

Жълтата преса и езикът на омразата: „Уикенд“, „Галерия“, „Шоу“

Николета Даскалова (Фондация „Медийна демокрация“)

София, 30.11.2015

Неслучайно жълтата преса се разпознава като един от централните канали за разпространение на език на омраза. Налице са няколко предпоставки, които оказват влияние за формиране на това впечатление.

На първо място, таблоидната реторика създава благоприятен контекст за подобни езикови стратегии. Присъщи за нея са провокативността и остротата, експресивността и търсенето на емоционална реакция, склонността към заклеяване и осъдителният тон. Езикът на жълтото е твърде далече от политическата коректност. Той е език на крайностите, на претенцията да „разобличава“, да „сваля маските“ и да „казва нещата с истинските им имена“.

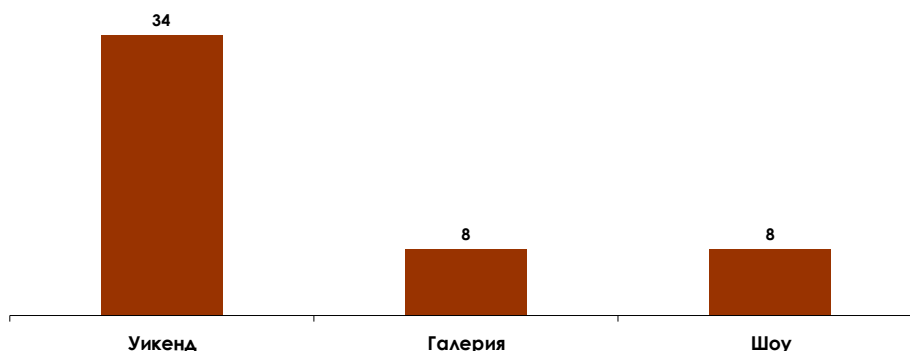
В същото време във фокуса на жълтия интерес обикновено е персоната, поставена на показ в нейния частен свят (лични връзки, външен вид, лайфстайл, тяло, сексуалност, здравословно състояние). В тази среда медийното сочене с пръст обичайно визира отделни лица, назовава конкретни имена на популярни фигури от публичния живот. Езикът на омразата, от своя страна, реферира към групи или категории лица, не към персоната сама по себе си. Много често таблоидните практики на оклеветяване, дискредитиране или накърняване на нечие лично достойнство са широко, но не съвсем точно възприемани като прояви на реч на омраза.

Освен това българската жълта преса не е чисто „жълта“. През последните години наблюдаваме трайна тенденция на политизиране на част от съдържанието, на избирателно рефериране към сериозни обществени проблеми. Обособява се устойчиво място за коментарния жанр. Изданията се използват като въздействащ инструмент за налагане на политически внушения. Тези процеси разширяват входовете за прокарване на език на нетърпимост в общия таблоиден микс.

На фона на тези уточняващи контури на средата, какви са действителните параметри на генериране на език на омраза? Наблюдението на три издания – седмичниците „Уикенд“, „Галерия“ и „Шоу“ – за период от три месеца (септември-ноември 2015) очертава следната картина:

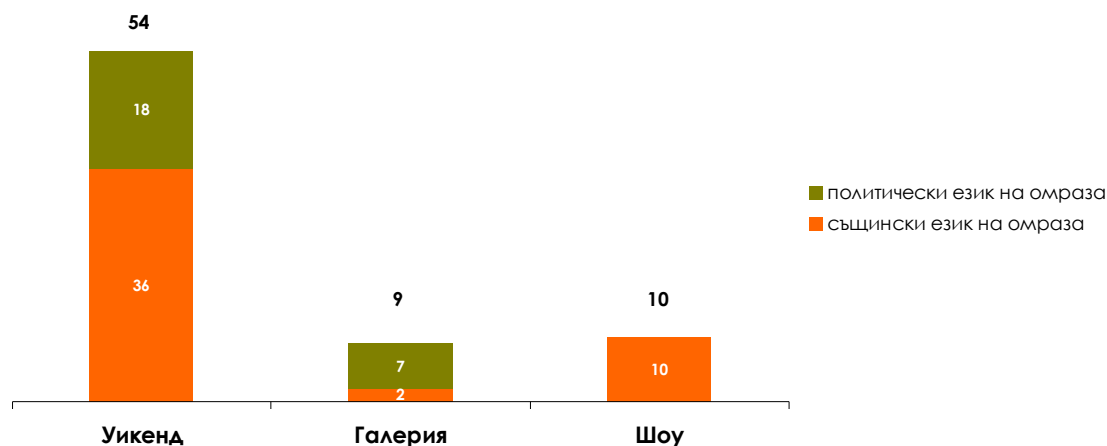
Брой употреби

Език на омраза: брой информационни единици
 (септември-ноември 2015)



Фигура 1. Регистрирани информационни единици, съдържащи език на омраза. Една информационна единица включва една или повече употреби на език на омраза (препратки към един или повече обекти).

Език на омраза: употреби
 (септември-ноември 2015)



Фигура 2. Брой употреби на език на омраза според засегнатите обекти (същински и политически език на омраза).

Мониторингът регистрира различни нива на употреба на реч на омраза. С най-голяма честота това се случва във в. „Уикенд“. Данните показват, че изданието редовно прибегва до подобна реторика – 54 употреби в 34 инф. ед. На този фон другите два седмичника демонстрират по-слаб афинитет към езика на омразата в количествено отношение – съответно 9 употреби в 8 инф. ед. за в. „Галерия“ и 10 употреби в 8 инф. ед. на страниците на в. „Шоу“.

Наблюдението откроява следните нюанси в профилите на изданията:

- „Уикенд“ (в обем от 96 страници) предлага най-богато и разнообразно съдържание и същевременно се отличава с най-добре разработена редакционна политика в позиционирането на език на омраза в различни съдържателни ниши: коментарни текстове; интервюта; криминални истории; материали, представени като разследвания; препечатки от други медии; любопитна информация за популярни фигури и др.
- „Галерия“ (72 страници) отделя най-голям относителен дял на обществено-политическа проблематика спрямо обема на книжното си тяло. Политическите послания често са рамкирани в дух на остро неодобрение и персонални нападки. Случаите на изразена нетърпимост обаче не винаги могат да бъдат уловени като „чист“ език на омраза. Налице е своеобразна реторична предпазливост и умелост на авторите да заобикалят директната лексика на омраза, като вместо това конструират по-фини фонове на враждебност. Зоната, в която все пак се случва острият тон да ескалира до език на омраза, са авторските политически коментари.
- „Шоу“ (56 страници) отделя относително най-слабо внимание на обществено-политически теми. Същевременно изданието спорадично се „възпламенява“ от социални проблеми, в обговарянето на които стига и до употреби на реч на омраза. През наблюдавания период седмичникът предлага едни от най-ярките примери за език на крайна нетърпимост.

Обща характеристика за „Уикенд“ и за „Шоу“ е превесът на същинския език на омраза спрямо политическия (при „Шоу“ дори няма регистрирани категорични употреби на политически език на омраза), включително в контекста на предизборната кампания за Местни избори 2015. Това съвсем не означава, че медийната враждебност в политическите послания намалява. По време на кампанията интересът към обичайните обекти на омраза става дори по-интензивен, а негативни

политически внушения и стратегии на дискредитиране се насочват към конкретни политически фигури.¹ Тези случаи обаче остават извън радара на настоящите данни предвид направеното уточнение, че враждебното говорене с персонален адресат, макар и да се родее с езика на омразата, в своите крайности попада в обхвата на други дефиниции (обида, клевета). Вестник „Галерия“, от своя страна, е по-активен в употребите на политическа реч на враждебност и по-рядко „избухва“ в същински език на омраза.

Говорители



Фигура 3. Централни говорители на език на омраза: общи данни за „Уикенд“, „Галерия“ и „Шоу“ (септември-ноември 2015).

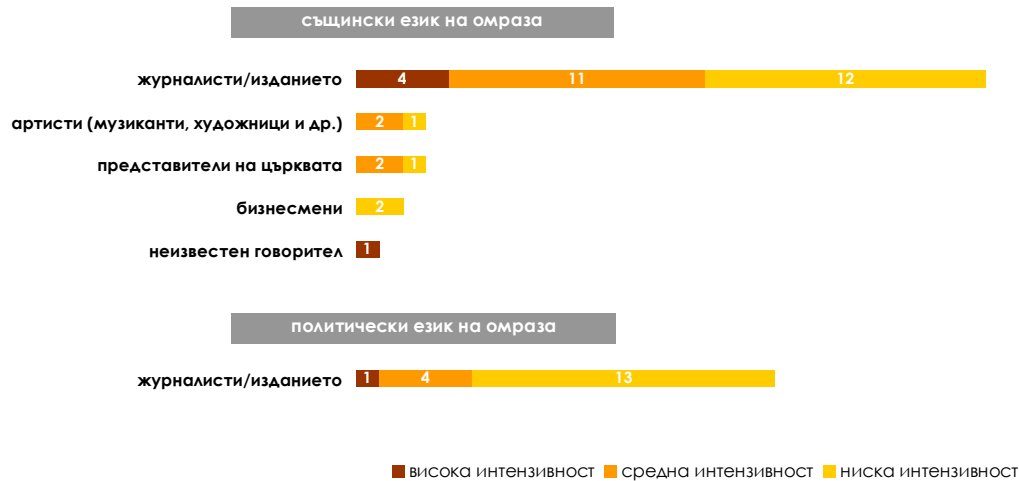
В преобладаващата част от регистрираните казуси носителите на реч на омраза са самите журналисти – впечатляващите 73% от общия масив. Това е ясен знак, че езикът на омраза е плод на целенасочена редакционна политика.

На второ място се нареждат групите на политиците и на артистите (художници, музиканти), на които изданията дават трибуна като редовни колумнисти или в интервюта – с по 8%.

¹ Виж анализа за жълтата преса в контекста на предизборната кампания в доклада на Фондация „Медийна демокрация“ [Медиян мониторинг: Избори 2015](#).

"Уикенд": говорители на език на омраза, интензивност

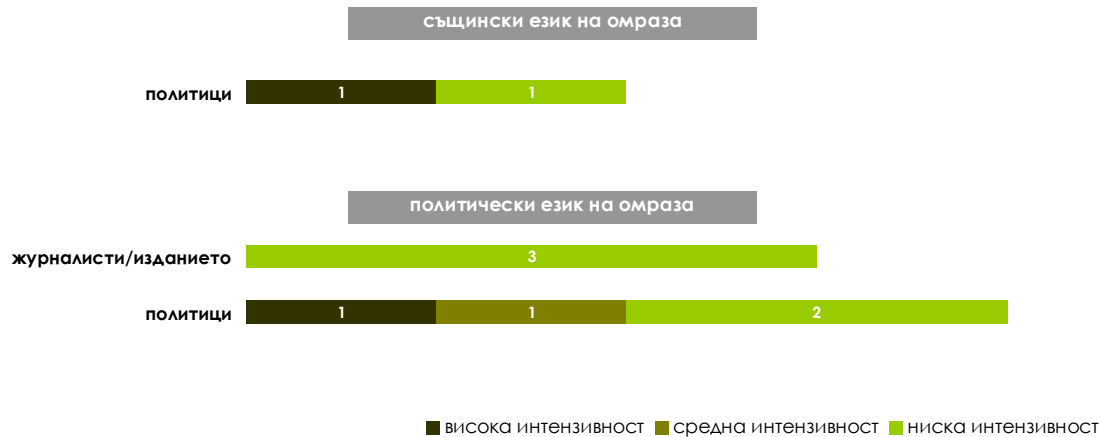
(септември-ноември 2015)



Фигура 4. Езикът на омразата във в. „Уикенд“ според говорителите и интензивността. Данните са в брой употреби.

В полето на същинския език на омраза вестник „Уикенд“ разширява редакционната си политика, като дава думата или преразказва мнението на допълнителен кръг субекти, проводници на дискриминираща реторика. Ситуацията с политическия език на омраза е по-различна – той се инициира единствено от страна на журналисти, без да се ангажират допълнителни говорители. Като цяло, журналистите в най-голяма степен изразяват език на омраза с висока интензивност.

"Галерия": говорители на език на омраза, интензивност
 (септември-ноември 2015)

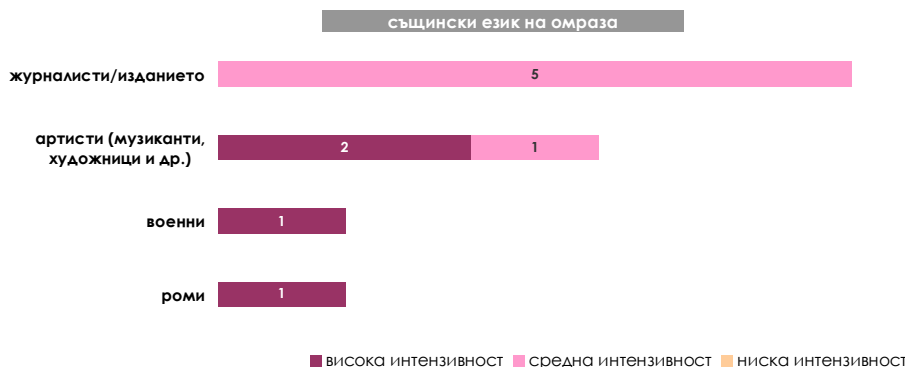


Фигура 5. Езикът на омразата във в. „Галерия“ според говорителите и интензивността. Данните са в брой употреби.

Реториката на нетърпимост във в. „Галерия“ се поражда изцяло в репертоара на журналистическо-политическото говорене. Доминира езикът на омраза с ниска интензивност, но не липсват и единични случаи на враждебност с висока интензивност.

"Шоу": говорители на език на омраза, интензивност

(септември-ноември 2015)



Фигура 6. Езикът на омразата във в. „Шоу“ според говорителите и интензивността. Данните са в брой употреби.

Журналистическите употреби на реч на омразата във в. „Шоу“ са изцяло в регистъра на средната интензивност. В сравнение с другите две издания, „Шоу“ в най-голяма степен „внася“ дискриминационна реч с висока интензивност през външни говорители – лица, чиито позиции изданието представя в интервюта.

В плана на обобщение за трите издания, политиката на поднасяне на послания на враждебност през външни за медиите субекти включва следните по-важни гост-агитатори:

- Артисти, музиканти, художници – чрез тях езикът на омразата получава важна емоционална легитимност. Изразяването на нетърпимост от страна на хора на изкуството, традиционно възприемани в позитивна светлина (чувствителни, толерантни, добронамерени), провокира съпричастност и симпатии към мнението на говорителя.
- Представители на православната църква – те дават израз на религиозна консервативност и морално оправдание за осъдителното отношение към различните.

- Военни – мнението им се разпространява като експертно в контекста на проблема с бежанската криза в Европа. Гледната им точка се тиражира като авторитетна, достоверна и самодостатъчна.

В повечето случаи, независимо дали авторът на посланието е журналист или друга фигура, изданията се стремят допълнително да „разкрасят“ негативните внушения, да ги подсилят и да ги направят по-видими. За целта вестниците прибегват до типични за жанра инструменти – емоционално въздействащи заглавия и подзаглавия, удивителни знаци, редакторски акценти върху най-остро звучащите части от мнението, включително чрез пренареждане на оригиналната лексика и засилване на експресивните нюанси. Важна роля играе и визуалният фон – снимките и колажите, заедно с обяснителния текст под тях, внасят втори пласт враждебност, която понякога е дори по-категорична от тона на основния текст. От значение са и журналистическите въпроси – чрез тях интервюиращият може да съучаства в дискриминационното говорене и да подстрекава изразяването на омраза:

- *Вальо, все още ли ходиш въоръжен в квартал „Орландовци“, където живееш?*

...

- *Докато детето ти е било малко, също си имал набези от тяхна страна – какво се случи тогава?*

...

- *Виждам, че си озверял, значи е имало и други случаи на агресия спрямо теб и семейството ти?*

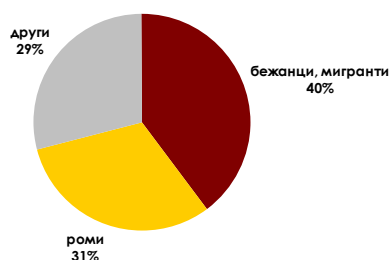
...

- *Твърдиш, че ако ромите се образуват, те няма да фокусират енергията си в работа, а ще крадат още повече?*

(Интервю с художника Валентин Бинчев относно отношението му към ромите, „Шоу“, 28.10.2015 г.)

Обекти

Същински език на омраза: обекти

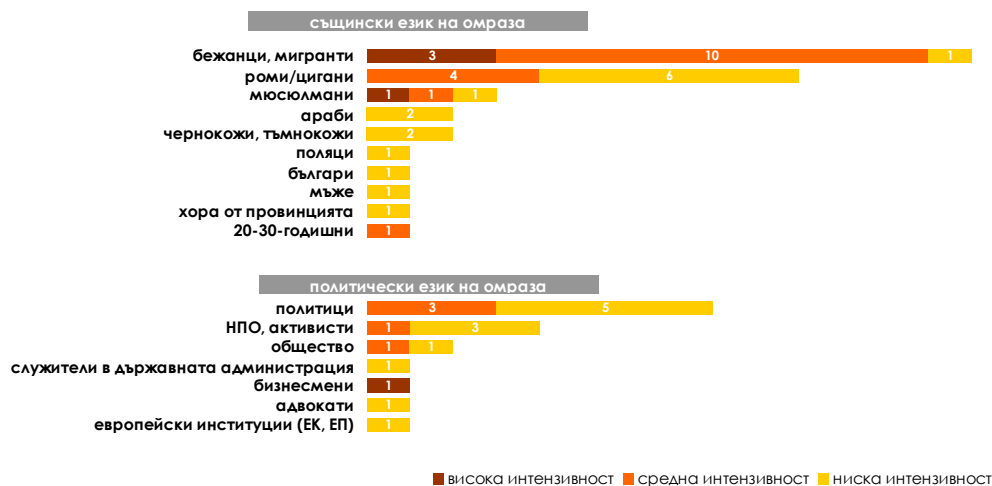


Фигура 7. Централни обекти на същински език на омраза: общи данни за „Уикенд“, „Галерия“ и „Шоу“ (септември-ноември 2015).

Речта на омраза в наблюдаваната жълта преса е насочена основно към две „мишени“ – бежанците и мигрантите (40% от общия масив) и ромите (31%). Налице е известна разлика в политиките на отделните издания. „Уикенд“ и „Шоу“ фокусират негативизма си най-често върху мигрантите, докато през наблюдавания период „Галерия“ е по-остър спрямо ромите.

Уикенд

"Уикенд": обекти на език на омраза, интензивност
 (септември-ноември 2015)



Фигура 8. Обектите на език на омраза във в. „Уикенд“. Данните са в брой употреби.

„Уикенд“ предлага богата палитра от обекти на език на омраза – общо 17 категории (10 вида обекти на същински език на омраза и 7 категории в обхвата на политическото слово на омраза).

Най-голямата група – на бежанците и мигрантите – акумулира 14 употреби на език на омраза на страниците на изданието. По-голяма част от употребите са със средна интензивност (10), но не липсват и примери за висока интензивност (3). Обект на нетърпимост в най-висока степен са и мюсюлманите, като те обикновено споделят общо поле на означаване заедно с бежанците и мигрантите. Разпознаването като „араби“ също попадат в този контекст. Информационната рамка, която обгръща негативизма спрямо тези групи, препраща към бежанската криза в Европа. Речта на омраза спрямо тях се генерира постоянно през наблюдавания период, но най-мощната вълна на словесна нетърпимост се надига след терористичните актове в Париж.

Втората по големина група във в. „Уикенд“ са ромите – регистрирани са 10 примера за употреба на език на омраза спрямо тях. Медийното рамкиране на ромите включва вече наложилите се като обичайни практики на пренебрегване на етичните стандарти и етнизирание на криминална информация, както и мултиплицирането на образи, представящи ромите в унижителна светлина.

Така например журналистът Кеворк Кеворкян често прибегва до клеймото „цигания“, за да принизи политици и процеси в страната.

Допълнителни случаи на изразена омраза, предимно с ниска степен на интензивност, са налице спрямо тъмнокожи, българите, мъжете, жители от провинцията, младите хора. Характерното за тези групи е, че те фигурират не толкова като самостоятелен обект на омраза, а като реципиенти на множествен език на омраза – визиращ едновременно няколко обекта.

Примери за същински език на омраза във в. „Уикенд“:

Висока интензивност:

Прииждащите орди са като сухопътна операция на исляма срещу Европа, а нашите лидери седят и стихоплетстват за правото на убежище на подгонените от войната в Сирия... Смеш-ни-ци!

... любимите им орди полуграмотни диваци, радикализирани ислямисти, които нахлуха и объркаха живота на всички ни. Роицето на нелегални емигранти вече стана известно на всички с изстъпленията си по пътя към съкровищата на Западната цивилизация. Тези пълчища от млади мъже идват насам, за да се насадят непоканени на богатата европейска трапеза. Да грабят, изнасилват и покоряват света, за който бленуват от малки.

... Ние като нация нямаме същото биологично предимство – големи военни набори от млади мъже на същата възраст, които да се противопоставят, когато тия орди започнат да превземат опразнените села и да се заселват в изоставените селски къщи.

... единствените, които ефективно могат да се противопоставят на опасността по места, са само ловците...

... една епидемия от чума или някоя друга зараза, която като екстра ще ни докарат тия орди и сме – чао!, и като нация, и като държава...

(Нора Стоичкова, 21.11.2015 г.)

Средна интензивност:

Многобройни примери в коментарите на Георги Атанасов на етиктиране на мигрантите като „мигранти“ [в кавички], *пришълци, орди*.

Ниска интензивност:

Цигани превзеха къщата на Райна Княгиня

...Домът на легендарната Райна Княгиня е на път да се превърне в буренясало свърталище на друсани и пияни цигани, които гордо паркират коне и каруци в двора ѝ в столичния квартал „Банишора“.

...Ромите задоволяват първичните си нужди в двора на байрактарката.

(Дани Златанчева, 31.10.2015 г.)

Политическият език на омраза в изданието също е едновременно разнообразен и множествен. Най-често във фокуса на враждебността попадат политиките (8 употреби) и гражданските организации и активисти (4). Остротата към тези групи е с ниска и средна интензивност. Не липсват и принизяващи окачествявания на обществото като цяло. В единични случаи под словесните удари на омразата попадат държавни служители, адвокати, бизнесмени, Европейския парламент и Европейската комисия. Характерно за политическия език на омраза е, че той често черпи вдъхновение и лексика от същинската реч на омраза. Така например коментаторът Георги Атанасов „ражда“ експресивните словосъчетания „„джихадистите‘ изровили жълтите павета“ и „зомбиран талибан от жълтите павета“ (по отношение на граждански и политически групи).

Примери за политически език на омраза във в. „Уикенд“:

Кой превърна морето на България в селски клозет?

...Вие, които застроявате бреговете ни, сте най-прости, смърдящи селяни, орки, хлебарки, червеи някакви...

...под-човеци с милиони в банките. Вие сте под-човеци. Subhumans.

...Заслужавате кървава баня. Революция. Заслужавате главите ви да се търкалят по площадите и да висите по бесилки из цяла България.

(Милена Фучеджиева, 5.09.2015 г.)

Безгръбначни амеби

Българските политици са мекотели, отличници в слугунажа

(Георги Атанасов, 26.09.2015 г.)

...в нито една друга държава не съществува толкова креслива и продажна „Пета колона“, обслужваща антидържавността. Дежурните помияри на хранителна верижка се разлаяха като кучета пазачи на открит паркинг след драмата край Средец.

(Георги Атанасов, 24.10.2015 г.)

Галерия

"Галерия": обекти на език на омраза, интензивност
 (септември-ноември 2015)



Фигура 9. Обектите на език на омраза във в. „Галерия“. Данните са в брой употреби.

Кръгът от обекти на език на омраза на страниците на в. „Галерия“ е много по-стеснен, отколкото във в. „Уикенд“. Обектите на враждебност в „Галерия“ попадат в радара на добре прицелена националистическа реторика за разлика от по-широкоспектърната нетърпимост във в. „Уикенд“.

Въпреки че регистрираме минимални употреби на същински език на омраза във в. „Галерия“, част от авторите в изданието често спекулират с устойчивите стереотипи за ромското малцинство и поддържат фонов негативизъм, който остава на ръба на езика на омразата. В по-редки случаи през тримесечието подобна завоалирана враждебност наблюдаваме и по отношение на мигрантите. Това е само по себе си интересно явление, при което едностранчивото, системно и тенденциозно поддържане на негативен образ води до акумулиране на латентна омраза.

Пример за същински език на омраза във в. „Галерия“:

... Ами не са българи. Може и да са български граждани, но не са българи. Цигани са.

... срещу които „малцинствени“ самоопределения настояват да получават социални, майчински, енергийни и прочее помощи, изтръскани от отънелия джоб на българина.

Отделно настояват, че „самоопределенето“ им като „не-българи“ в България им дава „ексклузивното“ право да строят незаконни коптори, където и когато си поискат, да не плащат ток, вода и прочее задължения, да си „берат“ където и каквото им скимне по дворове, мазета и тавани, основно от самотни възрастни хора по малките населени места или по границите на гетото, бъдещи фронтови линии на задаващата се гражданска война.

Когато обаче отидат да крадат, просят и проституират в Западна Европа, изведнъж се превръщат от „роми“ в „българи“. Веднага забравят всичките си претенции и размахват българските си лични карти. Това е и една от причините гражданите на много европейски градове, страдащи от циганската престъпност, да си мислят, че столицата на България е Сливен, а българите са черни, необразовани, мръсни престъпници, крадци, просяци, проститутки. Или масови убийци, какъвто е последният случай с трафикантите, задушили десетки хора в каросерията на камион.

...Прави ми впечатление, че когато има такъв сблъсък, винаги отнякъде се „появява“ бременна циганка, която ражда преждевременно.

Не че ги няма. Повечето между 11 и 14 години. Ма какво да правиш – това било циганска традиция. А аз наивно си мислех, че това е педофилия и е престъпление. Чел съм го някъде, мисля, че в Наказателния кодекс.

... Три епизода от циганската есен, която е на път да се превърне в циганска зима на българската нация. Дали ще го допуснем зависи само от нас.

(Ангел Джамбазки, 2.09.2015 г.)

Този разширен цитат илюстрира както въпросната тенденциозност и едностранчивост на внушението, така и ескалацията на привидно логическия критицизъм в дискриминираща реторика. Подобно послание съчетава елементи от трите нива на враждебност – ниска интензивност (културни стереотипи в унизителен контекст), средна (обвинения за негативно влияние върху обществото) и висока (пряка дискриминация и призивност).

Политическият език на омраза играе важна роля в коментарната журналистика на изданието. Подсилването на агресивния колорит чрез словесни удари под кръста на практика деформира културата на политическа критика. Освен това, политическият език на омраза в „Галерия“, за

разлика от същинската реч на омраза, до голяма степен е разфокусиран. Обикновено той е множествен, като размива в репертоара си широк набор от врагове – либерални политици, десни политици, управляващи политици, европейски политици, неправителствени организации, правозащитници.

Примери за политически език на омраза във в. „Галерия“:

Висока интензивност:

... От три дни гледам как всякакви „литератори“, „музиковеди“, „пиари“ (!) и прочее кавали, а иначе презрени турски мекерата, кириак-стефчовци и обикновени подлоги се плюнчат по телевизорите и се опитват да ни изнасят музикални, фолклорни, балкански и прочее беседи.

... Да напомним ли какво е кръвен данък? На всички мерзавци, отричащи турското робство.

Днешните български подлоги на ДПС не са еничари. Никой не ги е отнел от родината им. Никой не ги е накарал насила да плюят на род, Родина и произход. Те са доброволци. ... Хранят се с остатъците от софрата на агите. С мърша. ...Изпитвам към тях само отвращение и презрение.

(Ангел Джамбазки, 30.09.2015 г.)

Средна интензивност:

Към всички импотентни либерални лицемери и мекотели: Във война сме бийте се!

Молете се бе. Вероятно лицемерните ви молитви ще спрат куршум от АК-47, насочен към пълните ви с либерални и толерантни фъшкии глави.

... Безсмислени, жалки и несползвани лицемери. Политически мекопиши мекотели.

(Ангел Джамбазки, 18.11.2015 г.)

Ниска интензивност:

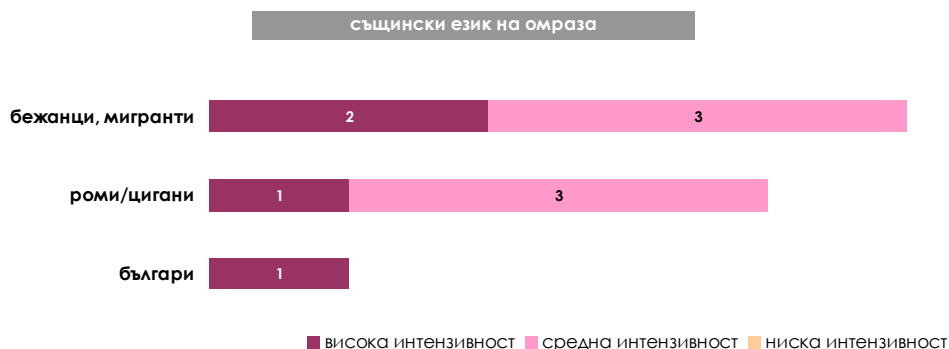
Ясно е, че психодясното у нас ще изжива от възторг пред всеки такъв текст, защото тази прослойка така и не беше задължена със закон да си пие хапчетата.

(Александър Симов 2.09.2015 г.)

Шоу

"Шоу": обекти на език на омраза, интензивност

(септември-ноември 2015)



Фигура 10. Обектите на език на омраза във в. „Шоу“. Данните са в брой употреби.

Макар че проявите на език на омраза във в. „Шоу“ са относително ограничени, те достигат високи степени на интензивност. Седмичникът има две ясни „мишени“ – мигрантите (5 употреби) и ромите (4). Динамиката на интереса към тях се засилва в информационния контекст на три от най-рисковите събития за периода на наблюдение: изборите за местна власт, убийството на афганистанския мигрант край град Средец, терористичните актове в Париж.

От наблюдаваните седмичници „Шоу“ най-видимо експлоатира речта на омразата за целите на сензацията. Изданието успява да генерира ярки примери, които излизат от рамките на вестника и се мултиплицират в други медии. Публикациите се популяризират преди всичко в онлайн средата – основно през близкия до „Шоу“ информационен сайт БЛИЦ.

Именно на страниците на „Шоу“ Костадин Георгиев, известен като певеца Коцето Калки, произведе твърдението, че „стотици ислямисти са нахлули в България!“. Интервюто с музиканта беше препечатано от редица медии, а Коцето Калки се позиционира в нова публична роля, включително в национален ефир – като коментатор по проблеми на националната сигурност.²

² Виж [участието](#) на Костадин Георгиев в сутрешния блок на Нова телевизия „Здравей България“, 19.10.2015 г.

Примери за същински език на омраза във в. „Шоу“ (висока интензивност):

Коцето Калки: Стоотици ислямисти са влезли в България!

...И това всъщност е най-страшното нещо – че има хора, които желаят да подменят и претопят населението на България с пришълци, които нямат никакво отношение към тази страна и тази земя. Това са хора, които никога няма да направят нещо креативно тук.

... Дойдат ли нашествениците, пришълците, да ги наречем така, всичко крехко и ценно, което сме завювали, ще започне да се разпада. Техният стимул е да изкопчат каквото могат от Европа, респективно - България, и да живеят на неин гръб и да правят мизерии. И по-страшното е, че не са малко онези от тях, които са подготвени и мотивирани да воюват, и просто чакат сигнал от „Ислямска държава“. Може би сте чели призива на онзи имам, който каза: „Идете и се разплождайте в европейските страни, защото това е начинът Аллах да проникне там!“. Тоест, тяхната идея е да започнат постепенна подмяна на населението и да се опитат да се внедрят дори и в нашите гени!

... незабавно да се подходи към изграждането на стабилна стена по границата ни, а освен това да се изпрати достатъчно голям военен контингент, който да охранява границата от нелегални и всякакви други имигранти.

(Интервю с Коцето Калки, 30.09.2015 г.)

Полк. Ангел Тюфекчиев: Вълкан Хамбарлиев е трябвало да убие поне още трима! Третата световна война вече е факт, тя е в разгара си ... Българските граници, националната сигурност на страната, се отстояват с оръжие!

(Интервю с полк. Ангел Тюфекчиев, 21.10.2015 г.)

В кв. „Лозенец“ на 4-ия етаж бяха влезли двама цигани, които видях надвесени над леглото на 5-месечната ми дъщеря. С една тухла съм ги бил по стълбите чак до улицата. Това беше преди трийсетина години. Но до ден-днешен едно и също се повтаря...

*...Един ден към 14 ч. се прибирам в къщата и гледам трима цигани крадат в двора...
Извадих пистолет и започнах да стрелям по тях.*

...Всеки, който е завършил средно образование, по конституция задължително трябва да притежава оръжие, с което да защитава своя живот и живота на своето семейство.

(Интервю с художника Валентин Бинчев, 28.10.2015 г.)

В интервюто с Валентин Бинчев като акцент е изведен и език на омраза към българи от страна на цигани – похват, който служи да оправдае и допълнително да подсили централната линия на изразена нетърпимост:

Най-едрият извади нож от някакво заострено ръждиво желязо и каза:

*„Ще те заколям, да ти е*а майката българска!“*

В заключение: илюзията за „нещата с истинските им имена“

Водеща претенция и на жълтата преса и на политически некоректния език, чиято крайна форма е речта на омразата, е, че казва и показва нещата с истинските им имена. Стратегиите на употреба на език на омраза в наблюдаваните седмичници обаче демонстрират несъстоятелността на тази идеологията.

Първо, езикът на омразата се конструира на принципа на преувеличението. Той радикализира представите за явления и процеси. Създава картини на катастрофичност в определен социален план, определя дадена група като носител на вината и съответно като враг и предлага крайно и опростенческо решение – елиминиране на врага. Илюстрация на тези схема на медийно рамкиране е образът на мигрантите, които, както видяхме от данните, са централният обект на език на омраза в актуалния дневен ред на таблоидния печат. Водеща стратегия на тяхното представяне е през режим на прогнозиране, в бъдеще време – ще завладеят Европа, ще ни

заличат демографски, ще настъпи апокалипсис. Колкото повече онагледяване се влага в картината на завладяване, толкова по-драматична и ужасяваща е тя:

когато тя орди започнат да превземат опразнените села и да се заселват в изоставените селски къщи [...] фасулска работа е да го вдигнеш във въздуха [някой мол в София] или да избиеш цели семейства с децата им, отишли на организирани представления за деца през уикенда...

(Нора Стоичкова, „Уикенд“, 21.11.2015 г.)

Второ, пресечена точка между жълтото и езикът на омраза обикновено е търсенето на сензация, която медиите да капитализират. Тази комерсиализация на омразата, от своя страна, води до погаване на базисни журналистически норми и до публикуване на непроверена, непроверима, дори и невярна информация. Така например широко се спекулира с вноса на тероризъм през бежанската вълна. Разпространяват се данни за стотици ислямисти в България (виж цитираното интервю с Костадин Георгиев – Калки), за хиляди терористи в Европа („Полк. Николай Марков: 12 000 суперобучени терористи влязоха в Европа с бежанците“, „Шоу“, 7.10.2015).

Трето, отдаден на означавеното и етикирането, езикът на омразата размива означаваното. Генерализациите, говоренето на едро съвсем не назовават нещата с истинските им имена. Кой точно са „политически мекопишите мекотели“ или „джихадистите от жълтите павета“, не става ясно. Наблюдаваният политически език на омраза често реферира към множествен гражданско-политически субект, чийто силует разбираме, че е либерално-дясно-нпо-американоповлиан-правозащитноориентиран-медийноизмежарски. В подобни случаи очертаването на точни контури изисква аргументи и конкретика, които обаче биха туширали ефекта от етикета и биха натоварили говорителя с допълнителна отговорност.

Всичко това влошава качеството на медийния плурализъм. Независимо от симпатиите или антипатиите си към определени политически фигури, медиите, които инструментализират езика на омразата, споделят общи комерсиални и идеологически ценности. В крайна сметка солидарното превръщане на омразата в атракция консервира проблемите, които адресира подобно говорене, в състояние на неразрешимост.

Този текст е част от „Медиите и езикът на омразата (септември-ноември 2015)“ – доклад на Фондация „Медийна демокрация“ в рамките на проект „От предразсъдъци към нетърпимост: обхват и превенция на езика на омразата в България“.

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.