

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

ПРЕССЪОБЩЕНИЕ

***Руската пропаганда в българските медии онлайн
(01.01 – 31.12.2022 г.)***



Екип:

**Милена Якимова
Вероника Димитрова
Боряна Димитрова
Любомир Дончев
Валентин Вълканов
Димитър Вацов**

Докладът проследява руската пропаганда в българските онлайн медии за 2022 г. Настоящото изследване надгражда голямото колективно изследване „Антидемократичната пропаганда в България“, в което бе осъществен анализ на национал-популистката и (про)руска пропаганда в българските медии онлайн за периода 2013-2017 г. Сегашното изследване обхваща следващите пет години (2018-2022 г.), но фокусът е върху годината на горещата война (2022 г.). На анализ са подложени всички онлайн медии и блогове на български език (без социалните мрежи). Количествените измервания са направени с автоматизираната система за медиен мониторинг SENSIKA.

Докладът е структуриран в няколко части. Първо, регистрира се количествено нарастване на пропагандата и на отделни нейни наративи за последните десет години, но и специално през 2022 г. Второ, проследяват се леките съдържателните промени на пропагандните наративи във времето. Трето, очертано е как пропагандата навлиза в българо-езичния Фейсбук – в публични страници и групи. Четвърто, анализира се как българското население откликва на руската пропаганда чрез национално представително проучване на Алфа Рисърч за нагласите на българските граждани.

Количествено нарастване на пропагандата

През последната година (2022 г.) руската пропаганда се разпространява мощно в българското онлайн пространство. Спрямо предходната 2021 г. към края на 2022 г. тя се надига почти 20 пъти. Пропагандата се нараства в два периода – в началото и в края на годината (вж. Графика 1).

Графика 1: Руска пропаганда общо (брой публикации на ден, 01.01-31.12.2022 г.)



За ръста на пропагандата допринасят два основни фактора. Първо, руските пропагандни клишета в началото на годината все по-често навлизат чрез директни преводи от руските медии и на официални говорители на Руската федерация. **След началото на войната руските официални**

говорители са станали директни дисеминатори на пропагандата и дори мейнстрийм медиите са принудени да ги цитират. Второ, технологичните решения също допринасят съществено за нарастването. В началото на годината се формира малка мрежа от агрегатори, които усилват руската гледна точка. **В края на годината тя се преобразува в мощна машина от сайтове гъби (идентифицирани са 370 сайта), която увеличава дисеминацията на всяко едно съобщение около 400 пъти.** Сайтовете от машината вероятно работят през платформата Share4Pay – тя заплаща на потребители за споделяне в социалните мрежи на готова информация от тези сайтове. Ако тази хипотеза – засега недоказана, – е вярна, дисеминацията в социалните мрежи допълнително скача многократно.

Така ако в началото на годината класацията на топ сайтове включва както агрегатори, така и медии с реални хора, то в края на годината медиите с реални хора изпадат от първите десет места в тази класация. Тоест през цялата 2022 г. преобладава машинното разпространение и то се засилва допълнително в края на годината (**88% от разпространението вече става роботизирано**).

Промяна в наративите

Наративите на пропагандата не са се изменили съществено още от началото на тяхното навлизане и тиражиране в онлайн медиите в България през 2013 г., но динамиката им през 2022 г. се трансформира (вж. Графика 2). Може да се каже, че с началото на горещата война локалните употреби на руския пропаганден пакет отстъпват на пряката руска пропаганда – усилват се геополитическите наративи.

Съдържателно най-съществената промяна е отношението към Европа. Европа вече не е изобразявана като слаба и болна, едва ли не пред разпад, а – след единния отговор на ЕС спрямо руската агресия – тя вече бива изобразявана като силна, част от „колективния Запад“, от „Злодея-хегемон и кукловод“, тоест тя е синонимизирана с враговете на Русия.

Графика 2. Сравнение между наративите (брой публикации на година, 2013-2022 г.)



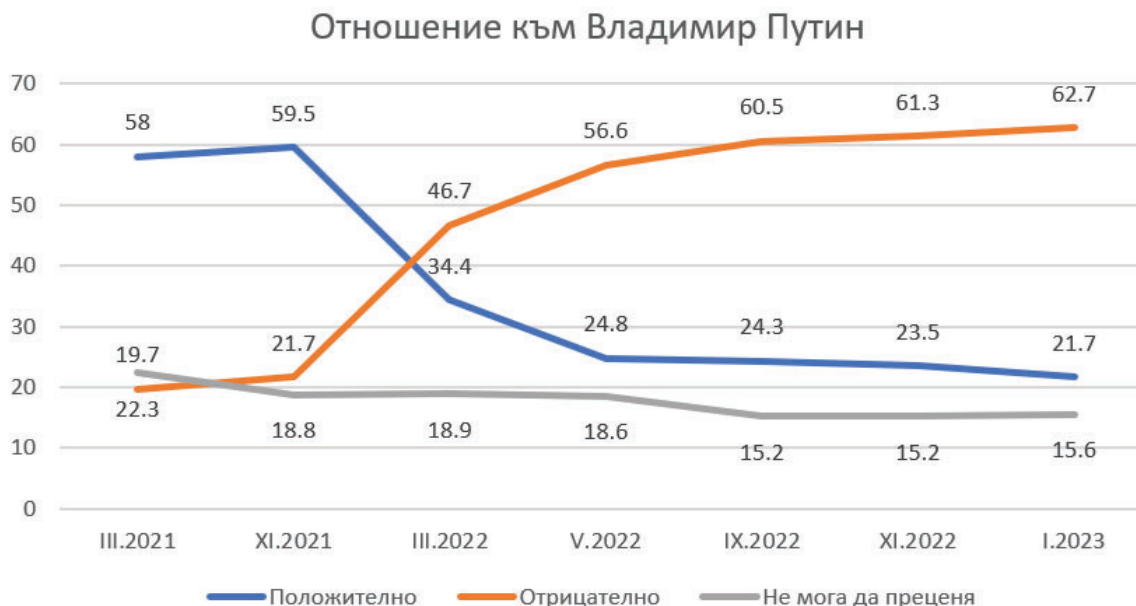
Пропагандата в българския Фейсбук през 2022 г.

Българо-езичното онлайн пространство във Фейсбук се отличава с изключителна активност не само от началото на активната част от войната в Украйна, но и през цялата изминала 2022 г. Общият брой на публикации по всички теми в изследването наброява 25,692 публикации в групи и 19,987 публикации в страници, като респективно интеракциите спрямо публикации от групи наброяват 1,563,845, а тези в страниците 7,657,474. От този брой ясно проличва разликата в *успеваемостта* при двата типа публикации в групи и в страници – тя е над 4.5 пъти в полза на страниците. Съвсем основателно би било допускането, че интересът, който провокират публикациите в страниците, е значително по-голям, защото е налице голям брой страници, които споделят пропагандни публикации, без това да се очаква от тях; иначе казано, страници, които не се представят като информативни/новинарски, а за комерсиални или развлекателни, споделят пропаганда и така тя среща по-широк интерес.

Обществени нагласи

В изследването е проследено и до каква степен пропагандата влияе при формирането на обществените настроения.

Някои от опорните точки, изглежда, не се захващат на българска почва – вярата в мощта на руското оръжие намалява, а одобрението към Путин пада почти три пъти:



Други наративи обаче имат съществено влияние върху обществените настроения – например: че България заема страната на Украйна, защото българските управляващи са зависими от евроатлантическите партньори (а не защото Украйна е нападната страна); твърдението, че Западът е вкарал Русия във война; че военната помощ за Украйна въвлича България във война.

Кое от следните две мнения е по-близо до вашето?

