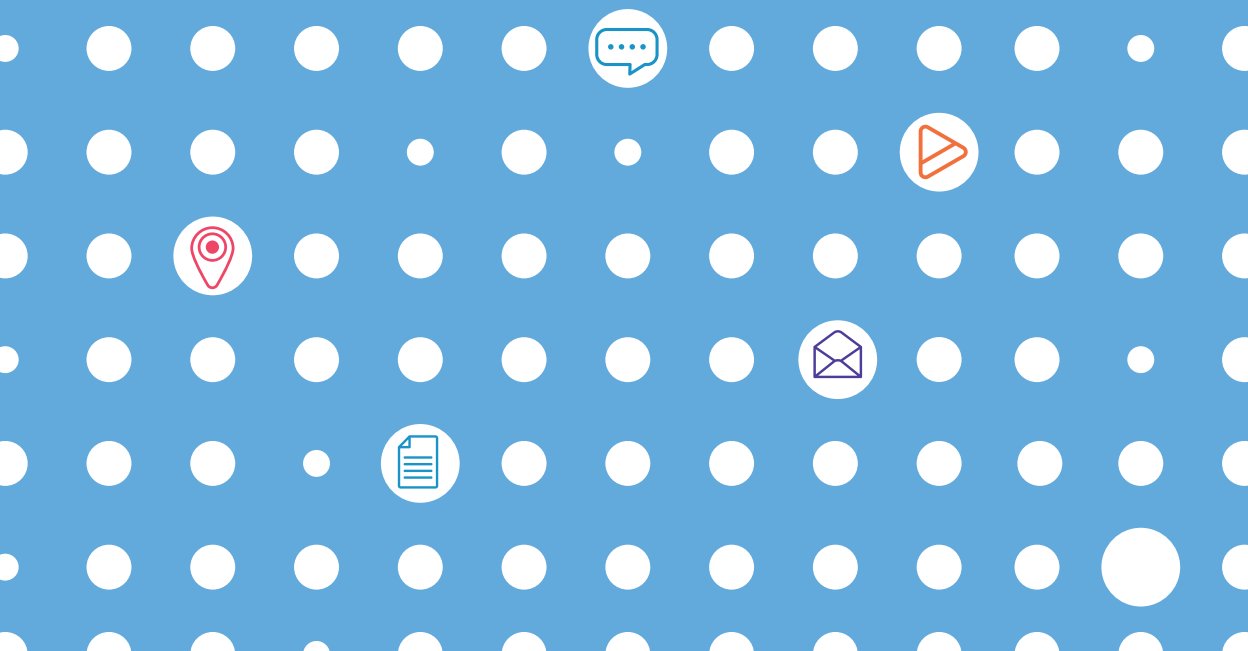
Грижа за истината

Срещу фалшивите новини и антиромската дезинформация

РЕЗУЛТАТИ ОТ КАЧЕСТВЕНОТО ПРОУЧВАНЕ В РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ – ОКОНЧАТЕЛЕН ДОКЛАД



В рамките на проекта, като първа стъпка за откриването на актуалните потребности на ромските общности, беше проведено качественото проучване „Медийни и онлайн наративи, фалшиви новини и тенденции за дезинформация, засягащи ромите в България“. Проучването имаше за цел да разбере по-добре враждебната връзка между медиите и ромските общности в България, като идентифицира компонентите, с които тя се проявява. Поместеният тук текст представлява съкратен вариант на детайлния Доклад от качественото проучване[1] и описва основните канали, похвати и проявления на антиромските наративи, митове и образи в България. Проучването е базирано на качествени данни, събрани на два етапа. Първият етап се състои от кабинетно проучване, целящо да идентифицира най-важните онлайн и медийни канали за разпространение на антиромска враждебност и наративите, чрез които тя се популяризира.

Втората фаза от изследването се състои от фокус-групови дискусии с роми и цели да отчете влиянието на антиромските медийни и онлайн наративи и послания върху самите ромски общности. 11 фокус групи бяха проведени онлайн през юли и август 2020 г. с представители на ромските общности от 10 различни населени места в България (Лом, Монтана, Септември, Нови пазар, Пловдив, Сливен, Ямбол, Видин, София и Разлог). Респондентите във фокус групите, включват активисти, ромски медиатори, ромски лидери, ромски младежи, ученици от смесени и сегрегирани училища и обучители. Включени бяха респонденти с различен профил, отразяващ разнообразието на ромските общности по признаците произход, статус, етнокултурна и религиозна принадлежност, нива на образование, пол, възраст, самоидентификация, език, доходи и различна степен на включеност в микро- и макроикономическите процеси в България. Анализът отговаря на три основни въпроса: Кои са основните характеристики на ефективните канали за антиромска дезинформация? Какво е влиянието на антиромските наративи върху ромските общности? Каква е връзката между антиромската дезинформация и нагласите на ромските общности към интеграцията и автосегрегацията?

1. Пълен текст на доклада е публикуван онлайн на български и на английски език: https://cega.bg/wp-content/uploads/2021/05/CARE-4-TRUGH-Qualitative-Study-report-CSD_final-BG1.pdf и https://cega.bg/wp-content/uploads/2021/05/CARE-FOR-TRUTH-Qualitative-Study-Report_CSD_final-EN1.pdf и https://csd.bg/bg/publications/publication/media-and-online-narratives-fake-news-and-disinformation-trends-in-relation-to-roma-in-bulgaria/

КОНТЕКСТ

Проблемът със системната дискриминация на ромското малцинство в България е последователно извеждан на преден план при опитите за промяна в политическите подходи и в регулативната рамка по въпроса с интеграцията и равноправието на етносите. Ромската общност е била постоянен обект на системно изключване и всекидневни актове на насилие, мотивирани от етническа омраза (Council of Europe, 2020:11). Расисткият характер на обществените и политически дискурси в България често са били критикувани в Европейската Комисия. Расизмът и нетолерантността са определяни като един от основните двигатели на непрекъснатите антиромски нагласи в страната (Council of Europe, 2014:15-16). Наскоро последният доклад на Комисаря по правата на човека към Съвета на Европа след посещението ѝ в България през ноември 2019, потвърди установената негативна тенденция, отчитайки високия брой на престъпления от омраза и преобладаващата реч на омразата, най-вече насочена към ромската общност (Council of Europe, 2020:4). Предишно изследване на Центъра за изследване на демокрацията (Центъра) и Фондация Приложни изследвания и комуникации (ARC Fund)[2] показва не само, че речта на омразата и враждебността към ромите е най-популярната и общоприета форма на изключване от обществения и гражданския живот, но и че именно към тази малцинствена група са проявени най-високите нива на предразсъдъци от младежи в социалните мрежи.

Речта на омразата се среща се в масовите медийни канали, както и в социалните мрежи (Даскалова, 2015:2). Тя е превърната в „нормалност" чрез честата употреба от потребителите на социалните мрежи, политическите коментатори, експерти и дори уважавани и смятани за безпристрастни журналисти и водещи на новини (Даскалова, 2015:2). Предишни изследвания показват, че новинарските дискурси в традиционните печатни и телевизионни медии поддържат и затвърждават тенденцията на структурното изключване на ромското малцинство (Bahar, 2018).

Медийният фокус в печатните периодични издания е изградил образа на ромите в България около представата за „другия", която се осланя на митове за ромската престъпност, за вродената примитивна природа на ромите, на твърдението, че ромите източват националните и европейските ресурси и на „демонизацията" на определени членове на ромското малцинство (Инджов, 2012:25-30). Ромите остават най-негативно представяната малцинствена група в България (Спасов, 2017:13).

Тези идентифицирани негативни медийни тенденции в представянето на ромското малцинство в България и тяхната открита обвързаност с дискри-

2. Тези заключения са очертани в непубликуван доклад, разработен от Центъра за изследване на демокрацията за целите на проекта YouthRightOn, финансиран от Фонд за Вътрешна Сигурност на Генералната Дирекция по Миграция и Вътрешни Работи на Европейския съюз. Докладът е базиран на проучване чрез смесен метод на тема устойчивостта на младежите срещу крайнодесни екстремистки съобщения онлайн. Тези заключения са извлечени от данни, събрани чрез кабинетно проучване, количествен анализ (чрез детайлен въпросник) и качествен анализ (чрез фокус групи).

минационни нагласи и практики, са съчетани и с изключително ниски нива на докладване на случаи на дискриминация[3] от българските роми (EU-MIDIS II:29). Изглежда, че е много по-малко вероятно ромите в България да докладват за случаи, в които са преживявали дискриминация или да определят конкретно поведение като дискриминативно спрямо тях (EU-MIDIS II:49). Тези тенденции може да идват от възприятието на ромите, че „нищо не би могло да се случи или да се промени в резултат на докладването на случай на дискриминация“[4] , което е белег за системно съмнение в наличието на социална солидарност и уважение към човешките и гражданските права.

Също така, този резултат би могъл да означава, че самите роми трябва да бъдат допълнително образовани да разпознават и да се противопоставят на дискриминацията и враждебните медийни и онлайн практики, насочени срещу етническите малцинства в България. Проектът ГРИЖА ЗА ИСТИНАТА адресира тази конкретна цел чрез обучения и образоване на ключовите играчи на промяната: активисти и медиатори от ромските общности, застъпници и образователни специалисти. Стремежът към мултиплициращ ефект от увеличаването на осведомеността и овластяването на ромите е основополагащ за по-широкия структурен процес на противопоставяне на дискриминацията и антиромските настроения и реторики.

Понятия и определения

Качественото изследване анализира основните елементи и характеристики на разпространяваната от медиите антиромска враждебност в България. Към темата е подходено през рамката на структурния антиджипсизъм. Той се състои не само от индивидуалните прояви на предразсъдъци, но включва също и институционализираните и/или скритите вътрешни разбирания за по-малоценното положение на ромите спрямо етническите българи. Този доклад използва пет главни определения и понятия: антиджипсизъм, медийна враждебност, реч на омразата, фалшиви новини и дезинформация.

Антиджипсизъм. Докладът използва работното определения за антиджипсизъм, разработено от Алианса срещу антиджипсизъм, който дефинира понятието като „исторически конструиран, постоянен комплекс от обичаен расизъм срещу социални групи, идентифицирани под стигмата „циганин“ или други свързани термини и включва: 1) хомогенизирано и същностно възприемане и описание на тези групи; 2) приписването на специфични характеристики на тези групи; 3) дискриминиращи социални структури и насилствени практики, които възникват на основата на това, водят като резултат до унизяващо и изключващо поведение и възпроизвеждат структурни препятствия.[5]“ (Alliance Against Antigypsyism, 2017:5).

3. Българските роми са с най-нисък процент на докладване за изпитана дискриминация, „базирана на етнически произход“ сред европейските държави с 19%. За сравнение, най-високите проценти са в Португалия (61%), Гърция (41%) и Хърватия (42%).
4. 66% от българските роми използват този аргумент като обяснение за недокладването на случай на дискриминация при кандидатстване за работа (EU-MIDIS II:49).
5. Официален превод на понятието, разработен при изграждането на Алианс против Антиджипсизма, версия юни 2017 г.

Проявленията на антиджипсизъм включват, но не се изчерпват до: престъпления от омраза, насилие основано на етническа принадлежност, реч на омразата, както и по-прикрити практики на използване на обидни термини, груб език и стигматизиращи действия. Антиджипсизмът не е изцяло личен предразсъдък. Това е системно проявяваща се взаимозависимост между институционалната изключеност и всекидневните практики, които я съпътстват и по този начин я легитимират и нормализират в ежедневния живот, като същевременно ѝ осигуряват трайно място в обществените нагласи.

Медийна враждебност. Това изследване определя медийната враждебност като налагането на негативни наративи, основани на враждебни митове и образи на ромите. Медийната враждебност е един от избраните за наблюдение компоненти на антиджипсизъм, защото служи за съхранението и пресъздаването на етническата враждебност. Антиромската природа на медиите в България превръща в „нормалност" установените практики по етническо изключване, дискриминация и предразсъдъци към ромите, чрез създаване и акцентиране върху по-фините (и по-грубите) междугрупови разлики между мнозинството и малцинството. Враждебните медийни наративи потвърждават враждебните всекидневни настроения и ги свързват във всеобхватна идеология на етническо различаване. Медийната враждебност използва класическия наратив „ние срещу тях", за да дефинира и зададе отношенията между ромското малцинство и мнозинството от етническите българи. Двете съпоставяни групи са обрисувани в крайностите – едните са изцяло добри, а другите – изцяло лоши.

Проявленията на медийна враждебност спрямо ромите включват и публично разпространение на реч на омразата и на фалшиви новини, насочени спрямо ромското малцинство, които водят до обща дезинформация, както сред мнозинството, така и сред малцинствените групи. Медийната враждебност също включва и по-прикрити проявления на предразсъдъци (Tolsma, 2009:148) и системен антиджипсизъм като деградация, осмиване и обиден език, които биха могли да бъдат представени като нормални, за да служат на целите на налагането на етнически различия и нетолерантност.

Реч на омразата. Най-общоприетото определение на реч на омразата, което се използва за анализирането на този феномен на практика, идва от Съвета на Европа и дефинира понятието като „всички изразни форми, разпространяващи, подбуждащи към, улесняващи или оправдаващи расовата ненавист, ксенофобията и антисемитизма или други форми на ненавист, основани на нетолерантност, включително: нетолерантност, афиширана като агресивен национализъм и етноцентризъм, дискриминация и враждебност срещу малцинства, преселници и хора с имигрантски произход" (Съвет на Европа, 1997: Rec. No. R97). В определянето на речта на омразата и идентифицирането на проявленията ѝ, трябва също да имаме предвид и спецификите на контекста на този феномен в различните държави-членки на Европейския Съюз (ЕС). Настоящото изследване разглежда антиромската враждебност като специфично проявление на реч на омразата, което принадлежи към всекидневното говорене и разпространение на антиджипсизма.

Фалшиви новини и дезинформация. За целите на настоящото изследване, фалшивите новини са дефинирани през призмата на дезинформацията. Като „фалшива новина“ е категоризирана всяка невярна информация, разпространена умишлено или поради небрежност и нехайност от медиите или от потребители на социалните мрежи в онлайн пространството.

Речта на омразата, фалшивите новини и дезинформацията са изследвани в този доклад като основен елемент на антиромска медийна враждебност. Следващите раздели от този доклад предлагат детайлен анализ на спецификите, проявленията и каналите за разпространение на антиромската враждебност в България.

Приносът на този доклад се състои от качествен анализ на възприятията на представителите на ромските общности за влиянието на враждебната медийна и онлайн обстановка върху техния живот. **Докладът съдържа три смислови секции.** Първо, преглед на литературата очертава основните концепции и дефиниции, които са ползвани при аналитичния подход към антиромската враждебност в България. Второ, резултатите от кабинетно проучване представят основните канали, подходи и наративи, чрез които антиджипсизмът се проявява в българските медии. За финал, анализ на данните от проведени фокус групи с представители на ромските общности в България систематизира уроците, които сме научили за влиянето на фалшивите новини и дезинформацията върху представите на ромите и как това се отразява на нагласите им към автосегрегацията и интеграцията.

РЕЗУЛТАТИ ОТ КАБИНЕТНОТО ПРОУЧВАНЕ

Следващата тематична част от доклада разглежда изводите и откритията, направени на базата на данните от проведено кабинетно проучване на тема антиромска медийна враждебност в България. Кабинетното проучване се състои от две основни части. Първо, онлайн наблюдение, осъществено върху най-отчетливите канали и подходи за разпространение на антиромска дезинформация и фалшиви новини. Второ, направен е дискурсивен анализ на медийни материали и онлайн публикации, за да отчете популярните антиромски наративи, разпространявани в българското публично пространство.

ОНЛАЙН НАБЛЮДЕНИЕ НА КАНАЛИТЕ ЗА РАЗПРОСТРАНЕНИЕ НА АНТИРОМСКА МЕДИЙНА И ОНЛАЙН ВРАЖДЕБНОСТ

Подбраните канали за наблюдение на онлайн и медийната антиромска враждебност са Фейсбук, Blitz.bg, 24chasa.bg, NovaTV, plovdiv24.bg, rodopi24.com и zapernik.com.

blitz.bg

Blitz.bg е избран като обект на анализ поради безспорното господство на уебстраницата в категорията „Новини и медии“ на популярни уебстраници. Това е единствената уебстраница за новини, която е в топ 10 на най-посещаваните уебстраници в България. БЛИЦ също е и представител на уебстраница за новини с лоша репутация, тъй като е известен с практиките си на изопачаване и разпространение на неверни сведения (Спасов, 2017). Като уебстраница с новини с информативно съдържание, единиците на анализ, открити в БЛИЦ са новинарски статии в текстова форма, както и прилежащите изображения, които визуализират наративите.

24chasa.bg

24chasa.bg е първият „много уважаван“ медиен източник, който присъства в класирането на популярни уебстраници (вж. Фиг. 2). Това е онлайн платформата на един от най-големите информационни всекидневници в България и е избрана за анализ като представител на „сериозната“ журналистика и репортажи. Изследваните единици са новини в текстови формат и изображения.

„Господари на ефира“

Предаването на Нова телевизия „Господари на ефира“ е избрано като обект на анализ като представител на най-популярното хумористично съдържание в България. Наративите, свързани с роми, които са използвани в предаването,

са достигнати чрез видеа от архив, който е все още наличен в YouTube. Анализът на съдържанието на видеа на „Господари на ефира“ в YouTube позволява на изследването да включи части от две много популярни онлайн медийни платформи – Нова телевизия (чиято онлайн стрийминг платформа е класирана на най-високо място в националната телевизионна мрежа, според Similarweb) и YouTube (втората най-използвана онлайн платформа в България, която е потребител-към-потребител). Изборът на видеа в YouTube също позволява на изследването да включи разнообразие от формати в анализа на онлайн медиите чрез текст, изображения и видео. Това допълнително подобрява представителността на комуникационни формати, което понастоящем включва информативно съдържание (новини) и развлекателно съдържание (сатирични предавания и „миймове“).

plovdiv24.bg, rodopi24.com и zapernik.com

Тези уебсайтове се оказват особено активни и „агресивни“ разпространители на антиромска враждебност онлайн, според наблюдението на Фейсбук активността. Те са включени в анализа като представители на регионални медии и онлайн платформи за новини, които демонстрират изключителни нива на антиромска враждебност.

Фейсбук

Радикални Фейсбук групи и платформи като двигатели на антиджипсизъм. Най-разпространеният сплотяващ дискурс на антиромски настроените групи е свързан с либерализма и заплахата от него за страната.[6] Изследването на YouthRightOn открива силна връзка между пасивното излагане на крайнодесни наративи онлайн и готовността на младите хора да участват в антиромски дейности и в истинския живот.[7]

Платформи на политически партии във Фейсбук, разпространяващи враждебни наративи. Тези политически представители експлоатират разнообразни канали за разпространение на политическите си възгледи. От една страна, те се възползват от платформи като Фейсбук, за да си осигурят лесен директен достъп до единомислещи потребители, сред които разпространяват крайнодесните си идеи. От друга страна, понеже са представени във властта и заемат високи ръководни постове, Ангел Джамбазки и Красимир Каракачанов се радват на медийно отразяване на всички техни публични прояви. Те са ключови посланици на антиромските идеи и възгледи, които мобилизират установените антиромски митове и образи, за да популяризират политическите си кампании и инициативи.

Има данни, които предполагат, че радикалните расистки и враждебни идеи са приемани и защитавани само от малка част от българското население. Спо-

6. Установено от резултатите на изследване на CSD и Фондация ПИК по време на проекта YouthRightOn

7. Например, участие в антиромски протести и в младежка антиромска/антибежанска инициатива за самоуправа, където готовността за активизъм бе измерена спрямо скала от 1 до 3 в зависимост от това, дали е активна или пасивна.

ред проучване, направено от Алфа рисърч (Алфа рисърч, 2020:3) през декември 2019 и януари 2020, 21.6% от българите открито заявяват, че мразят ромите. Въпреки че този резултат е висок (ромите са най-мразеният етнос в България, последвани от българските турци, при които резултатът е четири пъти по-нисък) (Алфа рисърч, 2020:3), той илюстрира тенденцията, че проявленията на антиромска враждебност са по-прикрити, институционализирани и са постигнати чрез системно изграждани навици, а не поради лична омраза и предразсъдък.

Въпреки че конкретната омраза и призивите за радикални действия трябва да бъдат смятани за маргинални проявления на нагласите на екстремистки крайнодесни групи, лица и политически национални популисти, легитимацията на антиромската дезинформация и враждебност не се осланя единствено на тези наративи. По-прикритите, но все пак враждебни разкази, които съхраняват митовете, деградиращите изображения и дискриминиращи практики, играят важна роля в затвърждаването на тези структурни видове расизъм (Bonilla-Silva, 2006) и аспектите на българския институционализиран антиджипсизъм. Антиромската враждебност е най-разпространеното дискриминационно поведение сред българските младежи и потребителите на социални мрежи.[8]

Развлекателни Фейсбук групи и форуми като „нормализиращи" антиромската враждебност. Наблюдението на Фейсбук групи, занимаващи се с теми, свързани с ромите, открива още една тенденция: има голямо представителство на хумористични Фейсбук страници, които се подиграват с „*ромското*"[9] на българските роми. Тяхната роля е основно в прикритите проявления на антиджипсисъм в медиите и онлайн. Така те служат като своеобразни нормализатори на антиромската враждебност, като „внедряват" вредни нагласи и стереотипи в „нормалните" всекидневни полета на комуникация.

Пет Фейсбук групи се открояват като особено популярни разпространители на стигматизиращо ромите съдържание, което цели да служи за развлечение и забавление на „външни" наблюдатели: „Смях, шеги и вицове" (156 065 последователи), „Смях до сълзи" (40 503 последователи), „смях.бг" (35 001 последователи), „Простотията Циганска" (15 422 последователи) и „Клуб смях до скъсване" (133 последователи). Важно е да се отбележи, че от петте Фейсбук страници, само една открито се обявява като концентрираща се единствено върху съдържание, свързано с ромите – страницата „Простотията циганска". Обща за всички споменати групи е практиката за използване на „съдържание на заем" – видеа и шеги, които са създадени и събрани от други източници (най-вече масовите медии), но са споделяни и разменяни сред членовете на Фейсбук групите. Следователно, ролята на тези Фейсбук страни-

8. Установено от резултатите на изследване на Центъра за изследване на демокрацията и ARC Fund за целите на проекта YouthRightOn.

9. Под „ромското" тук и при всички следващи споменавания на този термин в кавички в доклада, се има предвид генерализираната представа за това какво представляват „типичните" за ромския етнос поведения, качества и характеристики. „Ромското" се разглежда спрямо идеологизираното му значение, породено и поддържано от публичните наративи и нагласи. С термина „ромското" се бележи по-скоро стереотипната перспектива към ромския етнос, отколкото аргументирани виждания за преживяванията и действителността на ромите в България.

ци не е създаването на оригинално съдържание само по себе си, а те по-скоро служат като връзки за изграждане на общност. Те обединяват общността на потребителите на такова съдържание, изключвайки както създателите на съдържанието, така и обектите на тематиката.

Най-популярният източник на „забавни видеа", осмиващи ромската общност и членовете ѝ, са видео-компилациите, създадени от известното телевизионно предаване „Господари на ефира" (вж. например този пост в Смях.бг от 08.04.2014 или пък споделената от Dupe TV публикация в Простотия циганска на 21.04.2020). Предаването беше свалено от ефир през 2019 година. Въпреки това, съдържанието, създадено през десетилетията, през които „Господари на ефира" беше на екран, е все още популярно в платформи на социалните медии, например YouTube. Наративите, използвани и от развлекателното съдържание на Фейсбук групите, и от YouTube видеата на компилациите на Господари на ефира, се концентрират върху вече изградени и популяризирани наративи на осмиването и дехуманизацията на ромската общност и нейните членове.

Онлайн активистко пространство

Примери за Онлайн активистко пространство, което е про-интеграцията като контрапункт на антиромските наративи са онлайн платформите на Постоянната ромска конференция и уебстраници като Marginalia.bg. Тези медийни издания са популяризирани и въведени в обществените дискусии от интелектуалци (най-вече журналисти, университетски преподаватели, но в случая на ПРК и от НПО активисти), като по този начин се опитват да разширят обхвата на обществения дебат и да поставят под съмнение масовите виждания на рутинния антиджипсизъм (вж. например Маргиналия 2020). Тези първи стъпки създават така необходимата почва за публичен форум, който измества общественото мнение от непроблематизираните антиромски нагласи и убеждения. За да могат тези гласове на про-интеграторските опити да бъдат запазени и вградени в обществения климат, който е узрял достатъчно, че да ги превърне в законодателни и политически дейности, трябва да бъде насърчен медиен подход за приемане и културна толерантност.

СПЕЦИФИЧНИ ЗА КАНАЛИТЕ ПОДХОДИ ЗА РАЗПРОСТРАНЕНИЕ НА АНТИРОМСКА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ

Масовите медии разчитат на фалшиви новини, дезинформация и стереотипни образи, за да нормализират антиромската враждебност чрез популярни наративи, изпитани през времето. В случаи на социални кризи (независимо от това дали кризата се изразява в национална здравна извънредна ситуация или местен етнически конфликт), масовите медии използват вече създадени и изградени митове и стереотипи за ромите.

Тази практика води до заклеймяването на ромската етническа група и след това е лесно използвана за политически и сензационни цели. Същевременно, те изграждат идентифициращи образи на ромите и специфични черти на „ромското“, които влизат в публичното пространство и в масовото отношение спрямо малцинствените групи. Идентифицираните характерни за каналите подходи, които са открити чрез кабинетното проучване и анализът на онлайн медиите включва: фалшивите новини и заклеймяването, извършвано от онлайн новинарските уебстраници; заблуждаващите визуализации, използвани от новините; фалшифицирането на експертиза в онлайн новините; хумор и сарказъм, използван от Фейсбук групи и платформи; както и от едноизмерния образ на ромите в публичното пространство като цяло.

Онлайн новинарски страници като създатели на фалшивите новини и стигматизация

За разлика от традиционните механизми за умишлено разпространение на фалшиви новини или дезинформация, които разчитат на специално създадени уебстраници и търсачки (Tandoc Jr. et al., 2018:4), антиромската дискриминация и враждебност в България всъщност е включена в традиционните медийни наративи и дискурси.

Информация, която се вписва в модела на негативното възприятие, е по-вероятно да изглежда достоверна на журналистите, които се конкурират за актуалност и са склонни да оставят проверката на фактите настрана за сметка на сензацията. Също така към нея е по-уязвима и публиката, която е по-склонна да се довери (и да използва) информация, която е съответстваща на вече изградения им светоглед. Следователно успехът на фалшивите новини, свързани с ромите, би могъл да бъде отдаден на системната, разпространена и дълбоко вкоренена враждебност спрямо ромите.

Визуализацията на новините като компонент на фалшиви новини и враждебни наративи

Фалшивите новини за ромите, публикувани от сензационни уебсайтове, често използват набор от ограничен брой основни изображения на протестиращи роми, на групи мъже, биещи друг мъж или на други стереотипни сцени, които нямат нищо общо с реалната ситуация, за която е въпросният репортаж (вж. напр. Blitz, 2020). Тази заблуждаваща практика още повече затвърждава твърденията за насилие, спешност и извънредност на новините, засягащи ромите или ромската общност.

Тази практика не само нарушава човешките права, но и също така подпомага прикритата цел да се свързват конкретни ромски лица с абстрактните образи на престъпност и неморалност.

Фалшифициране на експертиза в онлайн

Фалшифициране на експертиза в онлайн медиите става чрез използване на коментари на обществени фигури като диагностичен анализ. Публично разпознаваеми личности и известни хора изразяват мнението си по теми, свързани с ромите, и получават високо ниво на обществена ангажираност. Тъй като известните личности са разпознаваеми, публиката се доверява на техните мнения. По този начин техният по-висок обществен статут създава илюзията, че тяхното мнение е по-информирано и ценно. Този ефект е подсилен от липсата на реални експертни мнения в новините по темата за интеграцията и по теми, свързани с ромите.

Хуморът като код за обединение и изключване във фейсбук групи и платформи

„Развлекателната употреба“[10] на Фейсбук, макар и рядко подбуждаща преки действия, влияе косвено на възприятията на потребителите. По-важното е, че консумацията на „социално възприето“ развлекателно съдържание, би могла да бъде определена като механизъм за „меко“ влияние върху схващанията и вярванията на потребителите, постигнато чрез „нормализацията“ на предоставеното съдържание.

Хуморът и сарказмът са използвани като способи за постигане на масовост и потвърждаване на вече изградените доминиращи наративи за вроденото неморално и културно по-ниско положение на ромите. Това се свързва с вече дълбоко вкоренени идеи и предразсъдъци (като например стереотипът, че ромите са неграмотни и неспособни да се трудят като останалите), без дискриминационните схващания да бъдат открито назовавани и обяснявани. Тези развлекателни дискриминиращи разкази са враждебни и водят до дезинформация. Дезинформацията е постигната не конкретно чрез разпространяването на фалшиви факти (въпреки че такива също има) или чрез целенасочено заблуждаване. Дезинформацията, породена от преекспонирането на считаната за неизбежна етническа поляризация в България, е основана на поддържането на нормативната нормалност и погрешното ѝ противопоставяне срещу всичко ромско. Така тези наративи също са враждебни, макар и да не говорят конкретно за насилие, омраза и дискриминация. Тези дискурси на осмиването са вредни и подпомагат структурния антиджипсизъм в България.

Генерализираното „ромско“ и едноизмерното представяне на ромите в публичното пространство

Общата медийна представа за „ромското“ е конструирана чрез сложна многопластова взаимозависимост от специфични „типично ромски“ образи, митове и клишета. Те са съвместими помежду си в общия дискурс за по-ниското

10. Под „развлекателна употреба“ се има предвид консумацията на съдържание, което е изцяло насочено към това да развлича онлайн потребителя и би могло да бъде наречено „леко съдържание“ – такова, което не подбужда към никаква дейност, не се обявява откровено като служещо на някаква идеологическа цел и не се смята за фактологично или информативно.

положение на ромите спрямо етническите българи и тяхната гражданска и морална деградация. Плоският и едноизмерен образ на ромите в медиите позволява ромите да бъдат възприемани първо като роми и рядко – като хора. Отсявайки значението на антиромските наративи в процеса на затвърждаване на наложеното идеологизирано виждане за ромската малоценност, анализът се фокусира върху определянето на характеристиките на господстващите антиромски дискурси.

ДИСКУРСИВЕН АНАЛИЗ НА АНТИРОМСКИ НАРАТИВИ, МИТОВЕ, ОБРАЗИ

Враждебните наративи срещу ромите в България следват постоянна траектория на върхове и спадове. Двете зависят едно от друго с цел да се запази и нормализира структурният антиджипсизъм, подхранван от индивидуалните предразсъдъци в България.

Най-разпространените враждебни антиромски наративи в България, идентифицирани чрез кабинетното проучване в рамките на качественото изследване на „Грижа за истината“ са: „Ромите са престъпници и заслужават строги наказания“, „Ромите заслужават да бъдат изключени от обществото, тъй като не могат да се вместят в социалните норми на обществената порядъчност“, „Ромите са морално негодни да са български граждани“, „Ромите са лоши и от това страдат българите“, „Интеграцията на ромите в България е невъзможна“. Всяка една от тези теми е асоциирана с негативния образ на ромите, който е използван от медиите с цел да превърне в норма българската враждебност към етническите малцинства, увековечавайки враждебните наративи както в медийните дискурси, така и в ежедневните възприятия на българите.

Наратив: „Ромите са престъпници и заслужават строги наказания“

Този дискурс е основно базиран на представяната като вродена престъпност у ромите. Медийното отразяване допринася за конструирането на тази идея чрез употребата на образа на „ромското“ като синоним за престъпност и митът за вроденото противопоставяне между държавната власт и ромите.

Образът на „ромското“ като синоним за престъпност. Най-разпространената тема на медийните наративи, свързани с ромите, е темата за ромската престъпност. Криминализацията на образа на ромите допълнително служи за „универсализирането“ на вроденото „ромско“, което е представено като очевидно и повсеместно в света. Медийно обрисуваната глобална свързаност на ромите и „ромското“ се използва за добавянето на многоизмерност в образа на ромската престъпност. Тя се постига чрез внушението, че всички роми по света са престъпници, подкрепено и от още едно внушение: че българските роми са престъпници навсякъде по света. В тези случаи, този разказ е нарочно представен като „ме“ срещу „нас“ като опит да се разграни-

чат българите от компрометирания морал на българските роми. По този начин „българското“[11] е противопоставено на „ромското“ както лингвистично, така и образно.

Митът за опозицията между държавната власт и ромите. „Другостта“ на ромите е най-успешно представяна чрез опозиции. Един от най-разпространените образи на опозиция, приписвана на ромите и ромските общности, е опозицията между ромите и държавната власт.

Наратив: „Ромите заслужават да бъдат изключени от обществото, тъй като не могат да се вместят в социалните норми на обществената порядъчност“

Дискурсът за невъзможната ромска интеграция в българското общество е подкрепен от непрекъснато затвърждаване на вродената малоценност на ромите и тяхната невъзможност да се пригодят към социалните норми.

Образът на ромската неграмотност. Главният обект на осмиване на ромите е изграден около демонстрацията на неграмотността на ромите и тяхната неспособност да се изразяват, когато са интервюирани от медиите. Грешното произношение и грешният изговор са осмивани до степен, в която не само се обезсмисля съдържанието на информацията, която интервюираните роми се опитват да дадат, но и се прекратява всеки бъдещ опит да бъде дадена гласност на мнение с ромски акцент. Трябва да бъдат предприети мерки в посока предоставяне на по-широко обществено участие на мнения, формулирани, изговорени и защитени от самите роми. Наративите за осмиване на представената ромска неграмотност също служат за представяне на ромските мнения като невалидни, поради вродената им нелогичност.

Митът за малоценността на ромите – образите на Кралицата на помощите и Шармантната лейди. Образът на ромските жени е конструиран като комплексна пресечна точка между неграмотност и „липса на женственост“, индикираща неспособността на ромите да придържат към предписаните полови роли. Осмиването на неграмотността, пресечено с неадекватното изпълнение на майчински задължения, се проявява също често и в медийните разкази за ромски майки, които не могат да обяснят начина на действие на ваксината против дребна шарка, когато водят децата си при лекар за имунизация. Следователно, ромските жени в медиите са лишени от естествената нравственост на „женствеността“, като вместо това са сведени до егоистични, икономически мотивирани „кралици на помощите“[12] , които използват децата си за лична изгода.

11. Под „българското“ тук и при всички следващи споменавания на този термин в кавички в доклада, се има предвид идеологизираната и обвързана с патриархално-традиционните представи концепция за това как правилно се реализира българската етническа принадлежност. По този начин отбелязваме наличните в публичния дискурс разбирания за „традиционно български етнически ценности“, а не аргументираните виждания за преживяванията и действителността на всички етнически българи в България.

12. Терминът „кралица на помощите“ е използван преди, за да опише понятие на дискриминация срещу афроамерикански жени, чийто единствен извор на приходи е от социални помощи (вж. Bonilla-Silva, 2006).

Внушението за неправилното изпълнение на половите роли от ромите (най-често при жените) е използвано като медиен способ за представяне на вродената неспособност на ромите да упражняват адекватно половите си ролеви модели. Господстващото описание на „неправилност“ на ромските тела и половите прояви налагат действителни нравствени и културни ограничения върху тази етническа общност. Тяхното медийно представяне и практическо приложение затвърждават национално приетите практики на изключване на ромите като съставна част на институционалния и културен антиджипсизъм.

Наратив: „Ромите са морално негодни да бъдат български граждани“

Дори когато действията на ромите не са незаконни, медийното отразяване все пак ги класифицира като неуместни и неправилни, като ги представя като неморални и следователно непринадлежащи на чистата национална общност. Връзката между ромската неморалност и неподходящото представяне на българската националност е застъпена чрез истории за неуважението на ромите към символи и артефакти от национална значимост и емблеми на човечност и духовна чистота. Наративите за неморалността на ромите играят роля в описанието на ромите като лоши, а българите – като жертви, както на материално, така и на символично ниво. Наративът за неморалността на ромите се осъществява, чрез представената не-хуманност на ромите.

Образът на ромите като варвари и не-хора. Медийните наративи за другостта на ромите зависят не само от представянето на ромите като различни от българите, но и от представянето им като лоши и зли. Следователно, ромите лесно са вкарани в ролята на злодеи, докато българите са показани като дълго страдащите жертви от етнически сблъсъци, както физически, така и идеологически. По този начин бедността на ромите се вижда като порок, а бедността на българите – като праведност.

Митът за телата на ромите като публична собственост. Де-хуманизацията на ромите легитимира прикритите практики на медиите да се държат с ромите като че ли техните тела са публична собственост. Макар че в съвремието смели изявления като „Ромите не притежават телата си“ биха могли да се открият само в крайнодесните платформи (ако изобщо се използват), по-трудно доловимите действия като например използване на снимки на ромите (и най-вече на ромските жени) за забавление и подигравки, показват усещането за притежание и пренебрежението към личното пространство на ромите и тяхната лична поверителност. Свободното разпространяване на снимки и видеа на ромски жени, които танцуват (вж. напр. Музика, 2020) или в или снимки с лица на ромски деца са индикатор за възприятието на ромските тела като „публична собственост“, с която всеки може свободно да разполага.

Обективизацията, както и дехуманизирането и демонизацията, са най-разпространените способи за преекспониране на разликите между „нас“ и „тях“, като по този начин служат за укрепването на единството вътре в едната

група, като затвърждават границите с чуждата група чрез сплашване, унижение и насърчаване на етническо насилие (Baider and Kopitowska, 2018:2).

Наратив: „Ромите са лоши и от това страдат българите“

Разграничението „нас“ и „тях“ е допълнително подкрепено от влиянието на представянето на „тях“ като „лошият злодей“ и на „нас“ като „невинната жертва“. Разграничението между „нас“ и „тях“ е издигнато до нивото на съпоставяне чрез внедряването на властова динамика и на наративи със злодеи и герои. Този процес е подкрепен от медийните наративи, че ромите са зли, от което българите страдат.

Образът на ромите като политически продажници. Образът на ромите като политически продажници обхваща вярването, че ромите по традиция продават гласовете си на тази политическа партия, която предложи по-висока цена от другите по време на изборите. Медийните наративи подхранват идеята, че корупцията и фалшивата демокрация са подпомогнати от по-ниско образованите и по-малко обществено ангажираните роми, които продават демократичните си права за пари и лични краткотрайни облаги. Така, ромите са представени от медиите не като граждани, а по-скоро като фалшиви и недостойни бенефициенти на граждански права, които доброволно участват в установяването на вече изградените практики на политическа корупция в България.

Митът, че ромите са паразити, възползващи се от публичното финансиране. Освен, че са представяни като нравствени паразити, които се възползват от публични пространства, ромите последователно са представяни като социални паразити, които се възползват от дадените им граждански права. Най-вече наративът, че ромите злоупотребяват със социални помощи, вместо да работят, за да се издържат, се е превърнал в един от ключовите аргументи в защита на мита, че ромите са социални паразити. Паразитното съществуване на ромите е разказано директно чрез новини, които докладват за случаи на роми просяци (вж. напр. 24chasa.bg, 2020a); роми, които се възползват от европейско финансиране (Blitz, 2017o) и метафорично чрез роми, „плячкосващи“ боклукчийски кофи (Blitz, 2017n), докато обаче шофират автомобили, за които се счита, че не са придобити по законов път.

ИЗВОДИ ОТ ПРОВЕДЕНОТО КАБИНЕТНО ПРОУЧВАНЕ

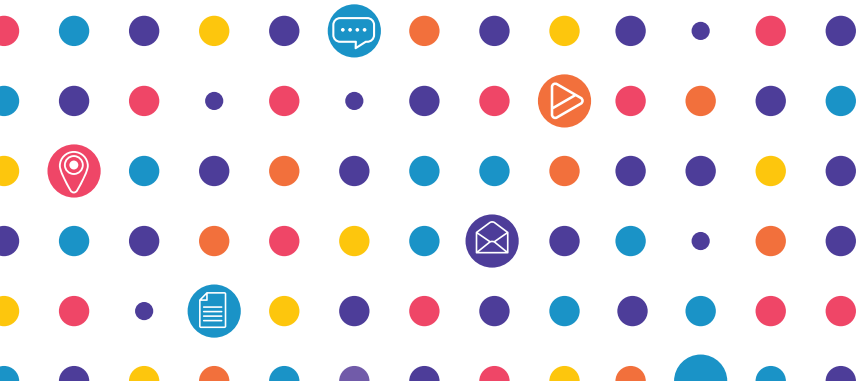
Заключенията от кабинетното проучване извеждат на преден план някои ключови тенденции при разпространението и влиянието на фалшивите новини и дезинформацията, засягаща ромските общности в България:

- **Антиромската медийна враждебност не се изчерпва с открити прояви на реч на омразата или фалшиви новини.** Възпроизвеждането на стереотипни образи и вредни, основани на предразсъдъци наративи за ромите също са значим елемент от враждебната медийна среда в България.

- Макар и по различен начин, **и „сериозните“, и „развлекателните“** комуникационни информативни канали допринасят за цялостната картина на медийна враждебност към ромите и ромските общности в България.
- **Значимите характеристики на каналите за антиромска дезинформация не могат да се генерализират.** От една страна, популярните медии внушават антиромски послания чрез стереотипните наративи, на които се основава цялостният им подход към „характерно ромските“ теми и проблеми. От друга страна, най-агресивните платформи и канали, разпространяващи враждебни нагласи към ромите, прилагат разнообразни целенасочени практики за дезинформация и заблуда на аудиторията. Най-популярните белези на този тип умишлени производители на антиромско съдържание са: **фалшивите новини, стигматизацията, некоректната визуализация, фалшифицирането на експертиза у известни и разпознаваеми публични лица, хумор и сарказъм, еднопластовото представяне на ромите и „ромското“ като цяло.**
- **Враждебните медийни наративи срещу ромите в България са изградени от митове и стереотипни образи**, които се експлоатират в името на популяризацията на всеобхватни идеологически антиромски разкази. Това изследване идентифицира и разглежда подробно следните основани на предразсъдъци наративи: „Ромите са престъпници и заслужават строги наказания“, „Ромите заслужават да бъдат изключени от обществото, защото са неспособни да спазват социалните норми на обществена поредъчност“, „Ромите са морално негодни да бъдат български граждани“, „Ромите са злото, от което българите страдат“. Тези антиромски наративи са обединени в постигането на едно основно и считано за общовалидно заключение: „Интеграцията на ромите в България е невъзможна“.
- Конкретните медийни и публични **дискусии на тема „интеграция“** са разнородни. Публичният дискурс включва диаметрално противоположни гледни точки: интелектуалци, които лобират за промяна на обществените нагласи, в полза на толерантността и приемането на различните, както и интелектуалци, които се противопоставят на интеграцията и я представят като средство за постигане на „диктатура на малинството“.
- Загатнатото в медийните дискурси внушение за същността на интеграцията се подхранва от популярността на антиромските **дискурси и от утвърдените негативни образи и митове за ромите.** Медиите обрисуват интеграцията чрез имплицитната си опозиция към нея, представяйки процеса като невъзможен заради „привичната за ромите неспособност да се интегрират“.

Кабинетното проучване, включващо преглед на литературата и дискурсивен анализ на наблюдавани медийни наративи, води до извода, че антиромската медийна враждебност има две различни проявления. От една страна, това е откровено антиромско съдържание, което се основава на реч на омразата и антиромска пропаганда. От друга страна, има латентна употреба на нега-

тивни стереотипни образи и митове, които възпроизвеждат антиромските нагласи и утвърждават тяхната нормалност.



РЕЗУЛТАТИ ОТ ФОКУС-ГРУПИТЕ

Анализът на основните заключения върху представите и преживяванията на ромските общности с медиите и медийната враждебност са ориентирани към отсяването и представянето на познание за 1) ключовите практики на потребление на медии и медийно съдържание при ромските общности, 2) ефектите, които фалшивите новини и дезинформацията оказват върху ромските общности и 3) да изведе на преден план възможни бъдещи действия, които изглеждат като обещаващо средство за противопоставяне на дезинформацията и заблуждаването на медийната публика и потребителите на онлайн съдържание. На базата на тези заключения, са изготвени препоръки към съдържанието и възможните задачи на методологически и практически наръчници за обучения на ромски активисти в България.

ОСНОВНИ ИНФОРМАЦИОННИ КАНАЛИ, ИЗПОЛЗВАНИ ОТ РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Информационните канали, които респондентите в изследването използват, са разнообразни. Интересно е, че респондентите посочваха както социално-медийни платформи, така и национални телевизии, онлайн източници на съдържание от развлекателен и/или научно-популярен характер и някои високо реномирани информационни канали, които предоставят комплексни политически анализи и представляват алтернатива на „лесно смилаемите“ жълти уебсайтове“[13].

Социалните мрежи и фейсбук

Фейсбук изпъква като най-популярния източник на информация сред респондентите, независимо от възрастта им: по-зрелите членове на ромските общности наравно с учениците и младежите посочваха Фейсбук като първи избор при информационните канали, които използват в своето ежедневие.

Национални телевизии

Големите медии като цяло не успяват да спечелят доверието (а понякога дори и вниманието) на ромските общности, които ги намират за непочтени и корумпирани в служба на политически интереси. Популярното сред нашите респонденти и предпочитано видео съдържание е достъпно основно през

13. „Жълти уебсайтове“ е термин, използван от един от респондентите ни в Разлог. С този свой термин той назоваваше актуалните и популярни уебсайтове, които се радват на широко публично внимание в България. Правейки паралел с „жълтите вестници“, респондентът идентифицира някои основни характеристики на „жълтите уебсайтове“, сред които кратки и лесни за четене статии, грандиозни и хващащи окото заглавия, както и съмнително съдържание.

YouTube и е с развлекателен или научнопопулярен характер.

„Основно гледаме клипове в YouTube – основно видеа за личностно развитие. И в Google намирам такива статии.“ (Активист, Разлог)

Аналитични и признати източници

Алтернативни примери за новинарски медии, които (сравнително рядко) респондентите ни посочваха като предпочитани канали за информация и комуникация включват и някои по-малки или регионални телевизионни канали, както и популярни уебсайтове за научно-популярно или развлекателно съдържание. Значимо изключение от тази обща тенденция беше предоставено от един от респондентите – студент от Сливен, който демонстрира високи нива на осведоменост и запознатост с медийната и политическата среда в България. Той посочи като предпочитани източници за информация високоуважавани журналистически платформи, известни основно с политическите си анализи и разследващата журналистика:

„Зависи от коя медия основно се информираш. Ако погледнеш Нова, БТВ, те преди около 2 месеца, когато беше пикът, бяха по-строги мерките по време на пандемията, имаше различни репортажи, които разбира се представяха ромската общност в много негативна светлина. (...) Относно това медиите, които предполагам би трябвало всеки един от нас да чете и които са етични и доста обективни са Дойче Веле, Свободна Европа, Капитал, Дневник, Биволъ и още една две. Предполагам точно тези медии, които аз следя, те са доста обективни и изобщо няма това отношение, както в примерно Пик, Брадва, това са основните примери. Има много етични и готини мнения, които представят различната гледна точка без да етнитизират въпросите.“ (Активист, Сливен)

Тези източници обаче, колкото и да са уважавани, не са популярни сред ромските общности. Основните причини за това вероятно са тривиални и са ориентирани основно около 1) високия език, който се използва в по-„качествените“ медии, 2) комплексния подход на „качествената“ журналистика, 3) подборът на „несензационни“ (базирани на факти, а не на спекулации) теми на публикациите.

„Но пък поставеният въпрос колко от хората ползват тези медии в ромските квартали е много на място. Даже и 1% в някои квартали не четат такива медии.“ (Ромски лидер, Сливен)

Тези резултати индикират, че най-подходящи канали за противопоставяне на антиромската дезинформация и фалшиви новини сред ромската общност, биха били онлайн каналите, включително и платформи, които споделят развлекателно или научно-популярно съдържание (а не само информационно или „сериозно“ съдържание) по общодостъпен и разбираем начин.

Здравните медиатори като най-тачен източник на информация

Във всички ромски общности от това изследване, респондентите посочваха значимостта и основната роля на здравните медиатори при разпространението на новини и при развенчаването на дезинформацията. Здравните медиатори изпълняват ключова функция за осъществяването на връзката на ромските квартали с външния свят, държавните и общински институции, и с всички властови фигури и структури, (които не се ползват с доверието на отделните членове на общността):

„Ние сме една малка община. (...) Остана само и паспорти да започнем да издаваме (смее се).“ (Здравен медиатор, Нови пазар)

Този ефект е подпомогнат от личния подход при общуването, който здравните медиатори прилагат към ромските (най-често съвпадащи с техните) общности. При такава личностна междучовешка комуникация всеки член на ромската общност се чувства обгрижен, изслушан и оценен по достойнство. Например, здравните медиатори и ромите - социални работници сред нашите респонденти споделяха множество истории за личната помощ, която са оказвали на хора, които се били пренебрегвани и дискриминирани. Щом обаче биват представени и съпроводени от здравен медиатор, членовете на ромските общности мигновено получават необходимия достъп до институции и офиси (който им е бил отказван преди това).

Здравните медиатори са разпознаваеми и високоуважавани фигури в ромските общности. Те често допринасят за предаването на знание и разпространение на новини сред уязвимите членове на общностите си. На много от изследваните места, здравните медиатори са изместили медиите в задачата им да разпространяват и представят на достъпен език актуални новини. Така са се превърнали в доверени източници на информация, които „смилат“ на разбираем език комплексно съдържание от оригиналния източник и я предоставят директно на потенциално засегнати граждани:

„Във Фейсбук повечето неща, които се споделят от измислени сайтове, са повечето измислица, за да накарат хората да се страхуват повече. Най-добрият вариант за информация [за коронавируса] е от сайта на Министерство на здравеопазването, за да се информираме относно ситуацията. Основно ние информираме хората чрез брошури.“ (Здравен медиатор, Лом)

Здравните медиатори успешно комуникират както с членовете на ромската общност, така и с национални, регионални и общински институции. Уникалната позиция на здравните медиатори им позволява да навигират тези различни социални сфери ефективно и да осъществяват връзката между тях. По този начин здравните медиатори имат особената възможност да опровергават фалшивите новини и да смекчават последиците от дезинформацията сред ромските общности. Здравните медиатори сред нашите респонденти споделиха, че им се е налагало да оспорват последиците от антиромската дезинформация както сред самите ромски общности, така и сред представители на българското етническо мнозинство. Особената позиция „помежду“

двете общности и сфери на влияние позволява на здравните медиатори да оказват особено силно влияние върху всички форми на антиромска дезинформация.

Способността на здравните медиатори да опровергават фалшива информация и да се противопоставят ефективно на дезинформацията сред ромските общности произтича както от техните умения, така и от личните им качества и ресурси. Здравните медиатори оказват влияние върху членове на ромските общности чрез своите лични действия, аргументи и репутация. Това се оказва възможно, единствено защото чрез личните си качества са спечелили доверието и уважението на общността си. Най-добре тази тенденция е онагледена от активистка в Монтана по време на фокус груповата дискусия. На въпроса: „Ако получаваш различна информация и Фейсбук казва едно, а здравният медиатор във вашата ромска общност казва обратното, на кого ще повярваш?“ тя отговори категорично:

„Ще повярвам на здравния медиатор! Вярвам на нея, защото ми е приятелка!“
(Активист, Монтана)

Най-ефективните канали за комуникация сред ромските общности са тези, които позволяват нелинейния модел на комуникация. Въпреки всичките им слабости, социалните мрежи и между-човешкото общуване позволяват повече индивидуална свобода и власт на аудиториите си – това изглежда е решаващ фактор сред приоритетите на онлайн потребителите от ромските общности. Представителите на ромските общности имат нужда да могат лично да оценяват произхода на информацията, която достига до тях. По-индивидуално насочените модели на комуникация са по-успешни и популярни сред ромите. Затова Фейсбук е най-популярният канал за информация, а здравните медиатори (преценявани през личностните им характеристики) са най-доверените източник на информация.

Евентуални бъдещи кампании за изграждане на дигитална грамотност трябва да бъдат насочени към Фейсбук като основен генератор на съдържание, което ромите употребяват. Всички социално-ангажирани действия, насочени към ромските общности и целящи тяхното включване и гражданска позиция, биха били обречени на провал, ако не включват активната намеса на здравни медиатори и активисти от общността. В тези две групи могат да бъдат открити най-подходящите популяризатори, разпространители, образователни дейци, инфлуенсъри или всякакъв тип активни дейци в ромските общности.

ФАЛШИВИТЕ НОВИНИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯТА ПРЕЗ ПЕРСПЕКТИВАТА НА РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Медийната враждебност към ромските общности основно се смята от представители на ромските общности като нещо „нормално“ и „в реда на

нещата“, или поне в съответствие с обществения дух. Поради това респондентите ни не оценяваха изцяло вредното влияние на медийните репрезентации в процеса на формиране на общественото мнение. Така „медийният проблем“ (макар и идентифициран като такъв) като цяло се счита за поредния белег на дискриминативното българско общество. Въпреки това обаче респондентите бяха единодушни, че медийната среда в България е неблагоприятна за малцинствата и особено за ромската етническа група. Всички се обединяваха около мнението, че усилията за промяна на тези тенденции са необходима положителна първа стъпка в правилната посока.

Разбирания за фалшиви новини и дезинформация сред ромите

Най-често посочваното общо определение за фалшиви новини и дезинформация, на което респондентите се осланяха при фокус груповите дискусии беше изчерпателно и семпло:

„Фалшива новина означава прикриване на истината.“ (Младеж, София)

При директна конфронтация с въпроса „Какво мислите, че означава „фалшива новина“?“ повечето респонденти имаха представа за естеството на този феномен. Често предлагаха свои собствени обяснения и определения (като посоченото по-горе, например) за фалшиви новини и дезинформация. За респондентите обаче беше предизвикателство да посочат пример за фалшива новина, на която те самите „са се хванали“ или поне частично повярвали. Посочваните примери включват широк кръг от теми и явления:

„Според мен, като ти рекламират нещо на определена цена и от определено качество, а после идва и ти го виждаш, че е от съвсем по-ниско качество. Аз на такива съм се връзвала.“ (Здравен медиатор, Лом)

Този пример демонстрира разбирането сред нашите респонденти, че всяка лъжа, която се разпространява публично, е фалшива новина. От друга страна, респондентите не винаги можеха да дадат примери за конкретни фалшиви новини, свързани с ромите, когато бяха директно помолени да помислят за такива. Този извод е значим, когато бъде съпоставен с откритието, че преобладаващата част (ако не всички) от респондентите посочваха конкретни и многобройни примери за враждебно насочени антиромски медийни публикации (които възпроизвеждат и установяват стереотипни образи и наративи, основани на предразсъдъци), когато бяха помолени да посочат пример за лошото отношение на медиите към ромите. Взети заедно, тези две заключения илюстрират разминаването в представите на членовете на ромските общности. Антиромската перспектива на българските медии, според нашите респонденти, е естествена част от българската реалност и макар да я разпознават като враждебна и неоснователна, респондентите ни не я категоризират като фалшива новина.

Изследването обаче откри, че респондентите са високо чувствителни към ефектите и проявленията на конкретни дезинформационни кампании. Тези истории и усещания обаче бяха разказвани от респондентите ни като нещо, което се случва и засяга други роми и други ромски общности, а не самите

тях. Основното усещане у представителите на ромските общности е, че към фалшивите новини са уязвими само необразовани и неграмотни хора, а на предразсъдъците и враждебните митове за ромите се „връзват" хората извън ромската общност.

Разграничение между фалшиви новини и дезинформация

Фалшивите новини са един от компонентите на враждебната антиромска медийна среда в България. Дезинформираността (убедеността на хората, която е базирана на целенасочено пропагандирана съмнителна и неоснователна информация) е един от основните ефекти от враждебната медийна и онлайн среда. Фалшивите новини са основен инструмент, който се използва (умишлено или неумишлено) за постигането на ефекта на дезинформираност. За целите на предстоящия анализ, дезинформацията се разбира като социален процес по изграждане и принадлежност към неправилни виждания за действителността, докато фалшивите новини са конкретният градивен елемент (и реално проявление) на фалшиви или подвеждащи медийни и онлайн истории.

Този анализ използва това разграничение при следващите секции на доклада и отчита, че противопоставянето само на фалшивите новини, като такива, не би било достатъчно, за да се противодейства на по-обхватния процес по дезинформация, засягащ ромските общности и българското общество като цяло.

ВИДОВЕ ДЕЗИНФОРМАЦИЯ И ФАЛШИВИ НОВИНИ, ЗАСЯГАЩИ РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Ключово разграничение, което анализът на данните установи след провеждането на фокус групите, беше направено по линията на това, сред кого са разпространени фалшивите новини.

Тенденцията по дезинформация, която засяга ромските общности в България може да бъде разделена в две основни категории: дезинформация **относно** ромите и дезинформация, сред **ромите**.

От една страна, респондентите ни описваха тенденцията за дезинформационни кампании от социален характер, които са били особено популярни сред ромските общности и са довели до реални последици. Този тип медийна и онлайн враждебност може да бъде категоризирана като дезинформация сред ромите. От друга страна, респондентите отчитаха и негативните последици от етническата предубеденост и стереотипните образи за ромите в медийна среда в България. Такива типове медийна враждебност могат да бъдат наречени дезинформация относно ромите.

УСПЕШНИ ФАЛШИВИ НОВИНИ И ДЕЗИНФОРМАЦИОННИ КАМПАНИИ СРЕД РОМИТЕ – КАКВО ВКЛЮЧВАТ И КАК ДА ПРЕБОРИМ ВЛИЯНИЕТО ИМ?

Двата основни фактора, които правят една дезинформационна кампания успешна сред[14] ромските общности, според респондентите ни и техния всекидневен опит при работа с представителите на ромските общности, са високите нива на неграмотност и компрометираната връзка между ромите и публичните власти (включително и медиите): Една малко по-критична публика, с ресурси за проверка на фактите и твърденията, на които попада, би изглеждала на респондентите ни по-способна да устои на преднамерена дезинформация и фалшиви новини.

На второ място, сред респондентите ни преобладаваше усещането за отрицателно публично мнение за ромите, което подклажда (или самото то е подклаждано от) крайно негативното отношение на държавните институции и обществото като цяло. Недоверието на ромите към държавните институции е съпроводено от крайна наивност към нещата, които се разпространяват от Фейсбук (вероятно заради привидната им автентичност).

„Няма коронавирус!“ – за недоверието към властите и надмощието на личните преживявания

През март 2020 България стана една от първите държави, които обявиха повсеместно валидна епидемиологична ситуация, обявявайки извънредно положение още на 13 март. Строги мерки бяха въведени на национално ниво. Напускането на дома за българите беше разрешено само за работа (в сектори, където е невъзможна работата от вкъщи) и набавянето на стоки от първа необходимост – храна и лекарства. Пропускателни пунктове бяха издигнати на изходите на областните градове, ограничавайки пътуването на граждани с цел намаляване на разпространението на заразата от COVID-19.

Пандемията от COVID-19 се отрази особено пагубно на най-уязвимите групи в световен мащаб, каквито в България са ромските общности. В почти всички български градове те са пространствено сегрегирани по етнически признак, основно в ромските квартали, които медиите обикновено наричат „гета“ (виж например Dzhambazki.com 2008). По време на националната пандемична изолация, се появиха слухове, че заразата се разпространява основно от представители на ромските общности. Медиите започнаха да разпространяват сведения, че ромите не спазват пандемичните мерки и напускат до-

14. Важно уточнение, което трябва да бъде направено е, че тези дезинформационни кампании и конспиративни теории са възприемани не само сред ромските общности. Тяхната популярност прекрачваше етнически, социо-икономически и културни граници. Фокусът на този доклад обаче е върху връзката между фалшивите новини и ромските общности – по тази причина в детайли е разглеждано влиянието на разпространените чрез Фейсбук конспиративни теории сред ромските общности, без да се засяга влиянието на дезинформацията в по-широката публика.

мовете си, за което се предполага, че силно ускорява разпространението на вируса (виж например 24chasa.bg, 2020b). Това беше последвано от управленски решения за ограничаване на достъпа и изхода от ромските квартали в някои градове, където нивата на заразата бяха отчетени като прекалено високи. Медиите отдадоха тези решения на неспособността на ромите да се съобразят с наложените мерки (виж например Nova.bg, 2020).

Медийното отразяване на фалшиви новини, свързани с COVID-19 е двуизмерно. От една страна, медиите твърдяха, че ромите са отговорни за разпространението на COVID-19 (Петров, 2020). От друга страна, дезинформация относно съществуването и същността на вируса беше разпространявана сред членовете на ромските общности чрез брошури и Фейсбук постове.

Фалшиви новини, граничещи с конспиративните теории, са довели, според участниците във фокус групите, до заблуждаването на цели ромски общности, че вирусът е измислен, за да оправдае действията на държавните власти да държат ромите затворени надалеч от останалото население на страната:

„На ромите беше насадено, че няма вирус и всичко е само за да държат хората затворени." (Младеж, Сливен)

Преобладаващото мнение на респондентите ни беше, че ромските общности, с които медиаторите и активистите работят на ежедневна база, не вярват, че вирусът е истински и крие реални заплахи за здравето им. Има две основни причини за недоверието на ромите в информационните емисии на медиите и официалните институционални източници на информация. Първо, ромите смятат, че са пострадали повече от противоепидемичните мерки, отколкото от здравните рискове на самата пандемия. Ромските квартали са системно подлагани на по-строги противоепидемични мерки, отколкото останалите части на страната. На ромите беше забранено да напускат кварталите, които обитават (докато останалата част от населението имаше забрана да напуска населеното си място). Тези ограничения водят, наред с други неща, и до загуба на работни места (понеже ромите от затворените махали не са имали възможността да се явят на работа, ако тя се намира извън техните квартали). В допълнение, жертвите на COVID-19 не са изцяло видими (където такива е имало) или поне не в такива големи количества, за каквито властите са предупреждавали. По този начин, мерките срещу заразата са довели до по-отчетливи във всекидневието на ромите последици, отколкото заразата сама по себе си[15].

Второ, желанието на ромите да открият интерпретация на действителността, която по-адекватно съответства на всекидневната им реалност,

15. Сред нашите респонденти, само здравните медиатори бяха имали някакъв досег с вируса в действителност. По-популярното мнение сред ромските общности е, че вирусът е „измишльотина", основно защото твърдяха, че не са го виждали с очите си. Освен това, здравните медиатори споделяха, че основното предизвикателство пред работата им, по време на пандемията, е да убедят хората, че опасността е истинска и че (повечето) мерки са необходими и неизбежни (с изключение на здравните медиатори от Монтана, за които най-голямото предизвикателство е била необходимостта да поемат част от задълженията на парамедиците и медицинския персонал, който не е обгрижвал предполагаемите случи в ромските квартали от страх да ги посети).

предизвиква реакция по търсене на конспиративни обяснения за поведението на държавните институции и власти. Конспиративните обяснения за изолирането на ромите и нейната обвързаност с пандемията в България са резултат от виждането на нещата такива, каквито би било по-лесно да бъдат, отколкото такива, каквито в действителност са – индиректно провокирани от дискриминативния дух на българското общество, а не ясно продиктувани от заговор за страданието на ромите:

„По-лесно е да повярват хората [от ромските общности] в нещо измислено, защото не искат хората да ги затварят." (Здравен медиатор, Ямбол)

За да се стигне до това ромските общности да възприемат алтернативни (на официалните и подкрепени от факти) обяснения за състоянието и неволята си, са необходими две основополагащи изисквания: 1) практическо разминаване между обрисуваната официална версия и всекидневните преживявания на хората и 2) (социално и мисловно) пространство за ре-интерпретация на фактите. Пространството за ре-интерпретация на официално оповестени факти се появява тогава, когато има преобладаващо схващане, че официалните версии биха могли да бъдат неистинни и има наложено недоверие в държавата и институциите ѝ. Българските медии (и официално представените власти като цяло) имат усложнена взаимовръзка с ромските общности. Както беше дискутирано и по-рано в този доклад, медиите рядко работят в интерес на ромските общности и обикновено задълбочават имплицитната, но всеобхватна враждебност към тази конкретна етническа група. Тези тенденции не остават незабелязани от ромските общности:

„По принцип ромите сме набедени във всяко едно отношение и според мене те знаят, защото в кварталите не се чисти добре от хората в общината, не се поддържа добра хигиена, затова казват - всичко идва от ромите и от кварталите. (...) Независимо, каквото ще да стане, ако някой нещо е направил и е от ромски произход, те веднага това го изтъкват."
(Активист, Монтана)

Опропастената връзка между ромските общности и официалните власти и медийни авторитети трайно установява атмосфера на споделено недоверие. Недоверието на ромските общности към държавните институции и към официалните и популярни източници на информация създава повече пространство за ре-интерпретация на истината. То увеличава уязвимостта на ромите към „алтернативни факти" и поражда заблудата, че те могат да са точно толкова легитимни, колкото и признатите от данни и експертиза. Авторитетът на фактите и на експертите е подриван от всеобщо отхвърляне на очакваната презумпция, че държавата и медиите действат в интерес на ромите. Тази изначална опозиция между ромите от една страна и държавните власти и медиите от друга задава поле за реализация на фалшиви новини и дезинформация.

Уязвимостта на ромските общности към разпространението на фалшиви новини и дезинформация относно COVID-19 се корени в масово налагания медиен образ на ромите – че те са отговорни за всичко лошо в обществото, което сега, в очите на нашите респонденти, просто е приспособено да включва и

пандемията. Последиците от установеността на тези публични и медийни наративи се материализира в афинитета на членове на ромските общности към алтернативни източници на информация и авторитети.

„Националната стратегия за детето се приема, за да може децата да бъдат осиновявани от гей двойки в Норвегия“ – емоционално заредени теми и ирационални страхове

Гореописаният пример за широко разпространена дезинформационна кампания сред ромските общности не е безпрецедентен. Всъщност, той може да бъде интерпретиран като поредното свидетелство за недоверието на хората от ромските общности към официалните власти и информационни канали. Конспиративните теории, според които правителството умишлено действа с цел да дискриминира и изключва ромските общности, се появяват още през 2019 година. През 2019, ромските общности стават жертва на един от най-сериозните случаи на дезинформация и разпространение на фалшиви новини[16] в България. В основата на тази дезинформационна кампания е поставена Националната стратегия за детето (2019-2030). Изготвена през 2018 като продължение на предходната Национална стратегия за детето (2008-2018), стратегията предлагаше разширение на предвидените политически действия, в полза на превенцията на насилието над деца.

Дезинформационна кампания (подкрепяна от тези с възгледи за съхранение на „традиционното семейство“, включително и една от представените в правителството партии – ВМРО[17] (News.bg., 2019)) набира популярност във Фейсбук през 2018/2019. Според фалшивите новини от тази поредица, Националната стратегия за детето е съфинансиран от Норвегия проект, целящ да промотира поправки в закона, които да позволят на държавата, чрез социалните служби, да отнема български деца от семействата им, следвайки „норвежкия модел за защита на детето“ (Ditchev, 2019). В същността си, фалшивите новини твърдят, че децата могат да бъдат отнемани от родителите им без предупреждение (понякога и без тяхно присъствие) и по неоснователни причини (като родителски отказ да се закупи конкретна играчка, например), за да бъдат насилствено осиновени от еднополови двойки в Норвегия[18].

Тази дезинформационна кампания води до широко разпространен страх, че деца ще бъдат отвличани от родителите им, особено сред родителите роми, които имат ограничени ресурси да се противопоставят на държавните служби и управленски решения. Тази подхранвана от страх паника ескалира до особено големи пропорции на места като Сливен, където ромските роди-

16. Ромските общности далеч не са били единствените „жертви“ на популярните в България конспиративни теории, основният разпространител на които е бил Фейсбук. Членове и на другите етнически общности, включително и на етническите българи са се оказвали уязвими към конспиративни теории и съмнителни източници на информация.
17. В резултат на тази кампания, Националната стратегия за детето не беше ратифицирана.
18. Излишно е да се споменава, че тази интерпретация на текста на Стратегията не отговаря на истината.

тели в отговор на конспирацията, прибираха преждевременно децата си от училище (или не им разрешаваха изобщо да отидат в класните стаи), за да могат да ги държат в безопасност у дома, надалеч от властите (за които ромите вярват, че на практика ще опитат да отвлекат децата им без обяснение).

„Достигна до нас, до квартала, че не знам как, новината достигна до ушите на хората, че отишли някакви хора да вземат децата, без да знаят родителите. А всеки родител – и аз да съм, и вие, като чуете, че вземат детето ти без да знаеш, всеки ще постъпи така. И тръгна целият квартал към тези две училища, в които учат ромските деца." (Активист, Сливен)

Респондентите ни от Сливен също допълниха, че страхът на ромите от отнемане на децата им е допълнително подхранен и от видеа, които са циркулирали във Фейсбук и са достигали до очите на ромските общности. В тези видеа мъж обяснява на хората, че децата им ще бъдат отнети от тях и предадени на холандски семейства за отглеждане (Actualno.com, 2019). Видеата също включват и съкрушителни кадри от сцена на реално отнемане на дете от родителите му.

„Това пак изникна от медиите. Медиите, които разпространяват от другите държави как взимат детето. Майката плаче, детето реве, тръшка се, а социалните служби и полицията взимат децата, без да се допитват до родителите. А нашите хора, знаете, малко повечето са неграмотни и те каквото виждат по телевизора или по тези мрежи и те си помислиха, че и с нашите деца ще се случи това. (...) И може би от тази гледна точка стана този хаос." (Активист, Сливен)

За щастие, най-сериозната последица от тази дезинформационна кампания се оказа само пропускането на няколко учебни дни от ромските деца. Този случай обаче извежда на преден план някои притеснителни тенденции около връзката между ромите от една страна и държавните власти и медиите, от друга. Някои от респондентите ни правеха изводи, относно естеството на тази връзка:

„Това беше една атака от фалшиви новини и сензации (...). В Сливен конкретно май имаше замисъл да се изпробва доколко общността, колко бързо би могла да се мобилизира. (...) Беше много добър експеримент, който показа, че хората не са рационални. Най-лесно се работи като си играеш с емоциите на хората." (Студент, Сливен)

Тази дезинформационна кампания изглежда се оказа успешна за известен период от време – родители от други градове, като Карнобат, Ямбол и Асеновград също са били обземани от паника и прибирали децата си от училище. Масовостта на тези действия води до известна ескалация и предизвиква засилено полицейско присъствие в ромските квартали. Някои от респондентите ни дори привидяха организиран политически акт в основата на тези събития. Според ромските активисти, цялата кампания е била умишлено изфабрикувана 1) за да се създаде напрежение в сегрегираните ромски квартали, 2) за да може родителите да изтеглят децата си от училище и по този начин да

се задълбочат негативните обществени нагласи към ромите и ромските семейства. По този начин устойчивият наратив за неграмотността и необразоваността на ромите да бъде допълнително онагледен чрез отказа на ромските родители да изпращат децата си на училище.

Независимо дали е била резултат от организирани политически действия (целенасочена дезинформация), или просто нещастен развой на събитията (поредица от случайности, при която фалшивите новини водят до сериозни последици), този особен случай на масова заблуда съумя да надгради вече съществуващата уязвимост на ромските общности към фалшиви новини и дезинформация. Също както и в случая с конспирацията около COVID-19, фалшивите новини успяват да доведат до реални действия, защото са подкрепени от вече съществуващо недоверие във властта и публичните авторитети, както и защото въобразената история наподобява на специфики от реалната действителност на преживяванията на ромите в България[19].

„Но пък беше за добро“ – може ли фалшивата новина да е положително явление?

Схващането, че социалните служби са врагът, от който ромите трябва да се предпазват постоянно, не е ново. Противопоставянето между официалните властови структури и ромските общности (системно подхранвано от медийните образи, както беше представено при изводите от кабинетното проучване на този доклад) винаги е имало централна роля в живота и поведението на повечето маргинализирани и изключени от обществото членове на малцинствата. Тази тенденция (и нейните неочаквани проявления) е илюстрирана и от една история, споделена от респондент на изследването, за това как фалшивите страхове могат да бъдат преодолени чрез хитро измислени „положителни фалшиви новини“:

„Аз искам тук да споделя фалшива новина, която ние с колегата я измислихме. Тя наистина беше фалшива, но пък беше за добро. Примерно 2006 година мисля че беше, когато започнахме да работим имахме една среща с всички джипита, които са детски лекари тук в Лом и те споделиха с нас, че от един квартал, нито една майка не иска да ваксинира детето си. След което ние отиваме на терен, нали, говорим с тях и те казват „Не, ние няма да си ваксинираме нашите деца, защото ваксините вредят, те се разбо-

19. От една страна, реалността за която става въпрос са случаите, в които наистина ромски деца са отнемани от родителите им от социалните служби. Респондентите ни от Сливен споделиха, че наистина има такива изключения, при които социалните служби са отнемали деца, поради родителска небрежност. От друга страна, има преобладаващо усещане сред ромските общности, че ромските деца не са в безопасност извън границите на собствения им дом. Респондентите от Сливен споделиха истории за ромски деца, които са били подлагани на физически тормоз или са получили трайни физически щети, нанесени им от по-големи деца от българския етнос, които са извършвали действителни престъпления от омраза. Независимо дали тези разкази (за отнети и малтретирани деца) са истина или не, те са оставили траен отпечатък в представите на ромите и в общностната им памет за света, в който живеят. Така този свят придобива измерения, в които родителите не са спокойни за своите деца, защото те са застрашени винаги, когато не са придружени от родител.

ляват, парализират се и така нататък". Връщаме се втори път – разубеждаваме ги, говорим с часове и те „не, не, не, не". И ние седнахме с колегата в офиса и се чудим просто как да разрешим проблема. Защото едно дете, ако не е ваксинирано, ще тръгнат различни болести, зарази и така нататък. И след което ние двете решаваме да се върнем отново в квартала и да излъжем хората. Да направим фалшива новина. Връщаме се в квартала и им казваме: „хора, ако до петък не отидете да си ваксинирате децата, личните лекари изпращат бележки до социални грижи и повече няма да получавате детски, нито социални". (...) След няколко дни ни звънят личните лекари и ни казват: „Абе, хора, какво направихте вие? Пред кабинетите ни е опашка – ние не можем да им смогнем". Така че по някой път фалшивата новина може да има така и положителна роля." (Здравен медиатор, Лом)

Този пример илюстрира как познаването на спецификите на „достоверно звучащите фалшиви истории" може да се използва за образоване, информиране и пораждане на критическа мисъл у хората. И най-вече – за да се противодейства на вредното влияние от вече успешна дезинформация. Познаването на детайлите и особеностите на фалшивите новини, които жънат успех сред хората, може да се прилага и за превенция на влиянието на вредни кампании занапред. Въпреки това е важно да се отчете също и че отново основен компонент за успеха на една фалшива новина е боравенето със страхове, породени от опорочената връзка между ромските общности и официалните власти.

„Бил Гейтс ни шпионира!" – страхът от невидимите врагове

Страхът от ваксините и особено от някаква външна намеса, която ги опорочава и използва за вреда, също не е нов. Нещо повече, тази негативна нагласа към ваксините (Поповски, 2018) е само засилена, покрай конспиративните теории около коронавируса. Страхът от чужд, далечен и непознат враг е сериозна заплаха, на която здравните медиатори трудно успяват да се противопоставят.

Респондентите ни традиционно споменаваха за сблъсъка си с фалшивите новини около пандемията и произхода на COVID-19. По-конкретно, посочваха конспиративна теория, която твърди, че вирусът е изкуствено създаден от софтуерния магнат Бил Гейтс (Милева, 2020), чиято основна цел е да разработи ваксина срещу коронависурса. Тази ваксина, според фалшивите новини, той ще използва, за да имплантира проследяващи устройства, под формата на микрочипове под кожата на хората и ще събира информация за поведението на неподозиращите ваксинирани граждани. Тази конспиративна теория не е специфична само за българския контекст, но е особено популярна сред българските потребители на Фейсбук (Newsroom, 2020).

„Най-вече [хората] не вярват във ваксините. Защото знаете във Фейсбук какво е: „ще ни сложат чипове, умишлено ще заразят дечицата сега". Това е най-голямото предизвикателство пред нас, защото на всеки един трябва да му обясниш, че няма нищо общо с коронавируса редовното ваксиниране.

Те си мислят, че един вид от една ваксина можело да се случи нещо на някое детенце. Това е ново – покрай коронавируса.“ (Здравен медиатор, Видин)

Този пример онагледява поредното проявление на недоверието в официалните власти и авторитети. В този случай обаче злите конспиратори са далечни и недостъпни фигури на властта, за които се смята, че действат на глобално ниво. Идеята, че Бил Гейтс се опитва да контролира цялата планета, онагледява усещането, че хората губят контрол над собствения си живот и нямат друго рационално обяснение за това защо губят контрол над обстоятелствата, които стремглаво се влошават.

На базата на идентифицираните популярни случаи на фалшиви новини и дезинформационни кампании, можем да направим следния извод: за да могат „алтернативните представи за истината“ да бъдат приемливи сред ромските общности, тези представи трябва: 1) да бъдат в синхрон със съществуващите и видими особености на реалния житейски опит и представи на хората и 2) да експлоатират опорочената връзка между публичните власти и авторитети (включително официалните медийни канали) и ромските общности – недоверието на ромите във властта и правителството. Тези два ключови компонента превръщат ромските общности в особено уязвими към фалшивите новини, дезинформационните кампании и конспиративните теории.

Фалшивите новини, които предизвикват особено висок отзвук сред ромските общности и постигат успешни дезинформационни кампании, се основават на следните **ключови компоненти:**

- Създадено усещане за надвиснала опасност (независимо дали тя е истинска или въображаема) над фундаменталните ценности или основни аспекти от реалния всекидневен живот на хората
- Да разгръщат образа на далечен, непознат или всесилен враг
- Да разказват историите си така, че да отпращат към действителното преживяване на ромската идентичност – в постоянно противоборство с държавните власти и авторитети.
- Да инкорпорират истории, които са били разпространявани и преди, но наново са активизирани за целите на дезинформацията. Особено такива, които са емоционално натоварени.

Респондентите ни отчитаха, че за уязвимостта на ромските общности към дезинформацията и фалшивите новини допринасят основно високите нива на необразованост сред ромите, ограничения достъп до медийни и дигитални информационни канали, както и ниските нива на информираност, медийна и дигитална грамотност.

МЕДИЙНИ ПОДХОДИ КЪМ РАЗПРОСТРАНЕНИЕТО НА ДЕЗИНФОРМАЦИЯ ОТНОСНО РОМСКИТЕ ОБЩНОСТИ, КОИТО ДОСТИГАТ ДО САМИТЕ ТЯХ

Някои от основните характеристики на враждебната медийна среда в България не бяха убягнали и на респондентите на проучването. Те бяха забелязали, че антиромската враждебност на медиите допринася за всеобщата картина на дезинформираност сред не-ромите, постигана особено чрез практиките на установяване и утвърждаване на вредни анти-ромски наративи. Преобладаващото усещане сред респондентите беше, че популярните медии и установеното обществено мнение е антиромско. Емоционалното интернализиране на антиромската враждебност в медиите и в обществото води до изграждането на усещането за цялостна дискриминативна среда сред ромите в България. Така ромите усещат, че медиите в страната не работят в техен интерес. Напротив – медиите и техните послания са считани за нещо, което обрича на неуспех всяко усилие на ромските общности да преобърнат негативните образи и митове, водещи до антиджипсизъм и дискриминация.

Респондентите от ромските общности описваха медийната враждебност и практиките по разпространение на неверни и фалшиви новини и дезинформация като един от най-успешните механизми за изключване на ромската гледна точка и на самите ромски представители от медийния и публичния дебат в страната. Респондентите ни идентифицираха четири основни тактики, чрез които медийните канали успяват да установят и затвърдят наративите, основани на предразсъдъци. Те включват етнизацията на проблемите, целенасочено подвеждане на аудиториите, сензационализъм и умишлено лишаване на ромските представители от техните гласове.

Етнизацията на проблемите

Това, което нашите респонденти наричат „етнизация на проблема“ се корени в журналистическата и репортерска практика за извеждане на преден план на етническата принадлежност на участниците в негативни новини. Това допринася за установяването на наратива, че „ромите са престъпници, които заслужават сурови наказания“ (вж. резултатите от кабинетното проучване):

> *„В крайна сметка ставам свидетел на доста проблеми, в които не участват представители на ромския етнос, за които също се дава гласност, но там не се етнизира проблемът, там не се казва, например ако извършителят на престъплението е българин, не се казва ‘българин преби бабата”, няма такъв начин на осведомяване на общността, докато като е представител на ромската общност не се пропуска.“ (Ромски лидер, Сливен)*

Установената от нашите респонденти практика на „етнизиране“ на проблемите конкретно диагностицира социалните условия, които задават въз-

можността за налагане на медийните наративи по третиране на ромите като „по-малоценни от“ или „природно различни“ от етническите българи.

Целенасочено подвеждане на аудиторията от страна на корумпирани медии

Недоверието на ромите в медиите в България най-ясно проличава в начина, по който те виждат медиите като служещи умишлено на целите на дезинформацията – чрез тяхната корумпираност по природа, която принуждава някои медии да подвеждат и заблуждават съвсем умишлено:

„Може да противопоставя примерно. Да обърква, да създава грешни представи. Вина имат собствениците на медиите и най-вече на големите медии, които преследват частни корпоративни интереси и просто споменават това, което им е удобно, а не това, което е истина. (...) Хората, които имат медиите, имат повече от банките, защото се вижда, че с тях можеш да затвориш 2 млрд. хора по земята например.“ (Активист, Септемврийци)

Това грандиозно обяснение на опорочените медии в България е базирано на разпространеното негативно мнение за българските медии сред ромските общности. Нито един сред респондентите ни не предостави добър пример за популярни медии, които някога са признали или публикували извинение за разпространение на невярна или вредна информация относно ромските общности.

Сензационализъм, базиран на установени предразсъдъци

Фалшивите новини и дезинформацията са считани за поредния пример за склонността на социалните структури в България да работят в полза на мнозинството и да ощетяват малцинствата. Някои от респондентите ни споделиха подозрението си, че сензации, засягащи ромските общности, често се използват от медиите, за да отклонят общественото внимание от нашумял случай на политически скандал или история, засягаща високопоставени публични личности.

Според респондентите, това лесно постижимо публично съгласие осигурява комфорта на аудиторията и я разсейва от сложните проблеми на икономическия и политически живот в страната, предоставяйки социален отдушник за българските публики. Винаги, когато нашуми история за престъпления от високите етажи на властта, корумпираните медии се стичат на помощ на своите „покровители“ и ги спасяват от напрежението на публичното око, измествайки фокуса върху удобния злодей – ромските общности.

Особено явно респондентите ни отчитат, че митът за ромската криминалност се използва, за да разсее публичното внимание:

“Когато има някакъв проблем, например с [някой политик или голям бизнесмен], когато има нещо за тях, веднага се обръщат медиите към ромските проблеми; кой кого убил, кой какво откраднал, какво направил.”
(Социален работник, Нови пазар)

Умишлено лишаване на ромските представители от техните гласове

Едностранният подход при медийното отразяване на теми, които силно засягат ромските общности също беше регистрирано от респондентите. Ромските активисти отбелязаха, че медиите умишлено не са осигурявали адекватно представителство на разнообразието на членовете на ромските общности, които отразяват и интервюират. Особено неглижирани са били значими фактори, като нива на образованост и способност за публично говорене и правилна артикулация:

„Аз съм бил свидетел, когато медиите умишлено избират хората, които не могат да говорят и които предпочитат да се излагат, а не да отидат при хората, които са здравомислещи и могат да отговорят адекватно на въпроса. Тези хора журналистите ги отблъскват. Не им обръщат внимание и не ги отразяват.“ (Младеж, София)

По този начин медиите лишават ромите от техните истински гласове – като лишават общността от възможността да представи разнообразието на своите членове. Така медиите успяват да затвърдят вече установения от тях образ на необразовани и неграмотни роми, като генерална характеристика на целия етнос.

ЕМОЦИОНАЛНО ЗАРЕДЕНИ АСПЕКТИ НА АНТИДЖИПСИЗМА

Дискриминацията в реалния живот и медийната враждебност като интернализирани фактори за себевъзприятието на ромските общности

Някои респонденти споделиха истории на свой личен сблъсък с дискриминация и предразсъдъци в реалния си живот, докато други споделиха опита си с онлайн дискриминацията и публичната предубеденост. Всички респонденти бяха ставали жертва на дискриминация и имаха личен опит с предизвикателствата на социалния и икономически живот на хората, които определят себе си като роми. Голяма част от всекидневните изпитания, за които нашите респонденти споделяха, се корени в представите на мнозинството за същността на малцинството.

Директен антиджипсизъм и прикрити микроагресии

Някои прояви на дискриминация са считани от респондентите ни за нещо нормално и никой не се е противопоставял на това. Някои от респондентите ни споделиха за по-прикрити прояви на дискриминативно отношение, на които не са обърнали особено внимание. Други пък проявяват висока чувствителност към по-незабележими намеци на дискриминация и микроагресии, каквито преживяват всекидневно:

„Те никога няма да ти го кажат в очите [че смятат, че не заслужаваш отличните си оценки], но те гледат по един особен начин. Ние ги забелязваме тези неща." (Ученик, Лом)

Вероятно най-често срещаният пример за проява на дискриминативно отношение, който е валиден и за общуването лице-в-лице и за онлайн комуникацията, е изразът „Ти не си като другите [роми]". Според разказите на респондентите ни, това е най-често срещаният израз, с който се отговаря на опитите на ромите да се противопоставят на предразсъдъците срещу себе си. Респондентите ни споделиха, че опитват да поставят под съмнение общовалидността на антиромските митове и стереотипи, като представят себе си като контра-пример на тези образи. Тази стратегия цели да покаже, че не всички роми са нискообразовани и престъпници, а напротив – самите те са продуктивни и успешни членове на обществото. В отговор, етническите българи най-често издигат стена с израза „Ти не си като другите". Това твърдение позволява на мнозинството да запази авторитета си върху установяването на общовалидната истина и в същото време да допуснат положителните качества на нашите респонденти – обрисувайки ги като изключенията, които само затвърждават правилото. Така предразсъдъците могат да продължат да съществуват като доминираща нагласа сред обществото, въпреки множеството примери за обратното.

Изследването установи, че независимо от канала на реализация (на живо, в медиите или онлайн) междуличностните (анти-интеграционни) схващания са ориентирани около едно общовалидно допускане: „Ромското" е по условие по-лошо и по-малоценно". Подходите към противопоставянето на тези разбирания онлайн и в традиционните медии, може да бъде основано на отчетените като успешни стратегии за противодействие при защитаването на проромската страна в дискусии и спорове.

Тези стратегии включват следните компоненти:

- Уповаването на факти – отчитането на исторически и актуални постижения на хора с ромски етнически произход, с особено висок обществен принос;
- Предоставянето на положителен пример – споделянето на историите и показването на лицата на успешни роми;
- Демонстрирането на познание и експертиза за опровергаването на фалшиви новини и дезинформация относно ромите – преборването на дезинформацията и грешните убеждения директно чрез факти и официални данни;

- Използване на достоверни източници, при отхвърлянето на фалшиви твърдения и грешни стереотипни допускания.

Тези стратегии могат да бъдат използвани за активизъм, застъпничество и за развитието на медийни и онлайн публикации, които да допринесат за изграждането на знание за ромските общности и ромската култура. Този принос към знанието е необходим 1) за да създаде пространство, в което ромите да се чувстват в безопасност и подкрепени, за да придобият по-високо самочувствие за етническия си произход и 2) защото се противопоставя на нормализирането на антиджипсизма като обществена нагласа, която често е използвана за създаването на сензации и за затвърждаването на „всеобщото безвъпросно знание" сред членовете на етническото мнозинство.

Дебатът относно интеграцията – междугрупово напрежение сред ромите

Интеграцията като цяло беше възприемана от респондентите ни като индивидуален акт.

„Интеграция не е правилната дума, а социализация. Тези хора са тук от колко години - как ще ги интегрираш? Просто трябва да се социализира този човек, да излезе от тази капсула, от тази маргинализирана среда."
(Социален работник, Нови пазар)

Дебатът около интеграцията е силно повлиян и от нагласите на ромите за влиянието, което дезинформацията относно ромите има върху всекидневния им живот. Заради медийния наратив за невъзможната интеграция, на която пречи само неспособната да се интегрира „ромска природа", респондентите (самите те членове на ромски общности) са стигнали до убеждението, че интеграцията е задача именно на ромите сами за себе си – лична отговорност на всеки човек. Затова изследването може да заключи, че интернализираната медийна враждебност към ромите е довела до страхове у някои членове на ромските общности, че предразсъдъците и стереотипите може да се окажат верни. Затова ромите бързат да се дистанцират и отрекат от такива „маргинални" хора, които обвиняват за собствената им неуспешна интеграция.

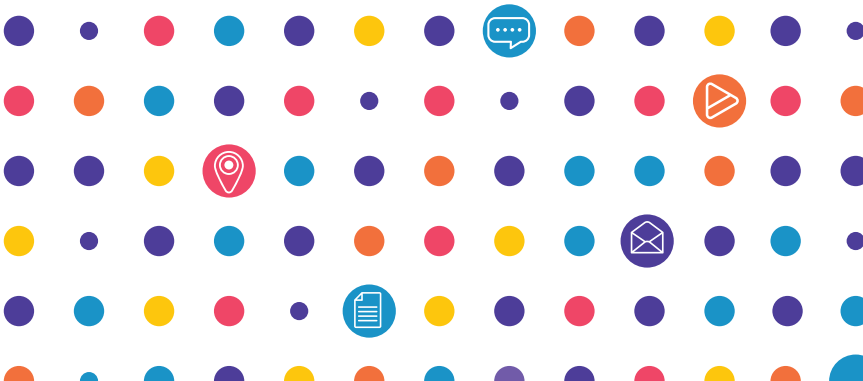
Въпреки това, изследването демонстрира, че противодействието на медийната враждебност изисква противопоставяне на ефектите, които тези процеси са оказали върху самите ромски общности от една страна, и върху обществото като цяло, от друга. Затова, всякакви бъдещи стратегии за преодоляване на медийната враждебност към ромите и ромските общности трябва да бъде насочена към отразяването на дезинформацията сред ромските общности, както и на дезинформацията относно ромските общности. По този начин антиджипсизмът може да бъде преодолян от ромите и за ромите.

ИЗВОДИ ОТ ПРОВЕДЕНИТЕ ФОКУС ГРУПИ

Основните заключения от анализа на данните, събрани чрез проведените фокус групи, идентифицира някои основни тенденции, които могат да бъдат опровергавани или използвани в опит за преодоляването на опасността от фалшивите новини и дезинформацията сред ромите и относно ромите в медиите и онлайн:

- За да може цялостната ситуация на антиромска враждебност да бъде адресирана, **конкретни действия трябва да бъдат предприети**, за да се смекчат последиците от деизнформацията сред ромите и дезинформацията сред етническото мнозинство в България.
- **Популярните медийни и информационни канали, използвани от ромите са Фейсбук, YouTube, Google.** В по-малка степен ромските общности се информират и чрез национално разпространявани телевизионни канали, както и чрез някои високо титуловани аналитични и считани за етични медийни канали. Популярните канали за новини и информация обаче не се ползват с доверието на членовете на ромските общности, защото на тях се гледа като на медии, защитаващи чужди интереси.
- Има **две различни проявления на медийната враждебност към ромските общности**. От една страна има дезинформация, която се разпространява сред ромските общности, а от друга – медийна дезинформация относно ромските общности. И двата типа дезинформация оказва влияние върху ромите. **Дезинформацията сред ромите** влияе основно върху техния мироглед и върху личните им действия. **Дезинформацията относно ромите** влияе на самочувствието и емоционалното състояние на ромите, като формира мнението им за тяхната роля в обществото.
- **Фалшивите новини** и дезинформацията имат сложна връзка с действителността и преживяванията на ромите. И двата типа трябва да бъдат преборени, за да се преодолее антиджипсизмът и медийната враждебност в България.
- **Фалшивите новини** и дезинформацията сред ромите успяват да пожънат успех, защото **разчитат на паника и ирационални страхове**, като експлоатират емоциите на членовете на ромските общности и разчитат на неустойчивата им връзка с държавните власти и публичните авторитети.
- Всички установени антиромски наративи, които медиите разпространяват, достигат и до членовете на ромските общности. Още повече, ромите са идентифицирали и „тънкости“ около тактиките, които медиите използват, за да представят антиромските нагласи и стереотипи: **етнизацията на проблемите, целенасочено подвеждане на аудиториите, сензационализъм и умишлено лишаване на ромските представители от техните гласове.**

- **Медийната враждебност има комплексно влияние върху ромските общности** и начина, по който те интерпретират процеса на интеграция и автосегрегация, особено по отношение на необходимата роля, която ромските общности трябва да изпълняват в тези процеси. От една страна, благодарение на медийните наративи против интеграцията, ромите смятат, че интеграцията е процес, който или ще бъде постигнат от всеки самостоятелно, или няма да бъде постигнат изобщо. От друга страна, автосегрегацията се счита за грешна (също индивидуална) практика по продължаване на негативните тенденции по изключване и маргинализация. Интеграцията и автосегрегацията се виждат като две противоположни явления. **Автосегрегацията е считана за основното препятствие пред успешната интеграция на ромите.**



БИБЛИОГРАФИЯ

- Alliance Against Antigypsyism, 2017. Antigypsyism – a reference framework. Establishing an alliance against antigypsyism. Sofia, 2017.
- Bahar, A.Y.A.Z., 2018. Analysis of The News Concerning the Roma Minority in Bulgaria. Selçuk İletişim, 11(1), pp.288-306.
- Baider, F. and Kopytowska, M., 2018. Narrating hostility, challenging hostile narratives. Lodz Papers in Pragmatics, 14(1), pp.1-24.
- Bonilla-Silva, E., 2006. Racism without racists: Color-blind racism and the persistence of racial inequality in the United States. Rowman & Littlefield Publishers.
- Council of Europe, 2014. ECRI Report on Bulgaria (fifth monitoring cycle). Strasbourg.
- Council of Europe, 2020. Commissioner for Human Rights of the Council of Europe. Dunja Mijtanoc. Report following her visit to Bulgaria from 25 to 29 November 2019., Strasbourg.
- News.bg (2019) И от ВМРО скочиха Срещу стратегията за гетето. Published on: 22.04.2019. Available at: https://news.bg/politics/i-ot-vmro-skochiha-sreshtu-strategiyata-za-deteto.html Last accessed on: 27.08.2020.
- Newsroom (2020). Bulgaria: 1 in 5 Bulgarians believe Gates is behind COVID-19 – survey. Independent Balkan News Agency. Published on 11.06.2020. Available at: https://balkaneu.com/bulgaria-1-in-5-bulgarians-believe-gates-is-behind-covid-19-survey/ Last accessed on: 27.08.2020
- Tandoc Jr, E.C., Lim, Z.W. and Ling, R., 2018. Defining "fake news" A typology of scholarly definitions. Digital journalism, 6(2), pp.137-153.
- Tolsma, J., 2009. Ethnic hostility among ethnic majority and minority groups in the Netherlands: An investigation into the impact of social mobility experiences, the local living environment and educational attainment (Doctoral dissertation, [Sl]: sn [ICS dissertation series 155]).
- Алфа Рисърч, 2020. Мнозинство и малцинства. Нагласи към различните. Доклад – анализ от национално представително проучване. Декември 2019 – януари 2020. Налично онлайн: https://alpharesearch.bg/api/uploads/Articles 2020/March - Religions/final_analyse_results_graphics_31_03_2020.pdf Последно достъпно на 01.06.2020.
- Инджов, И., 2012. Образът на ромите в българския печат., София.
- Даскалова, Н. 2015. Медиите и езикът на омразата: ключови зони. София: Фондация „Медийна демокрация". Налично онлайн: http://antihate.europe.bg/sites/default/files/uploads/untitled_folder/medii.pdf Последно достъпно на 04.06.2020
- Милева, В. (2020). Как ще помогнат ваксините на Бил Гейтс да „обезлюди света". OffNews. Published on: 11.05.2020. Available at: https://nauka.offnews.bg/news/Skeptik_3/Kak-shte-pomognat vaksinite-na Bil-Gejts-da-obezliudi-sveta- _149573.htmlhttps://nauka.offnews.bg/news/Skeptik_3/Kak-shte-pomognat vaksinite-na Bil-Gejts-da-obezliudi-sveta- _149573.html%20 Last accessed on: 27.08.2020.
- Поповски, Л. (2018). Митове и истини за ваксините. Deutsche Welle. Published on 25.05.2018. Available at: https://www.dw.com/bg/митове-и-истини-за-ваксините/a-43826330 Last accessed on: 27.08.2020.
- Спасов, Т. 2017. Репрезентация на ромите и бежанците в българските онлайн медии (наблюдение на медийното отразяване по време на официалната предизборна кампания: 24 февруари 2017 – 24 март 2017)., София: Асоциация на Европейските Журналисти – България.

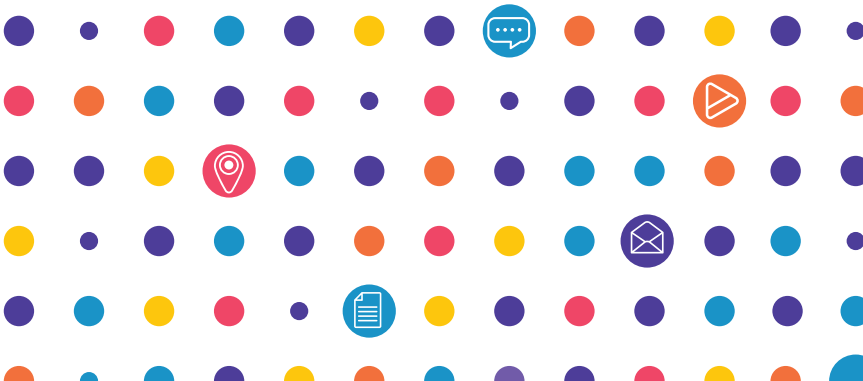
Цитирани онлайн единици на анализ:

- 24chasa. (2019). Събарят 96 незаконни къщи в ромския квартал „Лозенец". 24Chasa.bg. Published on 05.09.2019. Available at: https://www.24chasa.bg/novini/article/7640492 Last accessed on: 29.07.2020.
- 24chasa. (2020a) Роми вече дежурят пред хранителни магазини в центъра на Варна. 24Chasa.bg. Published on 07.04.2020 Available at: https://www.24chasa.bg/region/article/8420683 Last accessed on: 29.07.2020.
- 24chasa. (2020b) Роми не спазват карантината, гурбетчии купонясват, арести на опашка за помощи и детски. Published on: 19.03.2020. Available at: https://www.24chasa.bg/novini/article/8327423 Last accessed on: 27.08.2020.

- 24chasa. (2020c). Роми ядат пеликани и лебеди край Бургас, експерти предупреждават за птичи грип. 24Chasa.bg. Published on 25.02.2020 Available at: https://www.24chasa.bg/region/article/8229339 Last accessed on: 29.07.2020.
- Actualno.com (2019). Роми се втурнаха да прибират рожбите си от училище зарафи клип, обясняващ как се отнемат деца. Published on 04.10.2019. Available at: https://www.actualno.com/society/romi-se-vturnaha-da-pribirat-rojbite-si-ot-uchilishte-zaradi-klip-objasnjavasht-kak-se-otnemat-deca-video-news_1381878.html Last accessed on: 28.08.2020.
- Actualno.com (2020). Ромски лидер: Ако не спрем мангасарите днес, те ще ни превземат утре. Published on 12.04.2020. Available at: https://www.actualno.com/society/romski-lider-ako-ne-sprem-mangasarite-dnes-te-shte-ni-prevzemat-utre-news_1452376.html Last accessed on: 27.08.2020.
- Aleksieva, N. (2020). Проверяват 450 работници, завърнали се от Италия във Варненското село Дъбравино. 24Chasa.bg. Published on 13.03.2020. Available online: https://www.24chasa.bg/region/article/8298339 Last accessed on 29.07.2020
- Blitz. (2016). Екшън в Бургас! Полицаи направиха забележка на шумни цигани – те изпочупиха патрулката с тухли. Blitz.bg. Published on: 02.05.2016. Available at: https://blitz.bg/intsidenti/ekshn-v-burgas-politsai-napravikha-zabelezhka-na-shumni-tsigani-te-izpochupikha-patrulkata-s-tukhli_news409271.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017a). Дивашина посред бял ден! Пияни до козирката роми пребиха лекарка от бърза помощ. Published on: 17.06.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/regioni/divashchina-posred-byal-den-piyani-do-kozirkata-romi-prebikha-lekarka-ot-brza-pomoshch_news522235.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017b). Наглост! Роми се самонастаниха в къща в центъра на Пловдив, вртят бизнес и отдават стаи под наем. Published on: 21.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/regioni/naglost-romi-se-samonastanikha-v-kshcha-v-tsentra-na-plovdiv-vrtyat-biznes-i-otdavat-stai-pod-naem_news514565.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017c). Погром в новите гробища на Благоевград, изпотрошиха гробове преди Черешова задушница (СНИМКИ) Blitz.bg. Published on: 13.06.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/regioni/pogrom-v-novite-grobishcha-na-blagoevgrad-izpotroshikha-grobove-predi-chereshova-zadushnitsa-snimki_news518230.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017d). Роми клаха с коса мъж от Микрево, докато им пречи да му откраднат люцерната (СНИМКИ 18+) Blitz.bg. Published on: 05.06.2017. Available at: https://blitz.bg/kriminalni/romi-klakha-s-kosa-mzh-ot-mikrevo-dokato-im-prechi-da-mu-otkradnat-lyutsernata-snimki-18_news518902.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017e). Разследване: 23-годишен ром е убил малкия Марио. Blitz.bg. Published on: 12.06.2017. Available at: https://blitz.bg/svyat/razsledvane-23-godishen-rom-e-ubil-malkiya-marios_news520621.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz (2017f). Ромите Иван и Митко скочиха на ченге, но ето как ги наказаха. Blitz.bg. Published on: 13.05.2017. Available at: https://blitz.bg/kriminalni/nakazanie/romite-ivan-i-mitko-skochikha-na-chenge-no-eto-kak-gi-nakazakha_news512300.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz (2017g). Роми на тумби превзеха перлата на Благоевград! Свинщините, които вършат са безчет (СНИМКИ). Blitz.bg. Published on: 13.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/regioni/romi-na-tumbi-prevzekha-perlata-na-blagoevgrad-svinshchinite-koito-vrshat-sa-bezchet-snimki_news526413.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz (2017h). Ромите от Сливенския квартал „Надежда“ ревнаха в един глас: Полицаите ни стреляха с патрони, бойдоха с пушки. Blitz.bg. Published on: 04.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/romite-ot-slivenskiya-kvartal-nadezhda-revnakha-v-edin-glas-politsaite-ni-strelyakha-s-patroni-doydokha-s-pushki_news509743.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz (2017i). Сеир: Тумба роми спретнаха истински цирк пред родилно в Полша! Ето как ни предстaвиха пред света (СНИМКА) Blitz.bg. Published on: 27.06.2017. Available at: https://blitz.bg/svyat/seir-tumba-romi-spretnakha-istinski-tsirk-pred-rodilno-v-polsha-eto-kak-ni-predstavikha-pred-sveta-snimka_news524852.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017j). Сигнал до Blitz: Поредно безчинство, роми пребиха зверски шофьор на автобус в Пещера. Blitz.bg. Published on: 14.07.2017. Available at: https://blitz.bg/svyat/razsledvane-23-godishen-rom-e-ubil-malkiya-marios_news520621.html Last accessed on: 28.07.2020.

- Blitz. (2017k). Спецакция в Бургас свари по бели гащи роми, които вртят нелегален... (СНИМКИ) Blitz.bg. Published on: 28.06.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/regioni/spetsaktsiya-v-burgas-svari-po-beli-gashchi-romi-koito-vrtyat-nelegalen-video_news525190.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017l). Тези роми проявиха крайно неуважение към химна на България. Blitz.bg. Published on: 30.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/tezi-romi-proyavikha-krayno-neuvazhenie-km-khimna-na-blgariya-snimki_news517016.html Last accessed on: 28.07.2020
- Blitz. (2017m). Тези снимки възмутиха цяла София! Не е за вярване какво направиха ромите с фонтана до НДК Blitz.bg. Published on: 06.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/stolitsa/tezi-snimki-vzmutikha-tsyala-sofiya-ne-e-za-vyarvane-kakvo-napravikha-romite-s-fontana-do-ndk_news510478.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017n). Това ли са богатите бедни в България? Роми-клошари извозват набраното от кофите с „Мерцедес" (СНИМКА/ВИДЕО) Blitz.bg. Published on: 26.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/stolitsa/tova-li-sa-bogatite-bedni-v-blgariya-romi-kloshari-izvozvat-nabranoto-ot-kofite-s-mertsedes-snimkavideo_news515958.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2017n). Осемдесет милиона лева от еврофондове за поредното ромско „включване". Blitz.bg. Published on: 29.05.2017. Available at: https://blitz.bg/obshtestvo/80-mln-lv-ot-evrofondovete-za-porednoto-romsko-vklyuchvane_news516686.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2018a). Ексклузивно и само в Blitz! Циганските зулуми в София стават все по-страшни: С тояги и лопати нападнаха... Blitz.bg. Published on: 31.10.2018. Available at: https://blitz.bg/kriminalni/ekskluzivno-i-samo-v-blits-tsiganskite-zulumi-v-sofiya-stavat-vse-po-strashni-s-toyagi-i-lopati-napadnakha_news636639.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Blitz. (2018b). Погром! Подивели роми развалиха празника на казанлъчани, млатиха се като обезумели, заради... Blitz.bg. Published on: 17.09.2018. Available at: https://www.blitz.bg/obshtestvo/regioni/pogrom-podiveli-romi-razvalikha-praznika-na-kazanlchani-mlatikha-se-kato-obezumeli-zaradi-zrelishchno-video_news627522.html Last accessed on: 28.07.2020.
- Bonetti1376 (2011). Господари на Ефира – 17.01.11 – модерни ромски имена.avi Published on: 19.01.2011. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=tDw81kgZS18 Last accessed on: 27.08.2020.
- Dupe TV (2020). V mazeto konove. Published on: 21.04.2020. Available at: https://www.facebook.com/watch/?v=540006569990055 Last accessed on: 27.09.2020.
- Dzhambazki.com (2008). Циганските гета в София Published on: 21.10.2008. Available at: https://www.djambazki.org/index.php?/news/view/38/ciganskite-geta-v-sofiia Last accessed on: 27.08.2020.
- Ekip Plovdiv24.bg. (2014). Лихвари продават ромски гласове на едро. Plovdiv24.bg. Published on: 21.05.2014. Available at: https://www.plovdiv24.bg/novini/Bylgaria/Lihvari-prodavat-romski-glasove-na-edro-495132 Last accessed on: 28.07.2020
- Gospodari na efira (2017a). Как звучи Дойдох, видях, победих в ромски вариант. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=XjZdMhSWwk4 Last accessed on: 28.07.2020
- Gospodari na efira (2017b). Най-шармантната лейди в Столипиново разказва за сблъсък между ромите и полицията. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=XjZdMhSWwk4 Last accessed on: 28.07.2020
- Klub na svobodnite jeni (2019). Красимир Каракачанов: Циганизацията трябва да бъде спряна незабавно! 02.07.2019. Available at: https://www.facebook.com/1056073647739920/posts/3262964920384104/ Last accessed on: 27.08.2020
- Marginalia. (2020). Специални докладчици на ООН искат от българското правителство да спре дискриминационните мерки срещу COVID-19 в сегрегираните ромски квартали. Marginalia.bg. Published on: 14.05.2020. Available at: https://www.marginalia.bg/novini/spetsialni-dokladchitsi-na-oon-iskat-ot-balgarskoto-pravitelstvo-da-spre-diskriminatsionnite-merki-sreshtu-covid-19-v-segregiranite-romski-kvartali/ Last accessed on: 28.07.2020
- Muzika. (2020). 06.05.2020. Available at: https://www.facebook.com/watch/?v=231700294916047 Last accessed on: 29.07.2020.
- Nova.bg (2020). ЗАРАДИ НЕСПАЗВАНЕ НА МЕРКИТЕ: Пълна блокада на Ямболския квартал „Райна княгиня". Published on: 10.05.2020. Available at: https://nova.bg/news/view/2020/05/10/287517/заради-неспазване-на-мерките-пълна-блокада-на-ямболския-квартал-райна-княгиня/ Last accessed on: 27.08.2020

- Petrov, Todor. (2020). Защо ромските махали станаха огнища на коронавируса? Bgonair.bg Published on: 24.06.2020. Available at: https://www.bgonair.bg/a/36-sutreshen-blok/196949-zashto-romskite-mahali-stanaha-ognishta-na-koronavirusa Last accessed on: 27.08.2020.
- Percheva, A. (2020). Единият от биячите на дядото в Трилистник бил педофил (снимки). 24Chasa.bg. Published on 06.04.2020. Available at: https://www.24chasa.bg/region/article/8414053 Last accessed on:29.07.2020.
- Vadisavljevic, A. (2020). Balkan protesters show solidarity with Black Lives Matter movement. BalkanInsight. Published on: 10.06.2020. Available at: https://balkaninsight.com/2020/06/10/balkan-protesters-show-solidarity-with-black-lives-matter-movement/ Last accessed on: 28.07.2020
- Zapernik. (2019). Само в ZaPernik.com! Автобуси с роми от Перник тръгват на протест в София – СНИМКИ. Zapernik.com. Published on: 10.09.2019. Last accessed on: 29.07.2020.



C.E.G.A. Foundation
www.cega.bg

Center for the Study of Democracy
www.csd.bg

Roma-Lom Foundation
www.roma-lom.org

ARC Fund
www.arcfund.net