

РЕЗЮМЕ
на
ДОКЛАД
от изследване:

Антидемократичната пропаганда в България

България и руската пропаганда

Фондация за хуманитарни и социални
изследвания – София, 2017 г.



„Подкрепата за 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.“



БЪЛГАРИЯ И РУСКАТА ПРОПАГАНДА

РЕЗЮМЕ¹

Вече са публикувани немалко проучвания и доклади, подготвени както от между-държавни институции (НАТО,² ЕС³), така и от средите на тинк-танковете,⁴ посветени на руската „хибридна война“ и на употребата на пропаганда и дезинформация в нея по отношение на Запада. Някои от тези проучвания вече справедливо бяха критикувани, че имат спорна методология и/или че сами са политически пристрастни (и така сами представляват форма на пропаганда).⁵ Множеството от тези изследвания и доклади се появи през последните три години в съответствие с настоящия период на отчетливо влошаване на отношенията между Русия и Запада.

Повечето от тях, обаче, не разграничават ясно понятията руска външна „политика“, „влияние“ и „пропаганда“ и като цяло демонстрират склонност към смесването им. Съвсем наскоро обсъжданото тук явление бе реконцептуализирано в контекста на обявяването на хакерския скандал по време на президентските избори в САЩ за руска „намеса“. Някои изследвания са посветени на специфични за отделни страни конкретни случаи и те обикновено анализират „руското влияние в съответната страна“. Въпреки че България като цяло не присъства в подобни изследвания, съществуват две важни изключения: едното дължим на българския политически анализатор Димитър Бечев⁶ и то е посветено изцяло на българската ситуация; второто е *Сценарият на Кремъл*,⁷ подготвено от Центъра за стратегически и международни изследвания във Вашингтон и Центъра за изследване на демокрацията в София като България е една от анализираните страни. И двете проучват степента на проникване на руските интереси (които са предимно икономически) в България.

¹ Предстои публикация на пълния текст на изследването на руската пропаганда за България.

² <http://www.stratcomcoe.org/kremlin-and-daesh-information-activities>

³ <https://euvsdisinfo.eu/commentary-means-goals-and-consequences-of-the-pro-kremlin-disinformation-campaign/>

⁴ <http://infowar.cepa.org/index/>

⁵ <http://www.iwm.at/transit/transit-online/countering-fake-news-with-fake-expertise/>

⁶ http://europeanreform.org/files/ND-report-RussiasInfluenceInBulgaria-preview-lo-res_FV.pdf

⁷ <https://www.csis.org/analysis/kremlin-playbook>

За разлика от тях настоящият текст хвърля светлина върху специфичната природа на онова, което може да се приеме за руска пропаганда относно България, и върху нейната динамика. Нужно е да се разбере как руската пропаганда представя България и нейното политическо, икономическо, социално и културно развитие с помощта на нейните медийни канали както в Русия, така и в чужбина. Целта на анализа е да очертае основните наративи и теми, свързани с България, и начина, по който те биват репрезентирани и инструментализирани. Първо, ще бъде обсъдена общата рамка на пропагандната динамика и на дискурсите, свързани с България, наблюдавана в съответните руски медии. След това във фокуса на вниманието ще бъде поставена руската пропаганда в контекста на проведените наскоро президентски избори в България. Настоящият анализ ще покаже, че онова, което обикновено се приема за руска пропаганда в България, като цяло е «локален» феномен, а не форма на въздействие отвън.

Що се отнася до международния контекст и международната публика, анализът се основава на два основни източника, разпознавани като медии на руската пропаганда: RT (преди това Russia Today)⁸ и Sputnik News/Sputnik International. И двата са многоезични, въпреки че е изненадващ фактът, че не съществува версия на български език (RT е по-ограничен в езиково отношение, тъй като е и телевизия, докато Sputnik е само електронен новинарски сайт.). Това може да се отдаде на факта, че значима част от българите знаят руски език и, следователно, рускоезични медии могат да вършат тази работа. Тук трябва да се уточни също, че основните, поддържани от Кремъл, руски телевизионни канали като Россия24, присъстват в пакетите, предлагани от кабелните оператори в България. Освен това базираните в България медии, които публикуват съдържание на руски език или пък възпроизвеждат на български съдържанието на руски медии, достатъчно задоволително изпълняват тази функция и това е основание да не се заделят допълнителни средства за отделен вариант на български език на RT или Sputnik. Алтернативна хипотеза може да бъде, че България не се разглежда като достатъчно значима, за да се насочват към нея посланията на RT или Sputnik (отново това важи най-вече за Спутник, който има вариант на турски и сръбски, но не и на български и гръцки; обратно, Спутник няма вариант на румънски, но има на молдовски, и той може да изпълнява функциите на румънския).

⁸ Вестник *Русия днес*, станал обект на изследването „Антидемократичната пропаганда в България“, е български двуезичен седмичник, който, освен сходството в името, няма общо с RT (*Russia Today*).

По отношение на вътрешния контекст и вътрешната публика (Русия и бившите съветски републики с рускоезични граждани), анализът се основава най-вече на контролираните от държавата медии и таблоидите. Имайки предвид колко подходящи са последните да функционират като канали за пропаганда, руските медии, считани за сигурни или независими⁹ не са предмет на изследване на този етап (макар че именно източници трябва да бъдат предпочитаните за по-балансирано или критично отразяване на ситуацията в Русия). Медиите, за които е най-вероятно да разпространяват пропаганда, са държавните медии и таблоидите, макар някои от тях в миналото да са били преследвани от властите, а след политически натиск са сменили собствениците си или редакционните си съвети.

Международните, финансирани от Кремъл, медии като RT обикновено се определят като основна колона на „хибридната война“.¹⁰ Въпреки това трябва да се отнасяме критично към тази оценка, имайки предвид, че техният пазарен дял всъщност е твърде, дори пренебрежимо малък, което има пряко отношение към потенциала им за влияние.¹¹ Рускоезичните медии функционират главно за местната руска публика (и за читателите в интернет извън Руската федерация), макар че, както бе отбелязано по-горе, те са налични в България. Така, макар не малко съмнителни по произход онлайн статии на руски език да се препечатват в България, наскоро публикувано изследване за ролята на «фалшивите новини» показва, че въздействието им е ограничено.¹²

Таблоидите в Русия са особено интересен случай, най-вече защото функционират по сходен начин и в България, където медийният пейзаж е подложен на нарастваща «таблоидизация»¹³ и страда от склонност към фабрикуване на сензации, а не на действително задълбочени анализи. В още по-голяма степен това се отнася за руския новинарски сайт Life/Life News, който според най-новото проучване¹⁴ на тридесетте най-цитирани сайта редовно изпреварва други рускоезични медии по цитирано/споделено съдържание. Така за целите на анализа на този етап таблоидите са във фокуса на вниманието, тъй като съдържанието на традиционните държавни медии често се припокрива с това на споменатите по-горе

⁹ <http://www.rferl.org/a/twenty-russian-news-outlets-you-need-to-read-before-they-get-the-axe/25317371.html>

¹⁰ <https://themoscowtimes.com/news/rt-channel-gets-additional-12-blm-rubles-56375>

¹¹ <http://www.economist.com/news/europe/21715031-kremlin-backed-network-inflates-its-viewership-youtube-disaster-videos-rts-propaganda>

¹² <http://www.nber.org/papers/w23089>

¹³ http://ejc.net/media_landscapes/bulgaria

¹⁴ http://www.mlg.ru/ratings/federal_media/

международни източници. Важно е също да се отбележи, че в самата Русия телевизията все още има доста по-силно влияние в сравнение с онлайн медиите.

Образът на България и инструменталната употреба или отразяване на случващото се в нея в гореспоменатите медии трябва да се разглежда в общия контекст на руския пропаганден наратив и дискурс, свързан със Запада, ЕС, и НАТО. Макар България да е смятана за доста близка до Русия в историческо и културно отношение, нейното членство и в ЕС, и в НАТО я прави част от блока на геополитическите съпреници. Въпреки че е далеч по-маловажна в сравнение с държави като Германия, Франция, Великобритания или Полша, България е специфичен случай, тъй като граничи със страни, които не членуват в ЕС, и в НАТО, но които попадат в сферата на геополитически и икономически интерес на Кремъл. Може да се наблюдава възпроизводство на «стандартни» днес фигури в руските пропагандни дискурси,¹⁵ свързани с България, като нейният образ попада в по-общия наратив срещу ЕС и НАТО, макар и с някои по-специфични основни акценти. Страната е като цяло представяна като потенциално приятелски настроена към Русия, но ограничавана и възпрепятствана от ЕС и възприела ролята на „лакаей“ на САЩ.¹⁶ Политическият елит се обрисова като верен на «господарите» си, т.е. на Брюксел, Берлин и Вашингтон, макар и понякога да е непостоянен в реакциите си.

Най-често срещаните български теми в руската пропаганда са свързани с: НАТО (въздушното пространство на Балканите и морската активност на Алианса в Черно море), кризата в Украйна и санкциите срещу Русия, бежанската криза, Турция и (гражданската) война в Сирия, както и енергийната политика (проектите Южен поток/Турски поток, добивът на шистов газ и проектът за атомна централа в Белене). Освен това постоянно се появява дихотомията между евроатлантически ориентираната политическа върхушка и приятелски настроената към Русия местна опозиция, която обикновено се олицетворява от АТАКА и лидерът ѝ Волен Сидорив. В руските медии АТАКА никога не се описва като крайно дясна, ксенофобска партия, а като «европейска», «опозиционна» или «патриотична» партия в зависимост от това какво послание се търси. Позоваванията на АТАКА служат, за да се демонстрира наличието на съпротива срещу българската евроатлантическа ориентация. Тук следва да се посочат и различните коментари, подчертаващи «отрицателните

¹⁵ <http://www.e-ir.info/2015/04/28/dominant-narratives-in-russian-political-and-media-discourse-during-the-crisis/>

¹⁶ Вж. гнездото от синоними на „лакей“, извлечени за целите на търсенето по пропагандната теза „Продажните елити на България“, в Доклада „Антидемократичната пропаганда в България. Новинарски сайтове и печатни медии: 2013-2016 г. Количествени изследвания“, II.3. Значима част от синонимните епитети и фрази към тази пропагандна теза, както и по другите тези, са директен превод от руски език.

последници» от евроатлантическата обвързаност на България. Накрая, таблоидите предлагат и още една тематична линия, свързана с българската туристическа индустрия, и по-конкретно летния туризъм по Черноморието, който често бива свързан с «отрицателни преживявания».

Струва си да се подчертае отново, че руските медии са насочени към своята вътрешна публика и читатели и Кремъл определя «пропагандните канали» като въпрос на национална сигурност.¹⁷ Рускоговорящите в чужбина, най-вече в постсъветските страни, в които има рускоговорящо малцинство или диаспора, конституират втората по значимост публика от читатели. Би било преувеличено да се твърди, че образът на България във вида му, конструиран от пропагандата, е насочен към българската публика и читатели и търси въздействие върху тях. Базираните в България медии изпълняват тази функция по-ефективно и затова могат да се смятат за основен източник на руска пропаганда в страната. Това придава определен нюанс на представата за руска пропаганда и на феномена, който е по-коректно да определяме като проруска пропаганда. Ефективно би било да се направи сравнителен анализ на образа на България в руската пропаганда и на фигурите и дискурсите, мобилизирани от проруските и антилиберални медии в страната. Особено важно е да се определи до каква степен съществува „взаимно опрашване” или реципрочно влияние между руските медии и българските. Руските новинарски медии използват български новинарски агенции като Новините и София Глоуб; в този смисъл ще бъде полезно да се придобие повече разбиране относно посоката на информационния поток.

За интересна илюстрация на този проблем може да послужи кампанията при провешите се през ноември 2016 г. президентски избори в светлината на по-общото международно внимание, което те привлякоха. Тези президентски избори в България се отличават с една доста въздържана кампания, в която победителят, Румен Радев, бе представен като „проруския кандидат”, най-вече защото Българската социалистическа партия го подкрепи. Изборите съвпаднаха с президентските избори в САЩ и Молдова. Това допълнително рамкира българската кампания като още едно съревнование между Запада и Русия. Голяма част от западната преса използва етикета „проруски” по отношение на Радев и много западни статии бяха преведени и перпечатани в сериозни български медии.

¹⁷ <https://themoscowtimes.com/news/russian-propaganda-outlets-declared-important-for-countrys-defense-56786>

За разлика от тях руските медии като цяло запазиха мълчание по въпроса; по същия начин постъпи и Кремъл. Точно преди провеждането на изборите в края на октомври и началото на ноември, два руски държавни телевизионни канала – ТВ Център¹⁸ и Россия24¹⁹ - излъчиха документални филми за България, в които присъстваха всички стандартни пропагандни фигури, и които, заедно с това, хвърлиха сянка на съмнение по отношение на предполагаемата проруска ориентация на Радев. Въпреки това след победата на Радев няколко български медии започнаха да публикуват „гласове от Русия“, и по-конкретно изказвания на маргинални фигури като Александър Дугин и Леонид Решетников, които по маргинални руски телевизионни канали намекнаха за възможна руска намеса и вследствие от нея – за „завой към Русия“ по време на неговия мандат.²⁰ След като «проруската» ориентация на Радев започна да се дискутира в България и в западните медии, официалните изявления на Кремъл и руските медии предпазливо я преповтаряха като по този начин стимулираха съответния наратив в България. При съобщаването на подобна информация, обаче, руските медии разчитаха или на български, или на западни източници.²¹ По-внимателното изследване разкрива специфична динамика при западните и българските медии, които всъщност провокираха този дискурс у руските. Така последиците от руския «пропаганден удар» всъщност са до голяма степен самопричинени и позволяват на руските медии да експлоатират и да се възползват от публикуваното в България. От друга страна, коментарите на Дугин и безбройните интервюта на Решетников несъмнено представляват пропаганда и дезинформация, но те набират сила благодарение на отразяването и значимостта, която им се приписа от сериозни български медии. В този смисъл, българската публика по-скоро чете «за» руската пропаганда, отколкото самата тази пропаганда.²²

Същият модел се възпроизведе при встъпването в длъжност на Радев. Тогава български медии, цитирайки РИА Новости, започнаха да разпространяват историята за наличието на план за «организиране на Майдан срещу Радев».²³ Проблемът с този «пропаганден удар» е, че статията в РИА Новости всъщност е коментар на наблюдател, в който информацията за «конспиративния план за

¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=PHEugFcZtil>

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=P1I4oeOF41k>

²⁰ <https://www.opendemocracy.net/od-russia/tom-junes/bulgaria-how-not-to-mistake-russian-propaganda-for-russian-policy>

²¹ <http://www.kommersant.ru/doc/3143253>

²² <https://www.opendemocracy.net/od-russia/moritz-gathmann-colleagues/whole-pravda-about-russian-propaganda>

²³ http://www.clubz.bg/49464-ria_novosti_bylgariq_gotvi_majdan_sreshtu_radev

Майдан срещу Радев» е взета от «българска електронна медия».²⁴ По-детайлно проучване разкри наличието на множество препратки към пост в български блог, който всъщност е източник на историята.²⁵ В този смисъл, «местните» медии играят много по-важна роля, а руските просто допълнително усилват онова, което вече е „родено” в България. Историята за „Майдана срещу Радев” бе обявена за една от десетте най-големи „фалшиви новини” на седмицата. Така, макар руските медии несъмнено да имат потенциал да играят подривна роля в България, те правят това по доста пасивен начин: коментарът в РИА Новости е предназначен за руска, а не за българска публика и, ако не беше разпространен от българските медии, най-вероятно никой нямаше да му обърне внимание. В светлината на казаното дотук, по-продуктивно е да се концептуализира „проруската пропаганда от български произход”, а не „руската пропаганда по повод България”.

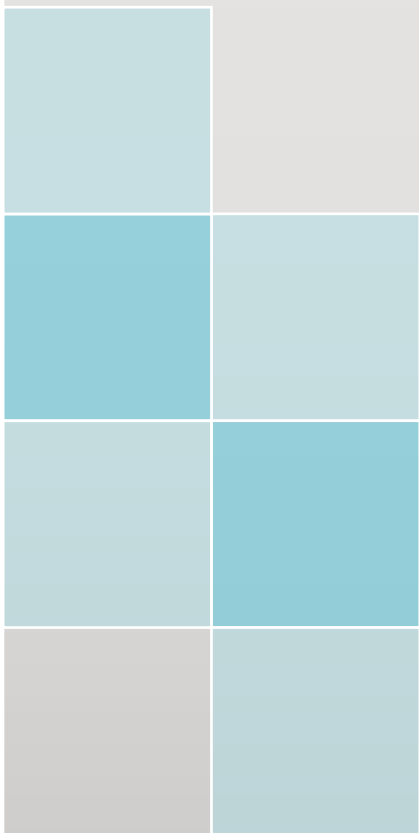
В заключение може да се каже, че е възможно да се идентифицират общи пропагандни фигури в образа на България в руските медии заедно с тези на Запада, ЕС и НАТО. Отделно от тях налице са и няколко специфични теми, свързани с България, които редовно се появяват в държавните медии и таблоидите и са предназначени за руска публика и читатели. Съществува, обаче, прогандна рамка, която е „произведена” в България и може да се характеризира като „проруска” и тя от време на време става повод за материали в руските медии. Когато последните на свой ред попаднат във фокуса на вниманието, информацията в тях отново се връща „назад” към българската публика и читатели и въздействието ѝ се усилва. Макар да няма съмнение, че съществува силно руско „влияние” в България, функцията на наличната пропаганда всъщност служи за отклоняване на вниманието от него, а не за обратното.²⁶ Причината за това е, че руското влияние в България – и то е икономическо – обхваща целия политически спектър и е дълбоко проникнало сред българската бизнес общност. В този смисъл, по-продуктивно е да се насочим не към руската пропаганда като такава, а към българските медии, които разпространяват „проруски” виждания, като форма на дезинформиране, чиято цел е да се упражни въздействие върху политическия процес. Наред с това, макар таблоидизацията на българския медиен пейзаж да е проблем, препоръчително е сериозните и независими медии да се въздържат от „усилване” на пропагандните фигури в търсене на сензации, както се случи след президентските избори. Препоръчително е също да не се препечатват некритично на български едик и статии от западните

²⁴ <https://ria.ru/analytics/20170118/1485976396.html>

²⁵ http://bgpravda.blogspot.bg/2017/01/blog-post_37.html

²⁶ <https://www.opendemocracy.net/od-russia/tom-junes/bulgaria-how-not-to-mistake-russian-propaganda-for-russian-policy>

медии, едностранчиво и недостатъчно информирани описващи „руската жилка“ на политическия живот в България, както се случи по време на президентските избори. Ще бъде по-ефективно да се промотира разследващата журналистика, ориентирана към проверка на всяка информация, като инструмент срещу влиянието на описаната форма на дезинформиране и пропаганда.



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

КОНТАКТИ:

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

E-mail: office@hssfoundation.org
<http://hssfoundation.org/>

