

## Медиите и езикът на омразата: ключови зони

Николета Даскалова, Фондация „Медийна демокрация“

София, август 2015

### Начална позиция: гледната точка на журналисти и активисти

В наблюдението на актуалното разпространение на речта на омразата в медийната среда стартираме с оценката, която журналисти и представители на гражданския сектор споделиха с нас. Мнението им бе регистрирано под формата на дълбочинни интервюта, които проведохме в условия на гарантиране на анонимността на респондентите.<sup>1</sup> Подобен качествен подход за анализ дава допълнителна перспектива към изводите и данните, произведени от предходни социологически изследвания по темата. Освен това позициите на интервюираните лица са ценни заради професионалния им опит в конструирането на медийни послания (журналистите) и заради рефлексата да следят динамиките в публичните образи и нагласи спрямо уязвими обществени групи (активистите). Част от интервюираните изразиха мнението си в контекст на двойна ангажираност – на журналист/ка и на правозащитник/чка в неформални граждански инициативи.

Текущите резултати се базират на интервюта с 28 респондента (22 от София и 6 от други градове в страната).<sup>2</sup> Преобладаващото мнение сред тях е, че езикът на омразата в България се среща често както в публичното пространство, така и във всекидневните практики на общуване. „Тази реч се лее навсякъде“, „упражнява се ежедневно и във всякаква посока“, „има всеобща изнервеност в обществото“, „българите все мразят нещо и някого“, констатираха интервюираните.

Консенсусно е впечатлението, че в най-голяма степен проявите на враждебна реч се случват в онлайн средата. Като зона с най-висока концентрация на подобни изразни средства интервюираните единодушно определят коментарите на читатели в онлайн медии (виж Фигура 1). Вторият водещ канал за разпространение на реч на омраза са социалните мрежи. Третата зона по

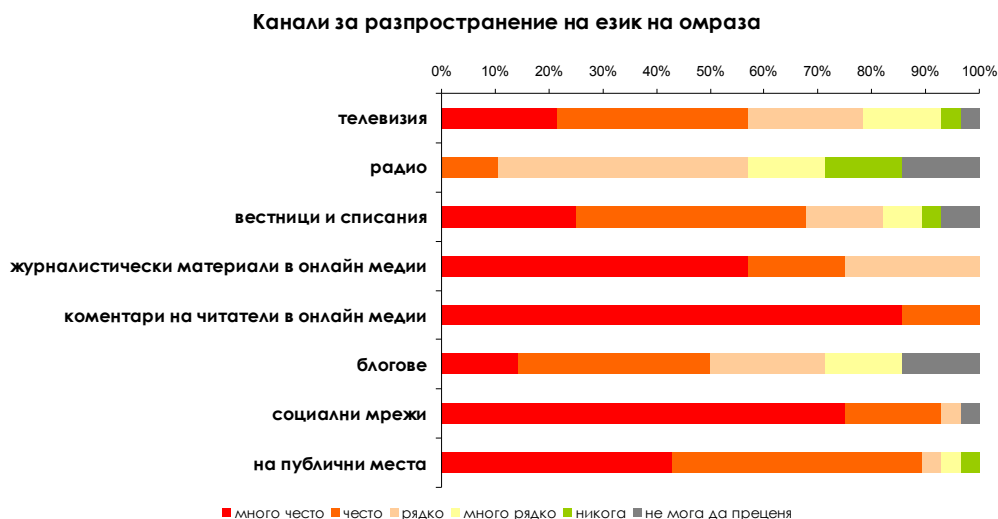
<sup>1</sup> Интервюто съчетава отворени въпроси и анкетни въпрос с коментар.

<sup>2</sup> В настоящия текст резюмираме позицията на интервюираните лица по въпроси, свързани с разпространението на враждебна реч в публичното пространство и конкретно в медиите. Цялостен анализ на проведените дълбочинни интервюта на тема „Езикът на омразата в България“ с представители на медии, неправителствени организации, активисти, както и с представители на малцинства, политици и служители в публичната администрация ще бъде публикуван допълнително в рамките на проекта „От предразсъдъци към нетърпимост: обхват и превенция на езика на омразата в България“.

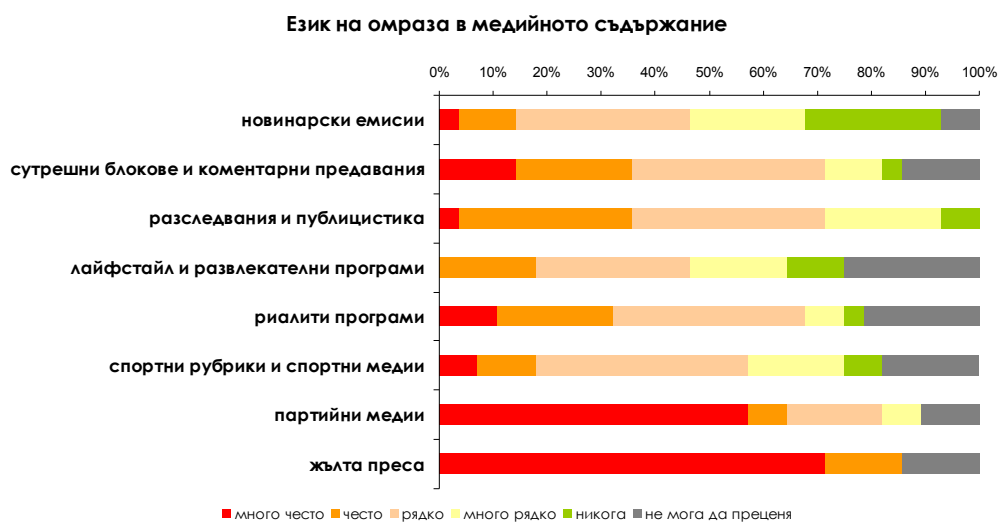
честота на досег с език на омраза са публичните места (протести, митинги и др.). Друг централен източник на враждебни внушения са журналистическите материали онлайн – три четвърти от интервюираните споделят, че през последната година са попадали на такива случаи в онлайн медии много често или често. Две трети са забелязвали подобни прояви в пресата, с уточнението, че явлението е много по-силно застъпено във вестниците, отколкото в списанията. Повече от половината респонденти забелязват честа употреба на враждебно слово в телевизията. По-слаба е честотата на разпознаване на изрази, внушаващи нетърпимост, в блогове. Най-рядко реч на омраза се среща в радиото.

На този фон на изключително широк обхват от канали, в които се разпознават интензивни употреби на език на омраза, респондентите определят преди всичко жълтата преса и партийните медии като водещи медийни трибуни за налагане на такава реторика (виж Фигура 2). Като най-„чисто” откъм език на омраза съдържание се оценяват новинарските емисии. Според част от респондентите обаче новините също могат да бъдат сериозен подбудител на омраза и дори на агресивно поведение заради непрофесионален или тенденциозен начини на отразяване на етническо напрежение или просто заради насищане с информация за насилие.

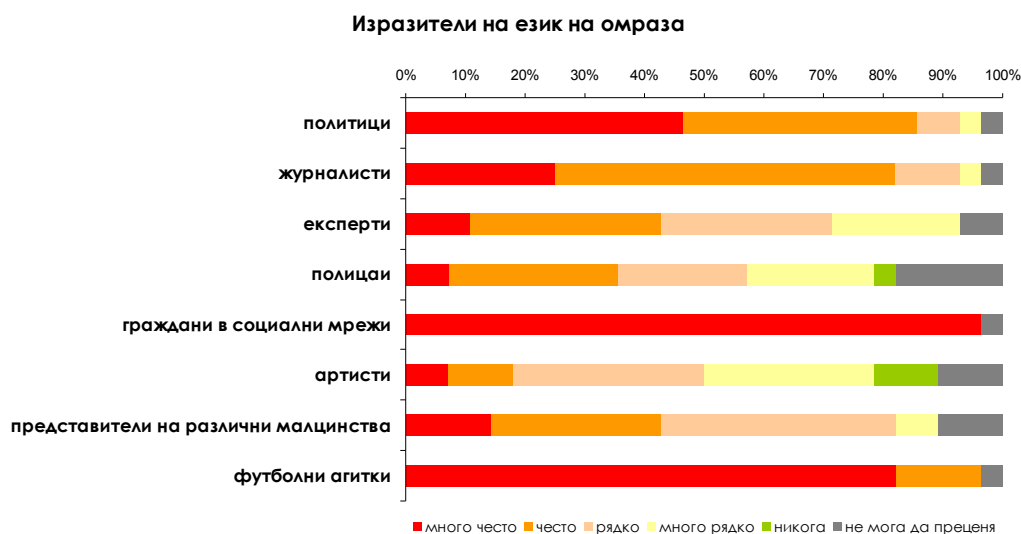
Като най-ярък изразител на език на омраза интервюираните посочват гражданите в социалните мрежи, както и специфичната група на футболните агитки (Фигура 3). Второто важно ядро включва политиците и журналистите, като политиците се свързват с по-голяма острота и честота в употребата на подобен език. На трето място по интензивност в генерирането на враждебна реч се разпознават различни експерти (историчи, социолози, политолози и др.), представители на малцинства и полицаи.



Фигура 1. Отговори на въпрос „Колко често срещате език на омраза в средствата за информация и на публични места (протести, митинги и др.)?”.



Фигура 2. Отговори на въпрос „Колко често срещате език на омраза в следното медийно съдържание?“.



Фигура 3. Отговори на въпрос „Представители на кои групи според Вас най-често използват език на омразата?“.

Прави впечатление, че в хода на идентифициране на основните субекти и канали за разпространение на език на омраза интервюираните очертават комплексни отговорности от страна на медии, политически актьори и граждани.

От една страна се налага изводът, че най-силно, неудържимо и често езикът на омразата извира „отдолу” – от страна на самите граждани и чрез съдържание, което те произвеждат в интерактивното медийно пространство (коментари към статии в онлайн медии, публикации в социални мрежи). Гласът на омразата извира безконтролно от самото общество, а технологиите улесняват и засилват неговата чуваемост. Анонимността или колективното прикритие са често срещано обяснение за широкия размах на враждебна реч в интернет:

„При гражданите в социалните мрежи е нещо страшно. Даже имам чувството, че се отключват неща, които в разговор между приятели не биха казали. Тази анонимност отключва нещо. Или пък когато си просто едно име сред сто хиляди други. И хората са много по-активни да коментират теми, които иначе едва ли биха коментирали.”

Като допълнителна причина се изтъква и ниската степен на регулация в социалните мрежи:

„Там гражданите много често използват такъв език. Включително и в коментари към наши статии, които споделяме във Фейсбук. Там много рядко можем да ги ограничим, освен че можем да ги рипортнем. В нашия сайт можем да скрием расистките коментари, но в социалните мрежи трудно можем да направим нещо.”

„Когато сигнализирам във Фейсбук за някоя група, че използва такова съдържание, първоначално ми се отговаря, че това е мое лично впечатление. Когато сигналите станат повече, тогава вече съответните администратори реагират. Да, но тогава групата просто сменя статута си, става затворена и този тип говорене продължава вътре.”

Сред причините за широката употреба на реч на омраза от интернет потребители често се посочват личностни качества като ниска култура, слаба образованост, лош вкус. В единични случаи се стига дори до диагностициране на психически и поведенчески отклонения:

„В социалните мрежи има ненормални хора. Ако зависеше от мен, всички социални мрежи бих ги изключила. Една част от хората може би са си много нормални, но в други случаи се появяват отвратителни думи, най-обидни, цинизми, това нормален човек не може да го напише. Това за мен са хора с болна психика, които нямат възможност да се изразяват и го правят в така наречената социална мрежа. Тези писания в нормалния човек могат да предизвикат само погнуса.”

В по-меките обяснения социалните медии се определят като „отдушник“ и като достъпна платформа за всякакъв вид говорене. Споделя се и хипотезата, че част от гражданските изразители на крайно неodobрителни и дискриминационни мнения всъщност са платени агитатори – така наречените тролове.

В този контекст се очертава и траектория на влияние, при която именно социалните мрежи и читателските мнения онлайн са тези, които „заразяват“ с език на омразата медийния мейнстрийм, не без съучастието на самите медии:

„Понякога чрез социалните мрежи медиите повдигат частен случай, който става повод за засилване на езика на омразата. През лайкване и споделяне даден частен случай влиза в медиите, а после от медиите обратно в социалните мрежи.”

„Ако във Фейсбук се говори по-свободно и разкрепостено, както и във форумите, които са анонимни, с това се заразяват и журналистите. И журналистите вместо да правят отпор, да слагат граници, възприемат това влияние. Теми и сюжети от Фейсбук започнаха да влизат в централни предавания на големите телевизии. Но което е по-лошото – възприеха и този начин на общуване.”

От друга страна сред журналистите и активистите е силно застъпена и тезата, че ексцесивното гражданско говорене всъщност не е самоизригващо, а е провокирано от външни фактори и е свързано с конкретни събития: случаи на междуетническо напрежение, миграционни вълни, активност на сексуални малцинства и др. В този смисъл се визира и отговорността на политици и медии:

„Подобни изказвания по-скоро са провокирани от определени събития [...] Да речем гей прайда всяка година, който носи със себе си цялата помия, която се изсипва срещу тези хора. Дори от журналисти, които по принцип спазват по-умерени позиции. Това е по-скоро латентна дискриминация, която се крие в обществото ни и бива отключвана по дадени теми. Понякога са чисто социални събития, друг път са провокирани – особено когато говорим за междуетническо напрежение. Тогава тези събития са провокирани от определени политически интереси и винаги носят със себе си една платформа от медии, които популяризират дадени тези.”

Като мотив за употребата на език на омраза от страна на политици обикновено се изтъква придържането към крайни националистически убеждения, популизъм, невъзможност за справяне със социалните проблеми, подклаждане на проблеми в търсене на електорална подкрепа и др.

Ролята на медиите се свързва със сходен диапазон от мотиви. Най-често срещаното обяснение е, че медиите прибегват до реч на омраза в търсене на рейтинг. Смята се, че този вид реторика дава възможност за конструиране на сензационно звучащи послания. Подобен език се инструментализира за създаване на скандали, които привличат зрителско и читателско внимание. Крайната цел е комерсиална:

„Когато онлайн медиите правят такива заглавия, те удрят тавана на посещаемостта. Печелят кликове. И когато продаваш на рекламодателите, на теб ти трябва такъв тип залъгалки за аудиторията.”

Рейтинговият успех на подобен род публикации отново връща въпроса към манталитета и отговорността на самата публика. „Ако хората не гледаха такива новини, нямаше да ги правят”, обобщава един от интервюираните журналисти.

Друга споделена хипотеза е, че журналистите прибегват до език на омраза заради редакционна политика или заради лични убеждения, които се припокриват с идеологическата линия на националистическите формации.

Допуска се също така, че някои журналисти използват такава реторика поради невежество и слаба професионална подготовка: „не осъзнават, че това е проблем”. Отделни респонденти виждат и своеобразна колективна форма на подценяване на тежестта на проблема от страна на медиите: „не осъзнават какъв риск поемат [с допускането да изригне национализъм]”.

Интервюираните лица обръщат внимание и на факта, че журналистите в много голяма степен зависят от държавните институции и власти за достъп до информация. Споделя се мнението, че институциите много често не успяват да разяснят даден етнически или друг социален проблем с достатъчно своевременна и експертна информация. В резултат се дава поле за фриволни и манипулативни интерпретации, както и за разпалване на напрежение.

Що се отнася до механизмите за конструиране на послания, съдържащи език на омраза, респондентите посочват няколко основни медийни стратегии.

На първо място е практиката да се акцентира на етническата принадлежност на представители на малцинствата в новини с негативен контекст. Най-чест обект на подобно отношение са ромите,

като през последните две-три години, във връзка с бежанската вълна от Близкия Изток, подобна стратегия се засилва и спрямо мигрантите от различни етноси:

„Най-честите примери, които срещаме в България, свързани с медиите, са по отношение на циганите. Циганската общност е представяна основно като виновна за проблеми в страната, за престъпления, за наводнения, за грабежи.“

„Например чужденец пребива българка на улицата или изнасилва българка. Макар че много българи могат да изнасят българка. Ти никога не пишеш „българи изнасили българка“. Но ще напишеш „сириец изнасили българка“ и ще стане страшно. Мъж изнасилва жена – достатъчно гадно е и трябва да бъде порицано. Етнизира се.“

Част от респондентите обръщат внимание на общото засилване на медийния интерес към проблеми, свързани с конфликти между различни групи от обществото: „Все повече текстове се пишат за междуетническо напрежение, подтиква се към саморазправа“. Конкретни конфликтни случаи се преекспонират, за да се поддържа скандал, а оттам и интерес сред публиката.

Втора основна стратегия е да се прокарат послания чрез избор на събеседници за интервю и гости в предавания. В подобни случаи медиите и журналистите не се изявяват като директен изразител на език на омразата, а по-скоро изпълняват ролята на проводник, подстрекател или провокатор (по идеологически или комерсиални подбуди):

„Тъкмо защото омразата качва рейтинга, да поканиш някого от тези проповедници на омразата, е най-сигурният начин да постигнеш висок рейтинг. Когато някой журналист покани някой популист, който сее омраза, след това гилдията и той самият търси да се покаже провокативен, да затапи своя събеседник. Публиката от своя страна ръкопляска; ръководството казва: „браво, ти имаш рейтинг“ и след две седмици го канят отново.“

„Журналистите повече се пазят. Те си канят гости и ги оставят да си говорят. Като поканиш Волен Сидеров, не очакваш да говори за балет или за толерантност. Като поканиш Джембазки и срещу него оставиш един ром, естествено е да се скарат. Така че те [журналистите] го провокират често.“

Преобладаващото мнение на интервюираните е, че подобен подход не омаловажава отговорността на продуцентите, редакторите и журналистите, а ги превръща в съучастници и в известен смисъл в съавтори на поднесеното послание – особено в случаите, когато не реагират и не стопират употребата на език на омраза от страна на събеседника.

Изборът на събеседник е от значение и за цялостния баланс на гледни точки. Медиите са критикувани, че в търсенето на скандал и на провокативни гости всъщност водят до изкривяване на плурализма:

„В телевизията има нарушаване на баланса на гледните точки много често. Например по определени теми като темата за бежанците, те смятат, че задължително трябва да се канят представители на националистическа партия или някакъв човек, който ще използва език на омразата срещу роми, бежанци, мюсюлмани. Което аз не го разбирам, защото чисто журналистически не е ОК. Ако имаш ситуация, в която циганинът е извършил престъпление, то другата гледна точка не ти е националистът, а ти е полицията или прокурорът. Или съответно човекът, срещу когото е извършено престъпление. Не да поканиш Джамбазки и той да говори как по принцип циганите крадат и бият бабичките.”

Трети идентифициран подход е определен като „фино подстрекаване” и „създаване на фон”, включително чрез средствата на шоуто и развлечението – например чрез вицове и подигравателни препратки към представители на различни малцинствени групи.

Според част от респондентите не без значение е и общото излъчване на водещи на предавания. Когато водещият има „мутренски дизайн” или има излъчване и поза на „нахъсан”, това подсилва усещането за агресивност.

Като конкретни изразители на език на омраза най-често се посочват партийните телевизии „Алфа” и СКАТ, както и информационния сайт ПИК (виж Фигура 4). Други често споменавани медии са „Блиц” и „Уикенд”. В допълнение към платформите с националистически или подчертано „жълт” профил, в медийните очертания на реч на омраза се посочват също така централните всекидневници „24 часа”, „Труд” и „Телеграф”. Част от респондентите реферират към обобщеното „медиите на Пеевски”. Сайтът „Лентата” се споменава като нова, но вече популярна трибуна за език на омраза. Не липсват и позовавания към водещите телевизии – bTV и Нова телевизия, както и към TV7, които се считат за проводник на реч на омраза чрез избора на гости в предавания.





Други споменавани автори, които „системно употребяват език на омразата“, са журналистът от „Новинар“ Калин Руменов, както и общинският съветник от Варна Костадин Костадинов заради публикации в блога си.

Към част от цитираните журналисти и предавания респондентите изразяват двузначно отношение. Така например редакционната политика на предаването „Господари на ефира“ е оценявана като непоследователна и „странна“:

„Възмутиха се срещу Ана Витанова [полицайката, придобила известност с расистки антиромски постинги в профила си във Фейсбук по време на междуетническото напрежение в Орландовци тази година], но пък много се подиграват с ромите. [...] Което е неравно третиране на хората.“

Със системно подигравателно отношение към ромите и сексуалните малцинства се свързва и предаването „Шоуто на Слави“. Интервюираните прилагат по-широко разбиране за смисъла на „език на омраза“ и считат, че тиражирането на вицове на дискриминационна основа „озлобява едни хора спрямо други“.

Нееднозначно е отношението към журналистката Миролюба Бенатова. От една страна се споделя, че самата тя е жертва на крайна враждебност заради отразяването на репортажи, свързани с междуетническо напрежение. От друга страна се критикува, че журналистическият подход на Бенатова към подобни теми води до ненужна провокация на напрежение. Актуален повод за неодобрение е телевизионният ѝ репортаж от ромската махала Надежда в Сливен от март тази година на тема „Деца раждат деца“<sup>5</sup>:

„Тя беше отишла с идеята да прави репортаж за момиче, което е родило на 11 години и тя искала да провери какво се случва с това момиче няколко години по-късно. Но тя влиза в махалата напълно неподготвена. Не е направила опит да проучи случая, да види дали някой може да ѝ помогне да са се свърже с това момиче, да я убеди да говори пред медиите и т.н. И какво се случва. Тя отива в махалата, отива в дома на момичето и съпругът казва „не желая, тя не иска да говори с медиите“. И съответно тя за да оправдае, че е отишла там и не е успяла да си свърши работата, прави някаква работа като обяснява колко били агресивни хората, как не можело да влезеш в този квартал, ако си българин. Което абсолютно не е вярно. Защото аз лично съм ходила в Надежда много пъти и никога не са ме посрещали по този начин. Тя се опита да каже как срещу журналистите има огромна контраомраза, като в същото време тя беше провокирала цялата ситуация там. С поведението си, с начина, по който се държа с тези хора. Ти като журналист реално

<sup>5</sup> Репортажът е достъпен на <<http://novanews.novatv.bg/news/view/2015/03/29/106249/миролюба-бенатова-представя-деца-раждат-деца/>>.

навлизаш в личното пространство на хората и те по никакъв начин не са длъжни да ти разказват историята си. Още повече когато става дума за момиче, което е непълнолетно, и ти първоначално трябва да поискаш разрешение, за да разговаряш. Но ти пренебрегваш тези правила в журналистиката, за да можеш да си направиш някакъв сензационен материал.”

Казусът може да бъде разглеждан и като илюстрация за траекторията на речта на омразата с посредничеството на медиите. Сред заснетия видеоматериал във въпросния репортаж попадат кадри с цигански деца, които правят обидни жестиккулации и казват през смях „българите на кайма”. Тез думи, сами по себе си реч на омраза, стават повод за организиране на национален протест „Срещу циганските своеволия и бездействието на държавата“ и мотивират ответни вълни на език на омраза от страна на граждани в социалните мрежи, включително и призови за въоръжаване и насилие.<sup>6</sup> И така в крайна сметка се подхранва една постоянна спирала на език на омраза и на взаимна крайна нетърпимост.

### **Наблюдение на медиите: зони на генериране на език на омраза (януари-август 2015)**

През първите осем месеца на 2015 г. наблюдаваме няколко централни тематични ядра, около които се генерира език на омраза в медийното пространство. На първо място, с най-висок заряд и интензитет са посланията, изразяващи крайна враждебност към ромите. На второ място регистрираме пикове на изразена нетърпимост към бежанци и мигранти от Близкия Изток. Периодът обхваща също така и епизодична ескалация на реч на омраза, адресирана към сексуални малцинства във връзка с традиционното годишно шествие в защита на правата на хората с различна сексуална ориентация.

#### *1. Роми*

Изразяването на отношение на нетърпимост към ромското малцинство е постоянен процес през наблюдавания период. То се базира именно на тези устойчиви практики на етнизирание на криминалната информация и изобщо на съдържание с негативна конотация, за които споделят интервюираните журналисти и активисти. Явлението е характерно както за медийните платформи на националистическите формации, така и за широк кръг от онлайн източници (включително уеб издания на печатни и електронни медии). Позоваванията към етническата принадлежност на ромското население включват широк тематичен диапазон:

---

<sup>6</sup> Виж <<https://bg-bg.facebook.com/events/477206472435171/>>.

- Битова престъпност – насищането с информация за престъпни деяния, при която медиите традиционно акцентират върху етноса на деятеля, води до трайното налагане на тезата, че битовата престъпност всъщност е циганска престъпност. Създава се устойчив образ на всекидневна заплаха.

Примери:

*15 дни цигани тормозят 81-годишен мъж за пари (vestnikataka.bg, 10.04.2015)*

*Цигани пребиха млада жена на връх 8 март за 20 лева! (СНИМКИ) (Блиц, 10.03.2015)*

*Цигани душили старец в дома му в село Старосел (News.bg, 21.06.2015)*

- Организирана престъпност – подобни новини разширяват представата за периметъра на ромската заплаха и допълнително подсилват внушението за предразположенията към криминални прояви на представителите на етноса.

Примери:

*Циганин върти крупен бизнес с поръчкови свидетели по дела (vestnikataka.bg, 15.05.2015);*

*Барони в Столипиново източват държавата. Циганите в България са обучени как да източват държавата (vestnikataka.bg, 10.04.2015).*

*Мегаизмама! Цигани от Дъбник взеха 3,5 млн. лв. от три палестинки*

*Фамилията ще отговаря за пране на пари (Блиц, 12.08.2015)*

- Социални придобивки и злоупотреби – подобен род послания създават напрежение в плана на социалното неравенство, при което привилегиите са на страната на ромите.

Примери:

*Скандал! Вижте как живеят социално слаби роми в Горна Оряховица. Внушителни постройки с пищен и луксозен интериор, дизайнерско обзавеждане за стотици хиляди левове. Това откриха полицаи и данъчни днес при масови проверки в палатите на ромски фараони в Горна Оряховица. (Янтра Днес, 9.07.2015)*

*Цигани източват вода за 1 милион лева (Блиц, 11.07.2015)*

- Оскверняване на християнски, културни и исторически символи – в този контекст попадат публикации с голям потенциал за емоционално въздействие. Подчертава се образът на варварска сила, която брутално атакува културните норми и ценности на етническите българи.

*Гнусна гавра с паметник на Левски в Бургас! Цигани завряха среден пръст в лицето на Дякона (Блиц, 01.07.2015)*

*На Задушница: Роми нападнаха и обреха църквата в община Гърмен (Novinite.BG, 30.05.2015)*

*Цигани откраднаха чашката с милостиня на дядо Добри (News.Plovdiv24.bg, 14.08.2015)*

- Жестоко отношение към животни – новините по тази тема дават още едно измерение на антицивилизационното поведение на етническата група. Те са мощен инструмент за събуждане на негативна емоционална реакция, особено когато са придружени от видео или снимков материал.

Примери:

*Цигани пребиха с вериги изтощен от умора кон (видео) (OFFNews, 18.04.2015)*

*Гавра, мъчение и жестокост: Цигани завързаха куче върху покрива на колата си (News.Plovdiv24.bg, 15.04.2015)*

Така конструирана, информацията рамка задава твърди негативни стереотипи, срещу които трудно може да се противопостави. Всеки евентуален опит да се разчупи изградения образ вече се възприема като отричане на „очевидната реалност“. Показателна в този смисъл е реакцията на аудиторията. Дори медии, които защитават либерални ценности, не успяват да преобърнат предразсъдъците на своята публика. Така например потребител в онлайн изданието Дневник коментира:

„Стига с това етническо нагнетяване, нека да кажат колко престъпления са извършени през определен период /месец, два/ и да направят разбивка колко от тях са извършени от български българи, българи от ромски произход, българи от турски произход и т.н....иначе не е нормално само едни от извършителите да се категоризират по етнически признак, а другите да са микс от анонимност на етническия им произход!“<sup>7</sup>

Цитираното мнение предизвиква силно неодобрение: 68 от останалите потребители не се съгласяват с него, докато съгласните са едва 13. За сравнение коментарът на друг читател „Крадливо племе“ [цитат от горен коментар]. Не племе, а глутница.. В племената живеят хора!“ получава 81 гласа одобрение срещу само 4 неодобрение.

---

<sup>7</sup> Виж коментар №16 на потребител adam1966 към статията „Деца са обрели църквата в Марчево, твърди се, че свещеникът е бит“.

Медийното стереотипизиране на ромите много често е съпроводено от погазване на базисни журналистически правила. Така например публикацията „Цигани откраднаха чашката с милостиня на Дядо Добри“ не само че пренебрегва журналистическия стандарт да не се посочва етническата принадлежност (освен ако този факт няма съществено значение за смисъла на информацията), но не предлага нито едно доказателство, че въпросното деяние е извършено от цигани.

В други случаи пък се използват манипулирани образи, за да се внуши масовост на настроенията срещу роми или отново с цел определени антисоциални и криминални прояви да се асоциират с етническата група.

В крайните практики на етническо рамкиране на престъпления се стига до детайлни описания на убийства, чиято истинност е твърде спорна и които ще се въздържим да цитираме тук. Както може да се предположи, читателската реакция в подобни случаи е език на омраза в най-остра форма. Любопитно е, че подобни публикации понякога са придружени от удобен отказ от отговорност:

„Статията не е насочена към цял един етнос, а към конкретни извършители на конкретно зверско престъпление. Материалът няма за цел да сее етническа или расова вражда или омраза, а описва конкретни престъпления, срещу които трябва да се бори с всички сили и средства цялото ни общество!“

На практика обаче именно отречените цели са тези, до които се стига. И така, на принципа на китайската капка, материалите, внушаващи негативни обобщения за ромите, се акумулират в информационното пространство в постоянен ритъм. На фона на съществуващия медиен афинитет към антиромска тематика, наблюдаваният период предлага и два извънредни казуса – междуетническото напрежение в селата Марчево и Гърмен през месец май и последвалите конфликти между роми и българи в софийския квартал Орландовци. Двете теми предизвикаха силно медийно отразяване – над 2800 информационни единици в новинарското пространство онлайн по казуса с Гърмен и над 1500 публикации по темата за Орландовци.

Мониторингът на медийното съдържание по двата казуса откроява няколко по-важни тенденции. От една страна, в контекста на създалите се кризисни ситуации, в централните медии се разширява многообразието на гледни точки по проблеми, свързани с етническото малцинство. Сред основните говорители по темата се изявяват редица политически фигури. Другите основни действащи лица са представителите на МВР, на местната власт, на местните граждани – етнически българи, но така също и на футболни агитки и на радикални националисти. Гласът на ромите също е представян.

В тази смес от гледни точки доминират две линии на отразяване: на политизиране на проблема и на антагонистично противопоставяне между българи и роми. Първата картина изобразява гледната точка „отгоре“ – от страна на всички основни политически сили. Техните представители се мобилизират в обяснения и обвинения за генезиса на напрежението, като инструментализират конфликта за целите на противоборство. Един от ефектите от политизирането на конфликта е засилването на враждебната реторика (думи като „терор“, „ликвидиране“ и други подобни) и на подхранването на тезата за циганизацията, която ще доведе до заличаването на българската нация:

*Катуница, Гърмен, Орландовци вещаят края на българската нация (vestnikataka.bg, 19.06.2015)*

Втората картина отразява случващото се на терен. Гласовете „отдолу“ са представяни най-вече в плана на озлобеност и нетърпимост. Когато преминава през филтъра на медийния драматизъм, враждебността допълнително се усилва:

*Жители на Гърмен: Катуница ще им се види театър (КРОСС, 25.05.2015)*

*Циганите в „Орландовци“ псували българите на „гяури“ (Блиц, 14.06.2015)*

Като цяло, през наблюдавания период най-сериозни прояви на езика на омраза регистрираме в социалните мрежи, където разпространението на нео-нацистки призови е безконтролно и публично достъпно (например профила във Фейсбук НИЕ СМЕ Против Циганизацията). В същото време ескалирането на реч на омраза сред потребителите във Фейсбук до голяма степен черпи мотиви и аргументи от споделяни медийни публикации – от материали, подхранващи устойчивите етнически предразсъдъци, както и чрез извадки от отразяването на междуетническите конфликти.

## *2. Бежанци и мигранти (сирийци, хора от Близкия Изток, африканци)*

Нетърпимостта на български политици, медии и граждани към бежанците се формира още по време на първата вълна от сирийски граждани, пристигащи в страната в края на 2013 г. През първите месеци на 2015 г. враждебната реторика в тази посока е в латентно състояние – с по-слаба интензивност и с по-ограничен обхват. От значение е фактът, че самият миграционен поток този път заобикаля България в търсене на маршрути към западноевропейските страни. В края на лятото обаче отново се забелязва нарастване на употребата на подобен език във връзка със задълбочаването на проблемите с миграционните вълни в Централна и Западна Европа.

В рамките на наблюдавания период основни изразители на език на омраза към бежанци и мигранти са националистическите формации и техните медии, както и граждани в социалните мрежи. В епизодични случаи се регистрират прояви на враждебност в жълти издания.

Най-остро и устойчиво негативно отношение към мигрантите се забелязва в медийните платформи на партия Атака. Формацията проявява постоянство в това да определя мигрантите и бежанците като „пришълци“ и да ги асоциира с различни форми на заплахата – икономическа, физическа, религиозна:

МВР пръска 65 бона за лукс на пришълците (vestnikataka.bg, 16.01.2015)

Депутат от АТАКА към Кунева: Пришълците ограбват и колят българите, а вие харчите пари за тях! (vestnikataka.bg, 06.02.2015)

Пришълци се клаха в Харманли (vestnikataka.bg, 29.05.2015)

В бежанските центрове цари тотална слободия (vestnikataka.bg, 12.06.2015)

Атака: цинично е 35 лв. детски за българче, 1100 лева за сирийче (vestnikataka.bg, 12.06.2015)

817 пришълци неправомерно харчат парите за над 6000 български пенсионери (vestnikataka.bg, 26.06.2015)

Епидемия от хепатит пламна в пришълския лагер в Елхово (vestnikataka.bg, 17.07.2015)

Мюсюлманите тълпи превърнаха гарата на Будапеща във вонящ коптор (vestnikataka.bg, 31.08.2015)

Чест момент в анти-бежанската реторика е употребата на думи, които внушават идеята за завладяване: „инвазия“, „наплив“, „нахлуване“. Усещането за застрашеност се проявява в коментарите на граждани в интернет и прераста в отношение на нетърпимост: „Да се затвори границата с Турция и всички пришълци, изповядващи исляма, да се екстрадират от страната“, „Да си ходят в САЩ“ и други подобни. Много често нетърпимостта обединява едновременно етнически, расови и религиозни характеристики:

„Солидаризираме се срещу [...] ислямизацията на християнската държава в континента и животинските изстъпления над нашия народ от ислямисти и цигани, също така и с поругаването на християнските ни ценности и култура, обичаи и оскверняване на гробища, убийства и изнасилвания, кражби и др. [...]”<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Виж информация за събитие „Протест – гражданско неподчинение“, организирано във Фейсбук, <<https://www.facebook.com/events/316837765193770>>.



В допълнение, враждебността към мигранти и бежанци обикновено се проявява и като враждебност към техните защитници, които редовно са обвинявани в „национално предателство“ и са наричани „безродници-интернационалисти“, „толеранти“, „либеранти“, „соростутки“ и т.н.

### *3. Сексуални малцинства*

Идентично е и отношението към защитниците на правата на сексуалните малцинства – те също се превръщат в обект на обиди заради либералните си ценности. Хомофобските изказвания и прояви традиционно се възпламеняват около организирането на София Прайд. Тази година не беше изключение. Допълнителен импулс за анти-гей реакции предизвика новината за легализиране на еднополовите бракове в САЩ от юни 2015 г. Всъщност почти всеки медиен материал в онлайн медия на тема права на ЛБГТ, независимо дали се появява спорадично или често и независимо от редакционната политика на изданието, провокира негативни реакции срещу сексуално различните.

Враждебността към сексуалните малцинства се демонстрира в разнообразие от форми и нюанси – от подигравателно отношение и прояви на мачизъм, през заклеймяване и квалифициране като „ненормалност“, до директен език на омраза и призови за смърт:

„уродливите нагони на хората“

„дълг на всеки Българин е да отрече ненормалния хомосексуален живот“

„смърт за тая измет“

„гнусни перверзници“ (извадки от коментари на читатели в онлайн медии)

Изразителите на хомофобска реч в медийното съдържание обикновено са канени събеседници или гости в предавания: националистически лидери, но и представители на всякакви други партии, артисти, експерти и преди всичко хора с консервативни нагласи и провокативно говорене.

### *4. Други рискови зони*

Информационният и политически контекст през последните месеци провокира полемична реторика на границата с враждебността и на база национална принадлежност. В подобна зона на риск от акумулиране на език на омраза попаднаха представители на няколко националности:

гърците – във връзка с финансовата криза в страната и трудните преговори за отпускане на кредит с ЕС; руснаците – заради продължаващия ефект от русофобски настроения в контекста на руско-украинския конфликт; американците – в плана на контрареториката от страна на поддръжниците на руската политика.

*Този текст е създаден с финансовата подкрепа на Програмата за подкрепа на неправителствени организации в България по Финансовия Механизъм на Европейското икономическо пространство. Цялата отговорност за съдържанието на текста се носи от Фондация „Медийна демокрация“ и при никакви обстоятелства не може да се приема, че този текст отразява официалното становище на Финансовия механизъм на Европейското икономическо пространство и Оператора на Програмата за подкрепа на неправителствени организации в България.*