

*Семинар*

**Противодействие на хибридните заплахи:  
чуждо влияние и дезинформация**

15 юни 2022 г.

Д-р Тодор Галев, директор по научната дейност, Център за изследване на демокрацията

Бих искал да споделя някои заключения и наблюдения за разпространяването на дезинформационни и пропагандни наративи, идващи от чужбина и обслужващи чужди интереси, които са част и от работа на Центъра в тази област след 2016 г.

Нека се фокусираме върху руската дезинформация и пропаганда, въпреки че подобни методи и канали използват и други държави, като напр. Турция, Китай и др. Това, което установяваме през годините е, че когато ново съдържание бъде публикувано в руски източници, то се разпространява в българските онлайн медии, вкл. социалните, в рамките на 24 – 72 часа. Започва със разпространение в социалните мрежи или малки информационни сайтове. След това се разпространява от регионалните медии. На този етап, националните медии го споделят, за да не изостанат. Една новина, публикувана във руски източник, се споделя в стотици медийни сайтове в рамките на няколко часа. Основните механизми на разпространение са:

1. Автентично споделяне – хора вярват в това, което се публикува
2. Координирани, платени действия – тролски фабрики
3. Дейност на координирани групи, които споделят, защото са убедени в истинността на тези наративи.

Множество признаци свидетелстват, че става дума за координирани действия – например новина, публикувана в руски източник през нощта по българско време, се споделя в рамките на час-два от няколко десетки малки „новинарски“ сайта, т.е. сайтове, които не са официални медии, но претендират да са новинарски. Няма друго обяснение, освен че тази дейност е координирана, за да се обясни защо „екипите“ на тези сайтове работят и през нощта.

В България има и значителен брой фирми, които предлагат услуга, която понякога наричаме „фабрики за тролове“, като те се ползват не само за разпространение на чужда политическа пропаганда, но и за политически цели на партии или лица в страната, дори и за бизнес цели. В същото време се ползват и услуги на ситуирани извън България тролски фабрики. Такъв пример е разследването на тролска фабрика в Северна Македония, която обслужва българския „пазар“.

За разлика от САЩ и някои страни в Европа, където голяма роля играят и автоматизирани системи и компютърни ботове, в България това е по-рядко срещано и се прави от хора. Една от причините е вероятно по-евтината работна ръка. В много от случаите тези фирми или мрежи нямат офиси, а работят „от вкъщи“.

Сериозен проблем е и липса на законови критерии за установяване и прозрачност на собствеността на медиите и източниците на информация. При около 300 – 350 активни информационни сайта е трудно да се определи кой от тях е регистриран като медия и кой е „новинарски“ сайт.

Борбата с дезинформация в България е много трудна заради социалната история и културните връзки с Русия и спецификата на развитието на нашето общество. Усилията от страна на държавата са скромни.

Наблюдават се и много примери, когато дезинформацията формира политически решения.