.

Тип група	Тип съдържание – брой							Total
	Link	Live Video Complete	Native Video	Photo	Status	Video	YouTube	
Хоби/интерес	667	12	148	358	188	62	41	1476
Новини	323	2	24	64	62	6	8	489
Други	64	0	10	33	16	2	2	127
Политически	1523	17	301	624	354	61	115	2995
Общо	2577	31	483	1079	620	131	166	5087

Не се забелязват значими разлики в типа съдържание, чрез което различните типове групи разпространяват пропагандни съобщения. Поведението на

администраторите и участниците е по-скоро консистентно. Единствено новинарските групи разчитат преди всичко на линкове.

РАЗПРЕДЕЛЕНИЯ НА ГРУПИ, РАЗПРОСТРАНЯВАЩИ ПРОПАГАНДНИ СЪОБЩЕНИЯ

Таблица 6. Топ 5 „Политически групи“.

Име на групата	Брой публикации в периода 01.01 – 15.05	Дял от всички публикации в категорията (%)
ВЪН МУТРИТЕ ОТ ПОЛИТИКАТА	149	5.0
Приятели на В.В.Путин в България, Европа и света /Друзья В.В. Путина в Болг	127	4.2
Аз НЯМА да гласувам за Бойко Борисов и ГЕРБ!	122	4.1
Безумието на едно управление	106	3.5
ПРЕЗИДЕНТ НА НАРОДА	99	3.3

Най-активните политически насочени групи във Фейсбук, разпространяващи пропагандни съобщения, са предимно недоволстващи от миналото и настоящо управление – 3/5, една е путинофилска и една в подкрепа на президента Радев.

Таблица 7. Топ 5 „Групи за новини“.

Име на групата	Брой публикации в периода 01.01 – 15.05	Дял от всички публикации в категорията (%)
Имам право да знам	76	15.5
Бележникът на Добрич	36	7.4
НоВиНиТе	34	7.0
ВСИЧКИ НОВИНИ ОТ БЪЛГАРИЯ И СВЕТА!	32	6.5
АКТУАЛНИ НОВИНИ	31	6.3

Новинарските групи са предпоследни като представителност в изследваната база данни, като при тях няма изненади – има една, която разпространява повече съдържание от останалите, които остават с близки дялове в рамките на типа си. Групата „Бележникът на Добрич“ не е пропагандна.

Таблица 8. Топ 5 „Групи за хоби/интереси“.

Име на групата	Брой публикации в периода 01.01 – 15.05	Дял от всички публикации в категорията (%)
СТРОГО СЕКРЕТНО НЛО ИЗВЪНЗЕМНИ КОНСПИРАЦИИ БОГ ВСЕЛЕНА ТАЙНИ И ЗАГАДКИ	51	3.5
ВЯРА ЗА БЪЛГАРИЯ	47	3.2
ЗА ВСЕКИГО ПО НЕЩО и ОЩЕ НЕЩО!	39	2.6
НА НОЖ !!!	37	2.5
ГРУПА "Въпрос на гледна точка"	34	2.3

Подобна е ситуацията и с групите, посветени на различни интереси – относително близка динамика сред най-активните пет. Тук интерес буди разнородната им природа – една от тях е посветена на конспирации и езотерични загадки, друга е по-скоро патриотично насочена, трета използва агресивна реторика, а останалите две се позиционират в духа на една от най-повтаряните реплики (макар и често с насмешка) в публичния дискурс през последните месеци – „всеки сам си преценя“, без конкретна позиция или тематика. Въпреки ниския брой публикации във всяка от групите – всички са пропагандни.

Таблица 9. Топ 5 „Други групи“.

Име на групата	Брой публикации в периода 01.01 – 15.05	Дял от всички публикации в категорията (%)
3+ на бумел	30	23.6
Десен профил	15	11.8
НОВИНАРНИК	15	11.8
КЛУБ 45	10	7.9
Sandanski1.com Group	1	.8

Поради ниския брой публикации в „Други групи“, попадналите в базата данни са както пропагандни („НОВИНАРНИК“ и „Клуб 45“), така и непропагандни („3+ на бумел“ и „Десен профил“). Тук не се очертават ключови дисеминатори.

ВРЪЗКИ МЕЖДУ ПРОМЕНЛИВИТЕ

Методи

За да се тества силата на връзките между променливите е използван еднофакторен дисперсионен анализ – количествените променливи, като лайкове, споделяния, общ брой на интеракциите и др., са взети като зависими променливи, а категориалните, като генератори на съдържание (страници), типове страници и тип съдържание – като независими. Проведено е дескриптивно сравнение на средните по категориалните променливи, за да се открият групите с дистинктивно по-високи и по-ниски стойности.

Резултати

Общ брой интеракции и групи

Има връзка между името на групата и общия брой интеракции ($\text{sig}=0,00$). Връзката обяснява 16,1% от различията в резултата. С най-високи средни стойности на интеракции са АЗ ПОДКРЕПЯМ КОРНЕЛИЯ НИНОВА (258), Кирил Петков за Министър-Председател на Република България (207) и БЪЛГАРСКА ЛЕГИЯ АНТИМАФИЯ (176). Политическите групи ангажират повече интеракции, за разлика от попадналите в извадката новинарски.

Таблица 10. Топ 15 на групите със средно най-много интеракции.

Име на група	Mean	N	Std. Deviation
АЗ ПОДКРЕПЯМ КОРНЕЛИЯ НИНОВА	258.16	32	251.003
Кирил Петков за Министър-Председател на Република България	207.33	12	133.147
БЪЛГАРСКА ЛЕГИЯ АНТИМАФИЯ	176.29	28	222.522
Заедно Можем Повече 100%	153.33	15	94.215
Безумието на едно управление	150.34	107	178.136
ПРЕЗИДЕНТ НА НАРОДА	136.93	99	220.919
БОРИСОВ - Личен избор!	130.77	13	193.542
Измамата Ковид -19/Украйна-22 (част четвърта)	129.36	11	79.367
Да свалим Борисов и ГЕРБ от властта!	128.74	27	217.269
НИЕ НЕ ИСКАМЕ ВОЙНА С РУСИЯ	122.41	32	215.199
ГЕН.РУМЕН РАДЕВ ПРЕЗИДЕНТ- ПРЕЗИДЕНТ, ВТОРИ МАНДАТ!	109.68	25	131.862
РАДЕВ, ОСТАВКА!	106.62	13	159.69
С РУСИЯ ЗАВИНАГИ	103.27	22	196.786
Демократична България – привърженици	100.29	17	128.956
ПОДКРЕПА ЗА СТЕФАН ЯНЕВ	100.00	35	165.951

Следва да се отбележи, че в топ 15 попадат и групи, при които засеченият брой на публикации е относително нисък (напр. Кирил Петков за Министър-Председател на Република България (12); Демократична България – привърженици (17); БОРИСОВ – личен избор! (13), РАДЕВ, ОСТАВКА! (13)), но интеракциите са с високи стойности.

Пропагандните ключови думи присъстват като контрапункт на позициите, които защитават групите. Високите стойности на интеракциите са знак, че тези групи, освен че са харесвани от техните привърженици, е възможно да са били обект на тролски атаки.

Общо интеракции и тип група

Има връзка между общия брой на интеракциите и типа група (sig=0,00). Най-много интеракции събират публикациите в политическия тип групи, въпреки че останалите не се отклоняват значително.

Таблица 11. Тип група и интеракции – средни стойности.

Тип група	Mean	Std. Deviation	N
Hobby/Interest	27.47	73.214	1476
News	23.91	72.718	489
Other	29.34	57.368	127
Political	50.26	117.882	2995
Total	40.59	102.268	5087

Интеракции и тип съдържание

Има връзка между общия брой на интеракциите и типа съдържание (sig=0,00), но връзката е слаба и обяснява 1% от различията в резултата. Най-много реакции средно предизвикват статусите и снимките.

Таблица 12. Интеракции и тип съдържание – средни стойности.

Тип съдържание	Mean	N	Std. Deviation
Link	37.35	2578	96.635
Live Video Complete	11.39	31	23.61
Native Video	28.08	483	90.649
Photo	49.24	1078	115.653
Status	59.52	620	121.858
Video	16.32	131	46.347
YouTube	25.18	166	66.328
Total	40.59	5087	102.268

Харесвания и групи

Има връзка между името на групата и общия брой харесвания (sig=0,00). Връзката обяснява 7.4% от различията в резултата. С най-високи средни стойности на харесвания са политическите страници на групите АЗ ПОДКРЕПЯМ КОРНЕЛИЯ НИНОВА (281) (лидер и сред общите интеракции), ПРЕЗИДЕНТ НА НАРОДА (177) и Безумието на едно управление (168).

Таблица 13. Топ 15 на групите със средно най-много харесвания.

Име на група	Mean	N	Std. Deviation
АЗ ПОДКРЕПЯМ КОРНЕЛИЯ НИНОВА	281.31	32	351.02
ПРЕЗИДЕНТ НА НАРОДА	176.86	99	437.00
Безумието на едно управление	167.62	107	264.01
Кирил Петков за Министър-Председател на Република България	115.67	12	72.36
БЪЛГАРСКА ЛЕГИЯ АНТИМАФИЯ	101.75	28	130.37
БОРИСОВ - Личен избор!	96.85	13	154.94
Да свалим Борисов и ГЕРБ от властта!	91.85	27	168.93
Заедно Можем Повече 100%	84.47	15	68.15
Приятели на В.В.Путин в България, Европа и света /Друзья В.В. Путина в Болг	82.06	128	180.46
ГЕН.РУМЕН РАДЕВ ПРЕЗИДЕНТ- ПРЕЗИДЕНТ, ВТОРИ МАНДАТ!	79.72	25	97.44
Демократична България – привърженици	76.06	17	96.07
РАДЕВ, ОСТАВКА!	75.15	13	125.45
БСП за България	74.76	29	129.94
С РУСИЯ ЗАВИНАГИ	71.00	22	138.95
НИЕ НЕ ИСКАМЕ ВОЙНА С РУСИЯ	70.44	32	134.30

Групите с нисък брой публикации като Кирил Петков за Министър-Председател на Република България, БОРИСОВ – Личен избор!, РАДЕВ, ОСТАВКА! и Демократична България – привърженици не са пропагандни, но попадат в таблицата, поради високите средни стойности на харесвания. Този коментар обаче не важи за групата Заедно Можем Повече 100%.

Харесвания и тип група

Има връзка между общия брой на харесвания и типа група ($\text{sig}=0,00$). Връзката обяснява под 1% от различията в резултата. Най-много харесвания събират публикациите в политическия тип групи, изпреварвайки останалите значително. Това означава, че във фейсбук пропагандата използва преди всичко политически групи и техни привърженици като средство за влияние.

Таблица 14. Харесвания и тип група – средни стойности.

Тип група	Mean	Std. Deviation	N
Hobby/Interest	19.87	99.614	1476
News	13.95	45.682	489
Other	15.45	30.088	127
Political	45.50	184.385	2995
Total	34.28	152.634	5087

Харесвания и тип съдържание

Има връзка между общия брой на харесванията и типа съдържание (sig=0,00), но връзката е слаба и обяснява под 1% от различията в резултата. Най-много харесвания средно предизвикват статусите и снимките, под които обикновено има най-много реакция от всякакъв тип.

Таблица 15. Харесвания и тип съдържание – средни стойности.

Тип съдържание	Mean	N	Std. Deviation
Link	27.95	2578	96.748
Live Video Complete	8.23	31	20.863
Native Video	19.99	483	90.768
Photo	50.63	1078	262.988
Status	53.97	620	150.278
Video	8.63	131	27.916
YouTube	19.68	166	75.567
Total	34.28	5087	152.634

Споделения и групи

Няма връзка между името на групата и средните стойности на споделянията. С най-високи средни стойности на споделяния са само пропагандни страници: Безумието на едно управление (104), АЗ ПОДКРЕПЯМ КОРНЕЛИЯ НИНОВА (54) и ПРЕЗИДЕНТ НА НАРОДА (48), Българска легия антимафия (39), БЪЛГАРСКИЯ НАРОД Е С РУСИЯ! НЕ НА БАЙДЪН (37). Част от групите са познати от анализа на харесвания, където също са на челни места.

Таблица 16. Топ 15 на групите със средно най-много споделяния.

Име на група	Mean	N	Std. Deviation
Безумието на едно управление	104.16	107	472.83
АЗ ПОДКРЕПЯМ КОРНЕЛИЯ НИНОВА	54.12	32	93.39
ПРЕЗИДЕНТ НА НАРОДА	48.03	99	135.54
БЪЛГАРСКА ЛЕГИЯ АНТИМАФИЯ	38.64	28	65.27
БЪЛГАРСКИЯ НАРОД Е С РУСИЯ ! НЕ НА БАЙДЪН	37.03	74	246.46
Заедно Можем Повече 100%	31.67	15	31.10
Измамата Ковид -19/Украйна-22 (част четвърта)	31.64	11	24.27
НИЕ НЕ ИСКАМЕ ВОЙНА С РУСИЯ	30.34	32	63.21
БСП за България	25.72	29	60.08
Да свалим Борисов и ГЕРБ от властта!	23.26	27	50.71
НА НОЖ !!!	20.54	37	58.45
Никога Повече Боко и ГЕРБ (Група БЕЗ Тиквопоклонници и Тролове)	20.39	31	40.65
НоВиНиТе	19.71	34	39.39
С РУСИЯ ЗАВИНАГИ	17.77	22	38.27

Приятели на В.В.Путин в България, Европа и света /Друзья В.В. Путина в Болг	17.05	128	54.08
---	-------	-----	-------

Споделения и тип група

Има връзка между общия брой на споделянията и типа група (sig=0,00). Връзката обяснява под 1% от различията в резултата. Най-много споделяния отново събират публикациите в политическия тип групи, следвани от тези в хоби/интереси.

Таблица 17. Споделения и тип група – средни стойности.

Тип страница	Mean	Std. Deviation	N
Hobby/Interest	8.50	88.614	1476
News	4.09	16.765	489
Other	5.04	10.029	127
Political	13.94	114.176	2995
Total	11.19	99.966	5087

Споделения и тип съдържание

Няма връзка между общия брой на споделяния и типа група (sig=0,099). Най-много споделяния средно предизвикват снимките, локалните видеа и статустите.

Таблица 18. Споделения и тип съдържание – средни стойности.

Тип съдържание	Mean	N	Std. Deviation
Link	5.6	2578	21.487
Live Video Complete	2.77	31	5.56
Native Video	17.61	483	216.979
Photo	21.76	1078	153.495
Status	14.02	620	44.704
Video	4.89	131	15.32
YouTube	6.69	166	19.564
Total	11.19	5087	99.966

Коментари и групи

Има връзка между името на групата и средните стойности на коментарите (sig=0,00). Тя обяснява 5.9% от различията в резултата. С най-високи средни стойности на коментари са Кирил Петков за Министър-Председател на Република България (47), АЗ ПОДКРЕПИЯМ КОРНЕЛИЯ НИНОВА (37) и ПРЕЗИДЕНТ НА НАРОДА (28).

Таблица 19. Топ 15 на групите със средно най-много коментари.

Име на група	Mean	N	Std. Deviation
Кирил Петков за Министър-Председател на Република България	46.58	12	57.12
АЗ ПОДКРЕПИЯМ КОРНЕЛИЯ НИНОВА	36.97	32	62.43
ПРЕЗИДЕНТ НА НАРОДА	28.36	99	67.72
Задругата	27.00	12	49.32
БЪЛГАРСКА ЛЕГИЯ АНТИМАФИЯ	19.00	28	31.62
Безумието на едно управление	15.79	107	31.91
ГЕН.РУМЕН РАДЕВ ПРЕЗИДЕНТ- ПРЕЗИДЕНТ, ВТОРИ МАНДАТ!	15.56	25	32.34
БСП за България	13.86	29	42.20
Разследваща журналистика в България	13.63	19	21.28
РАДЕВ, ОСТАВКА!	13.08	13	20.10
Заедно Можем Повече 100%	12.93	15	14.08
НИЕ НЕ ИСКАМЕ ВОЙНА С РУСИЯ	12.47	32	28.27
БОРИСОВ - Личен избор!	12.31	13	14.09
Измамата К0вид -19/Украйна-22 (част четвърта)	11.09	11	11.43
С РУСИЯ ЗАВИНАГИ	10.91	22	19.48

Присъствието на групите с нисък брой постове като Кирил Петков за Министър-Председател на Република България (12); Задругата (12), РАДЕВ, ОСТАВКА! (13), БОРИСОВ – Личен избор! и завишени стойности на коментари показва, че тези групи са обект на тролски атаки. Например постовете с най-високи стойности на коментарите в групата Кирил Петков за Министър-Председател на Република България са свързани с началото на войната и предоставянето на оръжие на Украйна. Те са залети с коментари с директни пропагандни опорки – агресорите са САЩ и НАТО; предоставянето на оръжие е „въвличане във война“ и пр.

Коментари и тип група

Има връзка между общия брой на интеракциите и типа група ($\text{sig}=0,00$). Връзката обяснява под 1% от различията в резултата. Най-много коментари отново събират публикациите в политическия тип групи, следвани от материалите в хоби/интереси.

Таблица 20. Коментари и тип група – средни стойности.

Тип страница	Mean	Std. Deviation	N
Hobby/Interest	5.00	21.430	1476
News	3.44	11.933	489
Other	3.58	10.469	127
Political	7.22	29.243	2995
Total	6.12	25.591	5087

Коментари и тип съдържание

Има връзка между общия брой на коментарите и типа съдържание (sig=0,00). Най-много се коментират снимките и статусите.

Таблица 21. Коментари и тип съдържание – средни стойности.

Тип съдържание	Mean	N	Std. Deviation
Link	5.11	2578	17.085
Live Video Complete	0.19	31	0.543
Native Video	3.01	483	18.356
Photo	9.67	1078	41.826
Status	8.65	620	27.215
Video	0.97	131	2.452
YouTube	3.57	166	16.025
Total	6.12	5087	25.591

Изглежда пропагандата се разпространява в разнородни политически групи. Тя обаче относително по-рядко използва групи, асоциирани с конкретни политически партии и личности (като БСП, Радев, Нинова, Възраждане и пр.), за разлика от групите, които най-общо казано имат обща и най-често негативна политическа цел – като например да се обявят „срещу“ дадено правителство или партия. Така всъщност пропагандата се прикача към недоволството – тя се опитва да овладее протестната енергия, „казването НЕ“ – но насочва тази протестна енергия не към гражданско действие с конкретна позитивна цел, а го канализира така, че да се подрива политическата система като цяло, „из основи“. Ако все пак трябва да направим сравнение с предходния доклад, тематизиращ как навлиза пропагандата през медии във Фейсбук – в него едни от ключовите проводници на пропагандата са партия „Възраждане“ и в частност – страницата на Костадин Костадинов. Тоест партия „Възраждане“ залага много повече на разпространение през личности и официални партийни страници във фейсбук. В изследвания тук масив от данни, който обхваща публични групи от хора, пропагандата има друго политическо лице – това са групи, които защитават президента Румен Радев, Стефан Янев, БСП, които са анти-ГЕРБ или имат откровено русофилски нагласи, но посланията не достигат стойностите на интеракции на страниците на личности (като Костадинов и Карбовски).

На следващо място по разпространение на пропагандата са групите за хоби и интереси. Това са разнородни по своя характер – в тях се открояват такива, които са организирани на местно ниво, патриотични, конспиративни и др. Това са групи, на които вероятно се разчита за разширяване на влиянието на пропагандата и „отвлечане“ на публики. В част от тях се забелязва подмяна на тематиката с началото на войната–антиваксърските групи внезапно, след 24 февруари, се превръщат в проруски.