

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВЕТИ КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ
КАТЕДРА „Пресжурналистика и книгоиздаване”

Миляна Каменова Велева

ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ПРОПАГАНДАТА ПО ВРЕМЕ НА ОЛИМПИЙСКИ
ИГРИ – ОТ БЕРЛИН 1936 ДО СОЧИ 2014
МЕДИЙНИ ПРОЕКЦИИ В БЪЛГАРСКИЯ И ЧУЖДЕСТРАННИЯ ПЕЧАТ

АВТОРЕФЕРАТ НА ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД

ЗА ПРИСЪЖДАНЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛНА И НАУЧНА СТЕПЕН „ДОКТОР”

ПО ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ 3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ
(Журналистика – Спортна журналистика)

Научен ръководител:
доц. д-р ЕФРЕМ ЕФРЕМОВ

София, 2019

**СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВЕТИ КЛИМЕН ОХРИДСКИ“
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ**

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ И ДОСТОВЕРНОСТ

От *Миляна Каменова Велева* докторант по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Спортна журналистика), декларирам, че представената от мен за защита дисертация на тема: *„Въздействие на пропагандата по време на Олимпийски игри – от Берлин 1936 до Сочи 2014. Медийни проекции в българския и чуждестранния печат“* за присъждане на образователната и научна степен "доктор" е самостоятелно и оригинално авторско произведение. Използваните източници на научна и емпирична информация са коректно документирани и цитирани при спазване на изискванията за защита на авторското право.

Дата: 06.02.2019

Декларатор:

Миляна Велева

Дисертационният труд се състои от увод, три глави, заключение, библиографска справка и приложения. Общият обем на текста е 303 стр., разделен по глави, както следва: Първа глава. Медийната пропаганда и спорта – 86 стр.; Втора глава. Медийната пропаганда и Олимпийските игри – 94 стр.; Трета глава. Зимните олимпийски игри в Сочи 2014 – политически и медийни проекции – 66 стр. За целите на изследването са използвани общо 180 библиографски източника, от които 50 на български, 55 на руски език и 75 на английски език. Приложенията, разположени след основния текст, са шест броя.

Ключови думи: Олимпийски игри, пропаганда, медийна пропаганда, тоталитарна преса, социални мрежи.

СЪДЪРЖАНИЕ

I ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИЯТА	
1. Увод	4
2. Съдържание	5
3. Актуалност	8
4. Цели и задачи	8
5. Обект, предмет, критерии за времеви и географски ограничения	10
6. Организация и методология на изследването	11
II РЕЗЮМЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД	
15	
III ИЗВОДИ И РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО	
1. Заключение	37
2. Изводи	43
3. Тези	44
4. Приноси и перспективи	45
IV СПРАВКА ЗА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИЯТА И БИБЛИОГРАФИЯ	
46	

I ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИЯТА

1. УВОД

Медийната пропаганда е явление, изследвано от редица български и световни учени. Настоящият дисертационен труд разглежда медийната пропаганда в контекста на спорта и по-специално на Олимпийските игри. Те са създадени като събитие, което е „аполитично“ и поставя интернационалните над националните интереси. Олимпийските игри са място, което събира хиляди спортисти от цял свят. Десетки хиляди са тези, които следят спортната надпревара от трибуните. Милиони, дори милиарди са пред телевизионните екрани, за да гледат на живо или запис състезанията. Няма друго не само спортно, но и събитие от политическия, икономическия и социалния живот, което да обединява толкова много хора и в същото време да задържа толкова дълго време медийния фокус върху себе си.

В настоящия докторантски труд ще се опитам да дам отговор на въпроса как медиите прокарват пропагандистки тези чрез спорта и по-специално чрез най-големия спортен форум – Олимпийските игри. През призмата на събитията от 1936 г., когато Адолф Хитлер прави невиджана дотогава олимпиада, до днес ще бъдат поставени въпросите - какво постига медийната пропаганда, кой се възползва от нея и какви са резултатите от нейното прилагане. И най-важното – възможна ли е пропагандата и по време на демокрация, ако изследователите са категорични, че това е един от основните управленски инструменти в тоталитарните държави.

2. СЪДЪРЖАНИЕ

Увод	4
Глава I Медийната пропаганда и спортът	
<i>1.1. Исторически предпостави и развитие на пропагандата</i>	13
<i>1.2. Българските медии и пропагандата</i>	32
<i>1.3. Връзката между спорт и политика – исторически предпоставки</i>	39
<i>1.3.1. Пропагандата в спорта по време на диктаторски режими</i>	42
<i>1.3.2. Пропагандата в спорта по време на нацисткия режим на Хитлер в Германия</i>	44
<i>1.3.3. Пропагандата в спорта по време на фашисткия режим на Мусолини в Италия</i>	55
<i>1.3.4. Пропагандата в спорта по време на комунистическия режим в Съветския съюз</i>	64
<i>1.3.5 Пропагандата в спорта в България след 9.09.1944 г.</i>	73
Глава II Медийната пропаганда и Олимпийските игри	86
<i>2.1. Медийна пропаганда, провеждана от нацисткото правителство на Хитлер по време на Олимпийските игри в Берлин 1936</i>	89
<i>2.1.1. Директиви за медийното отразяване на ОИ в Берлин 1936</i>	96
<i>2.1.2. Берлин '1936 – първо телевизионно излъчване на спортно състезание като демонстрация на високотехнологичното развитие на страната</i>	103
<i>2.1.3. Отразяване на олимпийските игри в Берлин в българските вестници „Утро“ и „Спорт“</i>	106
<i>2.2. Пропаганда по време на Студената война. Бойкотът на Олимпийските игри в Москва 1980</i>	120

<i>2.2.1. Участие на тайните служби (КГБ и ДС) в идеологическата подготовка за Олимпийските игри в Москва</i>	124
<i>2.2.2. Отразяването на ОИ в Москва '80 в българските медии</i>	131
<i>2.2.3. Отразяване във в. „Народен спорт“ на Олимпийските игри в Москва</i>	135
2.3. Бойкотът на Игрите в Лос Анжелис 1984 – политически и медийни аспекти	148
<i>2.3.1. Бойкотът на ОИ в Лос Анжелис 1984 в съветската преса</i>	158
<i>2.3.2. Отразяването на ОИ в Лос Анжелис в българските медии</i>	165
<i>2.3.3. Отразяването на бойкота на ОИ в Лос Анжелис във в. „Народен спорт“</i>	173

Глава III

Зимните олимпийски игри в Сочи 2014 г. – политически и медийни проекции 180

<i>3.1. Медийна пропаганда по време на Олимпийските игри в Сочи 2014</i>	188
<i>3.1.1. Пропагандни тези – терористична заплаха, организационен хаос и битове неуредици, корупция, незачитане на човешките права</i>	190
<i>3.2. Руската медийна пропаганда на Олимпийските игри в Сочи</i>	210
<i>3.3. Българските медии за Игрите в Сочи</i>	217
<i>3.3.1. Анализ на спортните вестници „Тема спорт“ и „Меридиан мач“, месец февруари 2014</i>	218
<i>3.3.2. Журналистите на БНТ за Сочи 2014</i>	220
<i>3.5. Игрите и социалните мрежи, нови предизвикателства в дневния ред на медиите</i>	223
<i>3.6. Допинг скандалът в Сочи – борба за чист спорт или пропаганда</i>	231

ЗАКЛЮЧЕНИЕ	246
Приложение I - Емпирично изследване	254
Приложение II - Графична комуникация	270
Библиография	296

3. АКТУАЛНОСТ

Медийната пропаганда е тема, която е обект на изследване от политолози, социолози, историци и журналисти. Всички те излагат в трудовете си пропагандата като начин на комуникация в обществото, който е познат в човешката история от хилядолетия. Разглеждането на медийната пропаганда през призмата на спорта и по-специално на Олимпийските игри е изключително актуален въпрос предвид постоянно растящото им влияние и популярност. Ако в Берлин 1936 г. Олимпийските игри са били достъпни до няколко хиляди души на стадиона и още толкова пред проходащата тогава телевизия или са достигали до аудиторията с няколкодневно закъснение чрез пресата, то сега Олимпийските игри влизат в дома на милиарди хора по целия свят – чрез преките телевизионни и радиопредавания, чрез онлайн и традиционната преса, чрез интернет и социалните мрежи. И всичко това се случва в реално време.

В този контекст липсва един по-глобален обзор на медийната пропаганда по време на Олимпийски игри, който да обхваща различни исторически периоди с тяхната специфика и най-вече с начина, по който медийната пропаганда следва промяната в света на медиите.

4. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Целта на изследването е да покаже, че Олимпийските игри, които са най-популярното в света спортно състезание, стават обект на медийна пропаганда, която прокарва определени политики, независимо от факта, че това е отречено от Олимпийската харта и тяхната философия е те да са „аполитични“ и да не стават обект на политически домогвания. Описвайки начина, по който действа медийната пропаганда, може да се изведе ясно връзката между нея и оформянето на общественото съзнание. Целта е да се провокира дискусия или поне да се повиши нивото на авторефлексия, когато става въпрос за медийна пропаганда, която се развива в полето на събитие, което трябва да има изцяло аполитичен характер.

В това изследване правя сравнение между Олимпийски игри, които се провеждат във време на недемократични режими – Берлин 1936, в епоха на сериозно политическо напрежение като Студената война – Москва 1980 и Лос Анжелис 1984, и във време, в което в Европа има мир, а държавите се управляват от демократично избрани правителства - Сочи 2014. Въпреки различния политически и икономически контекст Олимпийските игри стават арена за пропаганда на една или друга идеология, макар и това да става под различна форма.

Задачите, които си поставям с избраната от мен тема за дисертационен труд, са:

1. Чрез проучването на специализирана литература, свързана с основни теории и институти на журналистиката и политиката, да докажа взаимовръзките между медиите, политиката и спорта и да открия

- разликите между възможността за свободно слово в условията на демократична реалност и налагането на монопол над информацията в условията на тоталитарна реалност;
2. Изследването обхваща период от 80 години, но съм концентрирала проучаването си върху 4 олимпиади, защото те обхващат най-важните исторически периоди от развитието на олимпийското движение, що се отнася до медийно отразяване и възможности за манипулация и пропаганда;
 3. В това проучване за първи път се коментира медийното отразяване на Олимпийските игри в Сочи 2014 в контекста на тези в Берлин 1936, Москва 1980 и Лос Анжелис 1984 г. Преди това са правени изследвания, има и богат набор от литература за цитираните от мен Олимпийски игри. За мен бе предизвикателство да изследвам първите Зимни олимпийски игри на територията на Русия след разпадането на СССР и на социалистическия лагер – Сочи 2014. Те се проведеха в условията на оформящи се нови политически блокове, в които Москва отново има важна стратегическа роля;
 4. Доказване на наличието на медийна пропаганда по време на Олимпийски игри с цел правилно тълкуване на събитията, които журналистите ще интерпретират за аудиторията. Журналистът лесно може да се превърне в пропагандатор, ако не прави разлика между истина и манипулация, ако не проверява добре своите източници, ако се предовери на официозната информация, спускана му на държавно или правителствено ниво, ако не търси други източници на информация, които да му дадат пълната картина.

5. ОБЕКТ, ПРЕДМЕТ, КРИТЕРИИ ЗА ВРЕМЕВИ И ГЕОГРАФСКИ ОГРАНИЧЕНИЯ

Обект на научното изследване е медийната пропаганда по време на четири Олимпийски игри – Берлин 1936, Москва 1980, Лос Анжелис 1984 и Сочи 2004. Критериите, по които са подбрани точно тези четири големи спортни събития, са свързани с историческите периоди, в които те се провеждат. Времето измерение на проучването обхваща три важни етапа в историята и на медийната пропаганда. Изследвам периода преди Втората световна война и кулминацията в него – Олимпийските игри в Берлин 1936, когато се утвърждава господството на Трети райх, а Адолф Хитлер и ръководеното от него правителство се готвят активно за война. Следващият времеви отрязък, върху който се спира настоящото изследване, е този на Студената война. Най-ясно отражение на медийната пропаганда чрез спорта дават двете поредни олимпиади - Москва 1980 и Лос Анжелис 1984 г. Третият период, върху който се фокусира този труд, е след падането на Желязната завеса в Европа и установяването на демократични правителства. В Зимните олимпийски игри в Сочи 2014 успях да открия много примери за медийна пропаганда.

Четирите изследвани олимпиади обхващат близо 80 години от съвременната ни история, но изследването ще покаже, че по отношение на манипулациите и начина на въздействие върху публиката няма особено драматична разлика, макар и медиите да са претърпели революционно развитие. Променят се формата, съдържанието, инструментариумът, медийният жанр, но целите и задачите остават същите. Всички тези прояви са свързани с потъпкване на Олимпийската харта, неспазване на олимпийските

принципи и са в противоречие с изконните морални ценности, които трябва да доминират в спортната надпревара.

6. ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Дисертационният труд е разделен в три глави. В **I Глава** разглеждам спорта и медийната пропаганда като явление, историческите предпоставки за съществуването им, взаимодействието им по време на диктаторски и тоталитарни режими. Във **II Глава** разглеждам връзката между Олимпийските игри и медийната пропаганда. Изследването се концентрира върху трите големи форума – Берлин 1936, Москва 1980 и Лос Анжелис 1984. В **III глава** се поставят проблемите на медийната пропаганда в нашето съвремие - Олимпийските игри в Сочи 2014.

Проучването на темата продължи две години. В това време имах възможност да се запозная с материали, проследяващи историята на тоталитарните режими и тяхното отношение към спорта. Голяма част от тях не могат да се използват в настоящия труд, защото са източници с исторически, а не толкова с научноизследователски характер. Необходимият емпиричен материал се основава на преглед на източници от българския и световния печат, които са цитирани в настоящия докторантски труд. Анализът обхваща няколко големи исторически периода и методът на изследване е различан за всеки от тях. За периода 1936 г. има богата литература, защото темата е била предизвикателство за много световни изследователи, които са цитирани в настоящия докторантски труд. Изследването на българските източници по темата се опира на анализ на специализирания в. „Спорт“ и на най-масовия за онова време - в. „Утро“. Броевете на двата

вестника се съхраняват в Националната библиотека, където и аз направих моето проучване.

Анализът на годините от 1980 до 1984, в които изследвам методите на медийна пропаганда по време на Олимпийските игри в Москва и Лос Анжелис, направих въз основа на източници от руската и американската преса. В тях се виждат различният поглед и интерпретации на събитията, а критичният контент-анализ може да даде отговор на въпроса - има ли медийна пропаганда по време на тези Олимпийски игри. Проучих задълбочено и българската спортна преса, като направих преглед на броевете на специализирания вестник „*Народен спорт*“ за периоди от по три месеца през 1980 и 1984. Разгледаните от мен месеци са преди, по време и след края на Олимпийските игри съответно в Москва и Лос Анжелис. За целта на изследването проведох и интервюта с български спортни журналисти, които са свидетели и преки участници в отразяването на двата големи олимпийски бойкота.

Проучването за Олимпийските игри в Сочи, които са последната част от моето изследване, обхваща чуждестранни източници – телевизионни репортажи, вестникарски и интернет материали от САЩ, Великобритания, Германия, Франция и техните най-големи медии като *CNN*, *NBC*, *IBC*, *BBC*, *HTB*, „*New York Times*“, „*Washington Post*“, „*The Telegraph*“, „*Guardian*“, „*Spiegel*“, „*Известия*“, „*Спорт Експрес*“, „*Аргументы и факты*“ и много други. Заради активното навлизане на социалните мрежи обърнах специално внимание на олимпийското съдържание през 2014 г. във Facebook, Twitter, Instagram и популярната в Русия социална платформа - Вконтакте. Проучването ми за Сочи 2014 се спира подробно и на ефекта от новите медии върху отразяването и по-специално върху начина, по който те стават волни или неволни участници в медийната пропаганда. Емпиричното изследване,

свързано с българските медии, направих в архива на специализираните спортни ежедневници „*Меридиан мач*“ и „*Тема спорт*“, както и след индивидуални интервюта с журналисти, които бяха специални пратеници на своите медии на Зимните олимпийски игри в Сочи 2014.

В анализа на емпиричния масив е използвано детерминирано извадково проучване. Избраният метод следва идеята изследването да бъде качествено и с разузнавателна цел.

При обработването на материали от медиите – вестникарски публикации, телевизионни репортажи, материали в интернет, е използван контент-анализ – анализ на съдържанието.

Реализирани са поетапно и следните стъпки: описание на характера на източниците, включващи тип източник, характер на източника, тип на новината, място и време на разпространение, единици на анализа, оценка на резултата.

Освен количествени критерии са изработени и авторски количествени критерии, по които са анализирани емпиричните масиви.

В докторантския труд е използван и сравнителен анализ, с който е възможно да се постигне открояване на тенденциите за публичното отразяване на Олимпийските игри през призмата на политическата медийна пропаганда.

Изследването извежда и авторско определение за медийна пропаганда по време на Олимпийски игри. Неговото съществуване цели да бъдат обобщени съществуващите съвременни теории, като се обогатят с нов период в медийната пропаганда, който обхваща периода до 2014 г.

II РЕЗЮМЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

ПЪРВА ГЛАВА:

Пропагандата и медиите са тясно свързани поради факта, че тя няма как да проникне в съзнанието на хората, ако не използва масмедииите и възможността им да тиражират контролирана, едностранчива или манипулативна информация.

Пропагандата се институционализира от държавата като необходим управленски инструмент за установяване на социален и идеологически контрол. Пропагандните институции разработват действащ модел за промяна на масовото мислене, който е съществена част от всяка антропологична революция. Съвременният спорт е явление, което изпълнява много социални и политически функции. В началото на XX век спортът се превръща в социален феномен и бързо става обект на политически интерес. Чрез спорта политици, правителства и цели режими успяват да прокарат своите идеи. Спортът е осъзнат като необходимо парче от големия пропаганден пъзел от диктатори и недемократични режими преди и след Втората световна война. Пропагандният ефект, който имат спортните постижения и големите състезания, са осъзнати от Хитлер, Сталин, Мусолини, а в България от управлявалата след 9 септември Комунистическа партия, нейните лидери и по-специално Живков. Именно тези исторически периоди и медийната пропаганда, свързана със спорта, са обект на ГЛАВА I на дисертационния труд.

Изключително интересен е периодът в Германия след края на Първата световна война и след установяването на власт на Националсоциалистическата работническа партия. Системата на спорта претърпява драматична промяна.

Водещата задача на режима е насочена към това спортът да стане интегрална част от неговата цялостна идеология. Осъзнава се необходимостта спортистите, спортните и футболните клубове да участват активно в политическата пропаганда. Гимнастическите клубове (*Turnverein*) са подчинени на идеите на основоположниците на физическата култура на немска територия – Фридрих Лудвиг Ян (1778-1852) и Йохан Гутс-Мутс (1759-1839). Тяхната идеология е, че гимнастическите общества трябва да служат като подготовка за пруската младеж като част от национално-освободителната борба след завладяването на страната от Наполеон Бонапарт. В Третия райх със задачата да възроди тези идеали се заема спортната секция на организацията „Сила чрез радост“, която се занимава със свободното време на работниците. Тя е подчинена на Германския трудов фронт, и освен спортни състезания организира туристически излети. Управляващата партия осъзнава и необходимостта да контролира футболните клубове, като припознава футбола като спорт, който се радва на голяма популярност и чрез който може да бъде провеждана политическа пропаганда. Този процес трябва да бъде обезпечен и медийно, а задачата е поета от Министерството на пропагандата, което е оглавявано от Йозеф Гьобелс. Кулминацията в медийната пропаганда ще настъпи по време на откриването на Летните олимпийски игри в Берлин 1936, на които на централната трибуна Адолф Хитлер ще отправи нацистки поздрав към целия свят. Игрите се превръщат в пълен триумф за германския диктатор и в еталон за успешното използване на голямото спортно събитие за целите на политическата пропаганда.

Организираният спорт има централно място и във фашистка Италия. Идеологията на фашизма включва наличието на дисциплинирани мъже, които са в отлична физическа форма и които са винаги готови да се бият за режима.

Бенито Мусолини вярва, че за успеха на фашистката революция и новата, силна Италия, е необходимо страната да разполага със здрава нация, която е дисциплинирана и винаги на бойна нога. Идеята за расово превъзходство се пропагандира чрез подмяна на историята и създаване на митове. Важна част от манипулирането на общественото мнение е и демонстрирането на физическа доминация – млади атлетични младежи показват завидни физически умения по време на организирани спортни акции, носейки посланието на италианската власт. Световните титли по футбол през 1934 и 1938 са важна част от мощната пропаганда на Дучето.

В СССР в края на 20-те и началото на 30-те години „инженерите“ на болшевиките решават, че спортът може да се превърне в инструмент за възпитание на „съветския човек“. За разлика от другите двама европейски диктатори Хитлер и Мусолини, Сталин не е запален истински по спорта, но е завладян от идеята, че съветският човек трябва да побеждава на всяка цена. Спортът става мощно явление след Първата световна война. Тогава политиците разбират, какви възможности разкрива той. Затова и в периода 1917 - 1940 година комунистическата партия в Съветския съюз провежда сериозни дискусии по темата, дали трябва да се развият "буржоазни спортове" като тенис и езда или трябва да са заложи само на тези, които са практикувани от работническата класа, какъвто е футболът, както и силовите спортове – вдигане на тежести, борба, бокс. Цветните физкултурни паради, често записвани на лента и винаги съпроводени от огромни тълпи, се превръщат във важна платформа за Йосиф Сталин, от която той проповядва посланията си сред хората. Най-голяма част от пропагандата на парадите е посветена на идеологията на комунистическия лидер. Образът му се появява на всяко събитие – под една или друга форма. На Физкултурния парад през

1935 г. Сталин е наречен: *"най-добрият приятел на пионерите"*, а през 1936 г. се ражда нов лозунг: *"Благодарим Ви, другарю Сталин, за щастливото ни детство"*. По времето на Сталин решенията за съдбата на спортистите се взимат на най-високо партийно ниво. Стенограми от заседания в Кремъл показват например, че лично Сталин разпорежда двама футболисти от Москва да бъдат изпратени в Баку.

Пропагандата в тоталитарните държави повелява, че спортът е неразделна част от официалната идеология. „Новият човек” може да изповядва спорта само и единствено за идеологически цели, това трябва да бъде приоритет и начин на живот за „образцовия гражданин”. Пропагандата ясно очертава характеристиките, които спортът трябва да изгради сред населението. Това са - лоялност, колективизъм, отборен дух и дисциплина. Чрез пропагандирането на масовия спорт, свързан с работното място и училището, квартала, града и държавата, се цели унифицирането и в крайна сметка тоталното и колективно подчинение на „масите”.

В навечерието на установяването на комунистическия режим в България спортът се развива в условията на общоевропейските тенденции, макар и да изостава значително от постиженията на големите спортни нации. След 9 септември 1944 г. значението на спорта за държавната политика силно нараства. Пропагандата повелява, че спортът е неразделна част от официалната идеология. „Новият човек” може да изповядва спорта само и единствено за идеологически цели, това трябва да бъде приоритет и начин на живот за „образцовия гражданин”.

Би било утопично да се смята, че такъв социален феномен, какъвто е спорта, може да остане встрани от политиката. По света спортуват милиони

хора, които имат своите идоли, на които искат да подражават. Съвременният спорт е явление, което изпълнява много социални и политически функции. Като начало той култивира здравословния начин на живот. Но социално-политическите функции на спорта не се изчерпват само с това. В случай, че страната получи правото да организира голям спортен форум или неин спортист завоюва престижна победа, то това може да активира „патриотичните чувства“ на гражданите, може да подейства обединяващо на нацията и да се превърне в ефективен възпитателен инструмент за населението.

Спортните успехи на държавата като цяло могат да бъдат използвани за убеждаване на гражданите, че правителството управлява правилно и утвърждава ценностна система, която е валидна от най-дълбока древност. Така спортът може да бъде използван като инструмент за манипулация на съзнанието на нацията. Провеждането на големи спортни форуми позволява също така да се отвлече вниманието от проблеми вътре в държавата – социални, икономически, политически. Спортът може да се използва дори за вътрешно-партийна кампания на партия или определен кандидат.

Преди 1989 г. в България за целите на пропагандата спортът наистина е превърнат в държавен приоритет. Използването на международните спортни състезания за политически цели се използва обикновено в случаи на външно-политически или вътрешно-политически кризи:

- разпалване на националистически настроения в страната с цел отвлечане на вниманието от други теми;

- отклоняване на вниманието на населението с високи спортни постижения и голям спортен форум с цел да бъдат забравени актуалните политически, социални и икономически проблеми;
- доказване на успешната политика, провеждана от политическия елит на страната;
- повишаване на престижа на страната-организатор на състезанието и водещите фигури в нея на международната сцена;
- формиране на чувство на гордост у гражданите;
- утвърждаване на определена политическа система и разпространението ѝ в други държави по света;
- използване на състезанията за предизборна кампания на определена партия или политически лица;
- оказване на натиск върху държави с предполагаем недемократичен режим или различна социално-политическа система;
- използване на международните състезания за адаптиране на курса на външната и вътрешна политика на други държави;

Според френския социолог Жерар Мейно, който е автор на монографията „*Спорт и политика*“, често спортът става оръжие в ръцете на политиците, които чрез него „оказват влияние на масите“. Според него държавата има три основни мотива, за да се намеси в него: грижа за здравето на народа, грижа за обществения порядък, грижа за утвърждаване на националния престиж. Масовият характер на спорта и тясната връзка, която той има с масовите комуникационни канали, предопределя неговото място в

системата за манипулации на общественото мнение. Технологиите за използване на спорта за влияние върху масовото съзнание дават възможност да се представи в положителна или отрицателна светлина определена държава, нейната външна и вътрешна политика, социално-политическата ѝ система, нейните ценности, както и случващите се социални, икономически, политически и други процеси. Създаването на ореол около успеха на националния отбор на международно състезание например позволява той да бъде представен като голямо държавно достижение.

Връзката между пропагандата и спорта би била невъзможна без активното участие на медиите. А тоталитарните режими знаят как да ги използват, за да извлекат ползи и да обърнат общественото внимание и доверие в своя полза. Медиите пропагандират, че не отделната личност е в центъра на постижението, а държавата, партията, режимът. Спортът е важна платформа, върху която стъпва медийната пропаганда, като това е особено осезателно по време на тоталитарни режими, в които пресата, радиото и телевизията се подчиняват на политика, която е продиктувана от управляващите и която цели постигане на конкретни идеологически цели и задачи.

Съществен въпрос е и участието на българските медии в пропаганда чрез спорта. Преди втората Световна война в по-голямата си част пресата подкрепя управляващите правителства, не критикува монархията и подкрепя интересите на Цар Борис III към културата и спорта. Тогавашно обаче спортът все още не е осъзнат като инструмент за медийна пропаганда и не може да се говори за сериозна медийна офанзива. Проучевните за целите на този докторантски труд броеве на българската преса и по-специално вестниците „Спорт“ и „Утро“ през

1936 г. ще покажат, че чрез спорта се оформят патриотични настроения, но изявите на българските спортисти не са обект на силна медийна пропаганда.

Промяната настъпва след 9 септември 1944 г, когато спортът започва да се използва активно за медийна пропаганда. Подобно на практиките в Съветския съюз, българският спорт е централизиран, ръководи се от държавни органи, които получават конкретни идеологически задачи. За да бъдат изпълнени те обаче, българските спортисти трябва да са на световно ниво. И това наистина е така. Българските олимпийци са изключително успешни в 70-те и 80-те години, а борбата, боксът, вдигането на тежести, волейболът и баскетболът, се превръщат в национални спортове. Изявите на българските спортисти се следят не само от специализираната спортна преса – ежедневникът в „Народен спорт“ и седмичникът „Старт“, но и от партийния официоз „Работническо дело“, „Отечествен фронт“ и др.

Като част от тоталитарната преса, медиите изпълняват идеологическите задачи, поставени от държавното и партийно ръководство по онова време, без значение, че става въпрос за отразяване на спортни теми. Преди демократичните промени през 1989 г. медиите са натоварени със задачата да пропагандират успехите на родните спортисти, защото те са витрината на социалистическа България. Фокусът не е върху отделната личност и постижение, а върху успеха като част от правилното управление на системите на спорта и държавата.

ВТОРА ГЛАВА:

Политиката е част от Олимпийските игри дори според създателя на модерните Игри - Пиер Дьо Кубертен. Той вярва, че Франция е загубила Френско-пруската война (1870-1871) поради факта, че френските войници са били по-слабо подготвени от техните противници от Германия. Барон Дьо Кубертен ще се опита да промени тази ситуация като даде началото на съвременните Олимпийски игри. В съвременната история не се провеждат Олимпийски игри само по време на война – през 1916 г., когато бушува Първата Световна война, както и по време на Втората Световна война (1940, 1944).

Политическите проблеми между държавите, установяването на режими, напрежението, макар и извън реална военна обстановка, води и до война на спортния терен. И въпреки че Олимпийските игри се провеждат на всеки четири години, след Втората световна война историята познава времена на бойкоти, недопускане на определени държави по политически причини като военна агресия, незачитане на човешките права и т.н, а в най-новата история и заради допинг-нарушения (Русия в ПьонгЧанг 2018).

България, Германия, Австрия, Унгария и Турция например не са поканени да участват в Олимпийските игри в Антверпен 1920 заради ролята им на агресори по време на Първата Световна война. Поради същата причина най-големият виновник за войната – Германия пропуска и следващите в Париж през 1924 г. Сценарият се повтаря и след Втората световна война. През 1948 г. Германия и Япония са лишени от възможност да участват на Игрите в Лондон заради ролята им в най-унищожителния конфликт в човешката история. През 1952 г. по време на Олимпийските игри в Хелзинки спортистите от СССР и

останалите социалистически държави отказват да живеят в Олимпийското село заедно с останалите състезатели. Причината е, че сред тях има спортисти от западните капиталистически държави, които ще окажат “негативно“ въздействие върху тези от соцлагера. Организаторите са принудени да преместят спортистите от социалистическите държави в студентски общежития.

През 1956 г. Лихтенщайн, Холандия, Испания и Швейцария отказват да участват в Олимпийските игри в Мелбърн в знак на протест срещу съветската инвазия в Унгария. А мачът по водна топка между отборите на СССР и Унгария на същите Олимпийски игри се превръща в пример за това, как политиката се пренася и в спорта. Двата отбора буквално окървяват олимпийския басейн, а длъжностни лица и организатори са безсилни срещу омразата между спортистите, в резултат на изострените отношения между двете държави, предизвикани от нахлуването на съветски войски в Будапеща по време на унгарските събития.

През 1964 г. Южна Африка не е допусната до Олимпийските игри в Токио заради апартейда. Индонезия и Северна Корея пък са изключени, защото в държавата има деспотични режими. ЮАР пропуска и Игрите в Мексико Сити (1968) след заплахата на голяма част от африканските държави, че ще ги бойкотират, ако отборът бъде допуснат. Апартейдът става причина и тимът на Родезия да не участва на Олимпийските игри в Мюнхен (1972). ЮАР ще създаде проблеми и в следващите Олимпийски игри. 22 африкански държави отказват да участват в Монреал’76 заради факта, че там ще е отборът на Нова Зеландия, който по-рано играе мач с Южна Африка.

По време на Студената война надпреварата за медали между Съветския съюз и САЩ, между Източния и Западния блок е толкова ожесточена, че може да се сравни единствено с битката за Космоса. Спортът трябва да е рекламната витрина респективно на социалистическия и капиталистическия строй.

През 1980 г. общо 66 държави, сред които САЩ, Западна Германия, Япония бойкотират първите Олимпийски игри в Източна Европа – тези в руската столица Москва. Решението е взето първо в Белия дом и има сериозен политически мотив – инвазията на СССР в Афганистан. Четири години по-късно идва отговорът на СССР и държавите, които са под политическия контрол на Москва и те отговарят с идентичен бойкот на Игрите в Лос Анжелис. Социалистическа Куба и Етиопия бойкотират Олимпийските игри в Сеул –1988. Изброените до тук примери показват, колко много политика може да има в едно спортно състезание, което има амбицията да е „аполитично“.

Фокусът във *ВТОРА ГЛАВА* е върху Олимпийски игри, които се провеждат в три важни исторически периода. Първият - Олимпийските игри в Берлин 1936, които се провеждат преди Втората световна война, в момент, в който Адолф Хитлер трупа все по-голяма популярност и скоро ще се превърне в диктатор, който ще нанесе непоправими вреди на човечеството. Вторият – периода на Студената война, в която Западът и Изтокът воюват идеологически и битката на политическия терен се пренася и на спортното поле. Третият – след демократичните промени в Европа, падането на комунистическите режими в Източна Европа, но и период на ново преразпределение на силите в международен план.

Игрите в Берлин 1936 г. се използват за медийна пропаганда за утвърждаване идеите на националсоциализма и управлението на Адолф

Хитлер. Издадени са множество директиви как трябва да се отразява спортното състезание. Министерството на пропагандата поставя под пълен контрол отразяването на Олимпийските игри. Премислени са и най-малките детайли, така че информацията да получи конкретна форма и да постигне определена цел. Германските вестници не могат да отразяват резултатите от състезанието преди излизане на официалния бюлетин, не могат да споменават, че сред спортистите от германския олимпийски тим има евреи, не трябва да съобщават за успехите на чернокожи спортисти, какъвто е голямата звезда на Игрите - Джеси Оуенс. Трябва да се описват само достойнствата на олимпийските обекти, без да се посочват слабости в организацията. По време на Олимпийските игри една от най-големите германски режисьорки – Лени Рифенщал е натоварена със задачата да режисира церемонията по откриването. След това тя ще създаде и кинематографичния шедевър „Олимпия“, определян от специалистите като един от ювелирните примери за изключително успешна пропаганда.

Всеки детайл от провеждането на Олимпийските игри - организация, списък на официалните гости, спортисти, награждаване, е съобразен с целите на пропагандата и бива контролиран от Министерството на пропагандата. В Германия, пропагандни материали описват с хвалебствия и суперлативи успехите на немските спортисти. Това са успехи не на отделната личност, а на системата, на държавата, на партията.

Олимпийските игри в Берлин 1936 остават в историята с още един факт. По време на тяхното провеждане за първи път има телевизионно отразяване на спортно състезание. Берлин 1936 ще сложи началото на телевизионното излъчване на Олимпийски игри, което днес е бизнес и зрелище за милиарди. В олимпийското село, в специален кинозалон, могат да се гледат състезанията

от програмата на Игрите. В 20 други помещения в Берлин и Лайпциг също се гледа спорт.

През 1936 г. България е съюзник на Германия, а Цар Борис III посещава лично спортното състезание. Българските вестници изпращат многобройни свои пратеници. Емпиричният и сравнителен анализ на в. „Утро“ и в. „Спорт“ и броевете им от 1936 г. показва, че Игрите получават широко отразяване. Акцентът е върху представянето на българските спортисти, както и на описание на отличните условия, които предоставят домакините. Българските кореспонденти в Берлин и редакторите в София не се съобразяват с правилата на германската пропаганда и са свободни да пишат и за успехите на чернокожите американски спортисти. И макар че отношението към Берлин 1936 и Хитлер е положително, липсват характерните черти на контролираната идеологически преса – нещо, което ще забележим в периода на Олимпийските игри в Москва и Лос Анжелис.

Провеждането на Олимпийски игри в Москва през 1980 година и Лос Анджелис 1984 година поставят на преден план идеологическото възпитание на спортистите и ориентирането им в политическата обстановка. Режимът се стреми да представи спорта като *„средство за патриотично и интернационално възпитание“*, повишаващо чувството за национално достойнство сред младежта. От тази гледна точка Олимпийските игри се разглеждат като *„израз на икономическата мощ на дадена страна, на нейния строй“*.

Българският спортист например трябва да черпи примери от 1300-годишната история на *„славни прабългари и българи, хайдутти, революционери, партизани и комунисти“* и да не се поддава на опитите за пропаганда от страна на буржоазния свят - *„от грубия шпионаж и провокацията до най-пряката*

обработка чрез киното, литературата, изкуството.“ Тези тенденции се долавят и в „Спорт и личност“, където се публикуват статии от журналиста Тома Томов по въпросите на международната политика.

Москва и Лос Анжелис ще се превърнат в най-големия позор за олимпийското движение. То се оказва на кръстопът заради изострените политически отношения между САЩ и СССР, между Западния и Източния блок. Двата големи спортни форума се провеждат в кулминацията на идеологическата война между двата строя – капиталистическият и социалистическият.

След инвазията на съветските войски в Афганистан през 1979 година американският президент Джими Картър започва кампания за бойкот на Игрите в Москва през 1980 година, определени от него като „пропагандно шоу“. Общо 66 държави се присъединяват към призива му и забраняват на свои спортисти да участват в състезанията, а атлети от 14 държави все пак пристигат в съветската столица, но участват под олимпийски флаг като неутрални. България заедно с останалите държави от социалистическия лагер участва в московската олимпиада. При това с пълни отбори при спортистите и с многобройна журналистическа делегация. Вестниците „Работническо дело“ и „Народен спорт“ отделят изключително сериозно внимание на бойкота от страна на САЩ и държавите, които се присъединяват към тази анти-съветска коалиция.

През 1980 г. в. „Народен спорт“ е публикувал общо 233 материала на олимпийска тематика. През месец юли, когато започват Олимпийските игри, има най-голяма концентрация на публикации на тема „Москва 1980“. Прави впечатление обаче, че спортистите не получават думата в тези материали. Цитатите, които откриваме, са свързани единствено с ролята на партията за успеха им и са благодарности към държавното и партийното ръководство.

Често те не се автори на тези мисли, а интервютата се „продуцират“ в редакцията на вестника.

Основен похват в коментарите е сравнението между двете политически системи – социализъм и капитализъм, като се описват предимствата на първата. „*Народен спорт*“ концентрира вниманието на читателите си върху няколко основни теми, които трябва да „докажат“ преимуществото на социалистическите игри в съветска Москва и грешката, която прави Западният свят със своя бойкот. Изследването на вестник „*Народен спорт*“ показва, че действително тоталитарният режим ограничава до неизмерими граници свободата на словото на българските журналисти и правото на българското общество да бъде информирано. Прегледът на олимпийските броеве от 1980 г. доказва, че спортният вестник се превръща в е типичен пример за начина, по който се прави тоталитарна пропагандна журналистика.

През 1980 г. с отразяването на Олимпийските игри в Москва са натоварени рекорден брой журналисти на вестника. Най-продуктивен в коментарите е Людмил Миланов, който е водещият журналист в отразяването на московските игри. Той е и автор на десетки коментари по страниците на вестника, като очевидно на него са възложени най-сериозните идеологически задачи. Заедно с Миланов от мястото на събитието коментират Красен Иванов и Стефан Петров. В отразяването на Игрите участват още Петър Герчев, Стефан Дончев, Станко Стоянов, Дунчо Христов (кореспондент от Хасково), Слави Николов, Светослав Обретенов, Борис Ангелов, Елена Коцева, Атанас Игиев (кореспондент от Ямбол), Найчо Палийски, Георги Дойчинов, Цветан Георгиев, Спас Тодоров, Михаил Димитров, Татяна Кънева, Михаил Михайлов, Ян Попер, Георги Николов (фоторепортер), Стоян Казаков (фоторепортер).

Още в първите дни на 1980 г. в „Народен спорт“ се вълнува от подготовката на Игрите, но най-вече от опасността те да бъдат бойкотирани. Коментарите до старта на Игрите са посветени изцяло на предстоящия бойкот от една страна, и от друга – на суперлативи за организаторите. Застъпен е много сериозно аналитичният жанр, като коментарите се публикуват на първа и на четвърта страница. Пратениците на вестника са изпратени в Москва предварително, за да могат да информират българската общественост за всичко, което ще се случи в Олимпийската столица. На 28 юни 1980 г. Людмил Миланов информира, че „*Олимпийското село е приело първите си жители*“ и описва, какво чудо са постигнали съветските домакини с построяването му. Олимпийските игри в Москва са посетени и от Тодор Живков, а неговото присъствие в съветската столица и срещите му с местните партийни ръководители заемат централно място в българската преса.

В анализираният от мен 73 броя на в. „Народен спорт“ и цитираните в ПРИЛОЖЕНИЕТО заглавия има два типа материали – едните описват успехите на българските спортисти и отличната подготовка на съветските домакини, а другите – заклеймяват поведението на западните държави, които са решили да бойкотират Олимпийските игри в Москва.

Бойкотът на Олимпийските игри в Москва е един от най-мрачните периоди в спортната история. В същото време политическото решение на САЩ и държавите, които подкрепят Вашингтон, да не участват в Летните игри води до невиджана медийна пропаганда, в която бива въвличен спортът. Медийните публикации преди, по време и след Олимпийските игри в Москва в американската, руската и българската преса показват, че в събитието се влага сериозен политически контекст, а на аудиторията се поднасят манипулации,

полуистини или хиперболизирана информация, които са плод на политическата пропаганда.

Засегната е и темата за участието на тайните служби – КГБ и ДС в подготовката за Олимпийските игри. Документи от разсекретените архиви доказват, че информацията е налична предварително, събира се по разузнавателни канали и се подготвят предварително опорни точки, необходими за обезпечаване на медийната пропаганда.

Четири години по-късно Олимпийските игри в Лос Анжелис 1984 са бойкотирани от държавите от социалистическия лагер. Бойкотът е отговор на този отпреди 4 години. Официалната версия на Кремъл, която се подкрепя и от правителствата на социалистическите държави, сред които и българското е, че Лос Анжелис не може да гарантира сигурността на спортистите и делегациите, както и че е нарушена Олимпийската харта. А това обвинение идва след отказа на американската администрация да издаде входни визи на всички заявили участие като членове на делегациите, а решава да го прави човек по човек. Според американците това няма да позволи сред спортистите, треньорите и ръководителите, да попаднат шпиони, а според позицията на Съветския съюз - се нарушава хартата. В тази глава се описват подробно начините, по които американската и съветската преса отразяват събитията и какъв е техният прочит за бойкотите.

Проучването на българската преса от 1984 г. показва, че нашите медии преповтарят пропагандните тези, спуснати им от държавното и партийно ръководство както за причините, заради които е обявен бойкот, така и за провеждането на самото спортно състезание. Преди началото на Олимпийските игри има серия заклеймяващи редакционни и авторски материали във в. „*Народен спорт*“. В тях се казва, че Лос Анжелис не може

да приеме големия спортен фолум заради това, че нарушава Олимпийската харта. Набляга се на факта, че Игрите се организират с частно финансиране, а думата „комерсиализация“ трябва да звучи обидно. Повтарят се и тезите, че въздухът е мръсен, в града има голяма престъпност и расова сегрегация, очаква се организационен хаос. След като е изпълнена пропагандната задача по очерняне на Олимпийските игри в Лос Анжелис, пресата спира да публикува информация, свързана със самото им провеждане. По време на Игрите в „*Народен спорт*“ не помества репортажи от Лос Анжелис, а резултатите намират място единствено като суха статистика в колонките на вестника. Коментарите са силно идеологически, манипулативни и едностранчиви. От цитираните в ПРИЛОЖЕНИЕТО над 40 материала всички са силно критични към организаторите на Лос Анжелис '84. В същото време българската преса подкрепя решението за бойкот на Олимпийските игри и изтъква положителните страни на това действие.

Летните игри не се отразяват и от останалите български медии. БНТ се отказва от излъчването на Лос Анжелис, не показва дори кратки репортажи в новините, въпреки че през годините преките предавания на олимпиади са станали традиция за Националната ни телевизия и един от най-гледаните и обичани телевизионни продукти.

III ГЛАВА:

Изследването е концентрирано върху Олимпийските игри в Сочи, които се провеждат, когато Студената война вече е история, във времена, в които в по-голямата част от света има мир и управляват правителства, избрани по демократичен път. През 2014 г. в Русия президент е Владимир Путин, който провежда собствена външна политика и който опонира на САЩ и Западна Европа по редица теми. В този политически контекст Олимпийските игри в Сочи се превръщат в платформа за медийна пропаганда. От една страна е Русия, която иска да подобри своя имидж на международната сцена, да покаже превъзходство чрез голямото спортно събитие в организационен, спортен, медиен план. От друга страна са политическите опоненти на Путин, които чрез Олимпийските игри искат да извадят на показ корупцията, олигархичните връзки, екологичните проблеми в страната.

Спечелването на домакинството на Олимпийските игри в Сочи се приема като национално-отговорна кауза от руските медии. Още през 2007 г. западната преса акцентира върху факта, че в центъра на това домакинство ще е личността на президента Владимир Путин. Списание „Time“ излиза със заглавие на материала си за сесията в Гватемала, на която Русия печели домакинството – „Победа за Путин“.

Още през 2007 г. започват и първите критики към организаторите. От една страна, държавите, които са политически опоненти на Русия, ще се концентрират върху възможните финансови злоупотреби, липса на прозрачност в обществените поръчки, авторитарното управление на Путин, работата на организационния комитет на Игрите, който трябва да е политически и икономически независим, но вероятно ще работи под силен

правителствен натиск. Западните медии вещаят и вероятността Игрите да бъдат ползвани с политическа цел, като пропаганда на управлението на Владимир Путин и неговата партия – „Единна Русия“.

От друга страна домакинството е възможност за Русия да докаже своето място като фактор в световната политика и да подобри своя имидж на международната сцена. А какво по-добро място да го направи от най-големия спортен форум, който събира хиляди спортисти от цял свят и приковава огромно медийно внимание, изразяващо се в часове преки предавания, хиляди журналистически материали в електронните медии, пресата и интернет-пространството и милиардна аудитория. Практика, доказана в историята. А според много световни медии – римейк на Берлин 1936. Що се отнася до организаторите на Игрите, зад които плътно застава руското правителство и лично президентът Путин, то ползите за тях от една олимпиада няма да са толкова икономически (дори руснаците не оспорват факта, че игрите са стрували прекалено скъпо), колкото политически.

Русия не е била домакин на Олимпийски игри от Москва 1980, която е бойкотирана от САЩ и още 65 държави. Сочи 2014 г. се провежда в условията на съвсем различни политически реалности. Въпреки напрежението по определени теми засягащи Близкия Изток или Украйна, в Европа има траен мир, Старият континент се радва на стабилност и просперитет, най-трудните години след промените са преминали и в Русия, а Москва и Санкт Петербург не отстъпват по блясък на най-големите европейски столици. Игрите в Сочи са възможност за нови големи инфраструктурни проекти, мащабно строителство, модернизирани емблематичния за руснаците курорт - Сочи и утвърждаване на Русия като световен лидер, и именно това ще е пропагандната линия, по която се движи страната-домакин на XXII-те Зимни олимпийски

игри. Репутационните проблеми за домакините обаче започват още от първия ден от програмата. Нито един западен лидер не присъства на церемонията по откриването на XXII Олимпийски игри.

Изследването се спира и прави критичен анализ на руски, английски, американски и германски медии като *НТВ*, в. „*Известия*“, „*Аргументы и факты*“, „*Риа Новости*“, *BBC*, *CNN*, *NBC*. „*New York Times*“, „*Washington Post*“, „*Spiegel*“ и много други, които интерпретират събитията, свързани със Зимните олимпийски игри в Сочи. Отразяването е на двата полюса – от еуфорично и безкритично представяне на Зимните игри, до безпощадна критика към домакините, организацията, спортните обекти, медиите в Русия.

Анализът на публикациите във вестниците, телевизионните репортажи, интернет-публикациите, както и новините, които журналисти и техните медии публикуват в социалните медии, показва, че критиките, свързани с организацията на Олимпийските игри в Сочи са тематично разположени в няколко направления. А те са групирани така:

- Сочи е мишена на терористи;
- Олимпийските игри в Сочи имат рекорден бюджет;
- при изграждането на олимпийските обекти са извършени огромни злоупотреби;
- в Сочи подготовката върви с голямо закъснение;
- в Сочи има много организационни неуредици;
- в Русия не се зачитат човешките права (приетото анти-гей законодателство);
- под въпрос е свободата на медиите и медийния плурализъм;

Проучването на онлайн публикациите от 2014 г. показва, че световните медии отделят голямо внимание на тези теми. Дори световни агенции като Reuters, AFP, AP, които през годините са успяли да докажат своята безпристрастност и плурализъм, отделят сериозно внимание на информацията, свързани с неуредици, проблеми, заплахи за сигурността и обвинения за корупция.

Такава е линията и на водещите американски канали - CNN, ABC, NBC. По ирония на съдбата само три години по-късно американският президент Доналд Тръмп ще поведе битка с американските медии и по-специално със CNN, обвинявайки телевизията, че разпространява „fake news“ (фалшиви новини). Такава е и политиката към Сочи 2014 на британската обществена телевизия BBC, както и германските ZDF и ARD. Още преди старта на Игрите в тях се появяват десетки репортажи, които цитират анонимни наблюдатели или специалисти и поставят на дневен ред въпросите за трудностите, които изпитва Русия с олимпийското домакинство.

Като кризисен пиар руското правителство прави регистър на „Митовете за Олимпийските игри“. Той е лесно достъпен в интернет и изглежда като напълно пожарна реакция на властта и контролираните от правителството медии, за да се тушира атаката към Сочи 2014. Този регистър днес е много актуален, защото правенето на регистри за „фалшиви новини“ се превърна в любимо занимание за политически партии, медии, неправителствени организации.

Целта на регистъра за „Митовете за Олимпийските игри“ е да обори тезите на „Западната пропаганда“ и наслагващото се мнение, че Зимните олимпийски игри са пълен провал, че те струват прекалено скъпо, че са

направени с цената на сериозни злоупотреби с обществени средства, че се използват, за да се рекламира управлението на Владимир Путин.

В регистъра на „Митовете за Олимпийските игри в Сочи“ има общо 23 точки. Те описват най-често срещаните тези в медиите, които хвърлят сянка върху Сочи 2014 и отговорът на властта и организационния комитет на конкретните обвинения.

Важна част от изследването на медийната пропаганда по време на Олимпийските игри в Сочи е навлизането на социалните мрежи. Бумът на споделянето на информация, видео, снимки, предаванията на живо от Сочи променят медийната действителност. Социалните мрежи навлизат в олимпийското движение по-активно едва след Пекин 2008, но ефектът от тях през 2014 г. вече е огромен. Олимпийските игри в Сочи са обявени от маркетинг-специалистите за „*Игрите на социалните мрежи*“. Тяхната оценка се основава на данните на Международния олимпийски комитет, че състезанието е генерирало над два милиарда поста в различните социални мрежи. Най-популярната руска мрежа Вконтакте има 2,8 милиона последователи в създадената страница специално за ЗОИ. По време на Игрите има 54 милиона споменавания на Сочи, което прави по 1,5 милиона на ден. Статистиката показва още, че нови 2 милиона души се присъединяват към олимпийската страница във Facebook, акаунтът в Twitter се сдобива с нови 168 хиляди последователи, 150 000 следват профила в Instagram, а три милиона души влизат в интернет страницата на ЗОИ. Социалните мрежи се оказват отлична платформа и за медийна пропаганда. Именно чрез тях журналисти и спортисти успяват да информират за битови проблеми и неуредици по време на Сочи 2014 като бездомни кучета, мръсна вода, недостроени хотели. Техните

постове се превръщат в новини, а новините търпят интерпретации, коментари, анализи.

Българските медии запазват неутралитет в отразяването на Олимпийските игри в Сочи 2014. Изследваните спортни вестници „Тема спорт“ и „Меридиан мач“ не интерпретират еднозначно събитията в Русия и не могат да бъдат обвинени, че правят медийна пропаганда. Те използват различни източници на информация – руски медии, агенциите Ройтерс, Асошиейтид прес, Франс прес, БТА. Същото се отнася и за отразяването в ефира на БНТ - единствената телевизия, която е официален носител на правата за България. Лисват обаче и журналистически коментари, което е резултат на тенденцията от няколко години да не се използва активно този жанр в спортната ни преса.

III ИЗВОДИ И РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО

1. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Дисертационният труд очертава детайлна картина на развитието на медийната пропаганда по време на Олимпийски игри в контекста на различни политически реалности. Медийната пропаганда е изследвана от редица световни учени. В полето на спорта, и по-специално в това на Олимпийските игри, тя има необходимост от нов прочит. В наши дни спортът е много важна част от живота на хората, социален феномен, който привлича вниманието на милиони. Олимпийските игри пък са състезанието, което фокусира на всеки две години интересът на огромна аудитория. Няма друго събитие в света, което да приковава вниманието на толкова много хора и за толкова дълъг период от време. Именно заради тяхната популярност Игрите стават жертва на политическа намеса и могат да служат за пропаганда.

Периодите, в които това проучване изследва как се развива медийната пропаганда по време на Олимпийски игри, са различни заради техния не само политически контекст, но и заради етапите на развитие на самите медии. В Берлин 1936 г., когато са първите Олимпийски игри, върху които се спира този докторантски труд, Германия се управлява от националсоциалистите, водени от диктатора Адолф Хитлер, а страната и цяла Европа са на прага на Втората световна война. Основните медии, чрез които пропагандните послания достигат до хората, са вестниците и радиото, което вече е натрупало голяма популярност. Телевизията тепърва прохода, но също има важна роля в полето на медийната пропаганда. Пропагандата се осъществява от голям държавен апарат, който се управлява от Министерството на пропагандата. Изследването на българските медии през 1936 г., и по-специално популярните

вестници - „Утро“ и „Спорт“, показва, че пресата, макар и безкритична към установявания се режим на Хитлер, не се съобразява с наложената цензура в Берлин и не следва сляпо пропагандните тези, с които е пропита германската преса и медии като цяло. Сравнението между „Утро“ и „Спорт“ през 1936 г. и „Работническо дело“ и „Народен спорт“ през 1980 и 1984 показва, че преди Втората световна война българската преса е много по-свободна.

Вторият период на изследването засяга именно този исторически период - времето на Студената война и Олимпийските игри в Москва и Лос Анжелис. Те са ярък пример за това как тоталитарната преса се превръща в оръжие за медийна пропаганда. Емпиричното изследване на в. „Народен спорт“, интервютата с журналисти, които бяха направени като част от изследването в този дисертационен труд, показва, че спортът е бил проводник на идеологически догми и пропаганда. В този период промяна има не само в политическите отношения, но и в медийното развитие. Телевизията се превръща в най-важната медия, а отказът на БНТ да излъчва Олимпийските игри в Лос Анжелис заради бойкота на България и държавите от социалистическия лагер е един от ярките примери за медийна пропаганда.

Предизвикателство в научното изследване се оказва най-новият исторически период – Олимпийските игри в Сочи 2014. И заради липсата на научна литература по темата, и заради факта, че е необходимо време, за да има реален исторически прочит на събитията. Примерите и анализът на публикациите, които са разгледани в докторантския труд, показват, че Зимните игри в Русия са били използвани изключително активно за медийна пропаганда. Тя се развива и на съвсем нова плоскост, в полето на новите медии, каквито са социалните мрежи – феномен, с който тепърва ще се занимават редица изследователи. Олимпийските игри се използват от руското

правителство за реклама на страната и управлението на Путин. Политическите опоненти на руския президент виждат в Олимпийските игри възможност за критики към неговото управление посредством разкритията за корупция, еднолично управление, липсата на медиен плурализъм.

На базата на анализа на научната литература, изследването на спортната преса, телевизионните репортажи, публикациите в интернет, многото интервюта, които направих преди написването на този дисертационен труд, се опитах да разширя познанието за това, че Олимпийските игри са територия, на която се прави медийна пропаганда, въпреки че изначално те трябва да са „аполитични“. Тази медийна пропаганда е толкова успешна, че Берлин, Москва, Лос Анжелис или Сочи са събития, които стават известни на цял свят. И това е така не само заради големия заряд, който носи всяка олимпиада, а и поради факта, че тези четири града, освен спортна арена, стават и терен за задкулисни политически битки и медийна пропаганда.

С този дисертационен труд се прави опит и за конструирането на общ модел за медийна пропаганда по време на Олимпийски игри:

Медийната пропаганда по време на Олимпийски игри се прави по определени правила. В нея активно участие взима държавата-домакин на Олимпийски игри, която иска да извлече политически дивиденди. Създават се условия, които да позволят на медиите да отразят положително всичко случващо се на спортното събитие. За да има успех медийната пропаганда, домакините на Игрите първо трябва да направят отлична организация на спортното събитие, да впечатлят с размера на олимпийските обекти и инвестициите в инфраструктурата. Отношението към журналистите, като най-важен посредник в комуникацията, е изключително важно. Въздействието върху

техните емоции и възприятия е ключово за успеха на медийната пропаганда. В тоталитарните управления медийната пропаганда по време на Олимпийски игри е концентрирана върху идеята за превъзходството на режима, което се доказва със силните постижения на спортистите, игнорирането на успехите на останалите държави, изтъкване на преимуществата на спортната система на страната, изтъкване на мащабите на спортните обекти, построени от управляващите. Във времената на демократични управления, медийната пропаганда се концентрира върху критики към организаторите, съмнения относно готовността им да приемат Олимпийски игри, въпросителни около цената на домакинството, както и за това, дали финансирането е прозрачно и при изразходването на публичните средства е защитен обществен интерес. Като контрапункт на положителните отзиви, се изтъква липсата на свобода на словото и плурализъм на мненията в медиите и политическият натиск, на който те са подложени.

2. ИЗВОДИ

Няколко бяха поставените въпроси в началото на изследването. В отговор на формулираните задачи биха могли да се обособят следните изводи:

1. Олимпийските игри са събитие, което приковава интереса на милиони хора по света и като такова се превръща в платформа за политическа медийна пропаганда.
2. Медиите, в това число и профилираните спортни медии, стават проводник на пропаганда по време на отразяването на Олимпийски игри.
3. Развитието на медийната пропаганда следва това на политическите процеси в световен план - от една страна, и на медийната еволюция - от друга.
4. Медийната пропаганда е възможна не само във времената на диктаторски режими и при наличието на тоталитарна преса. Медийната пропаганда е факт и във времена на свободни медии и при правителства, дошли на власт по демократичен път.
5. Медийната пропаганда променя своето съдържание и инструментариум, но е налична и в трите периода, които са обект на този дисертационен труд – преди Втората световна война (Берлин 1936), по време на Студената война (Москва 1980 и Лос Анжелис 1984) и след промените в Източна Европа (Сочи 2014).

3. ТЕЗИ

1. Олимпийските игри са отлична платформа за развитие на пропагандни тези поради факта, че те събират хиляди спортисти и фокусират вниманието на милиони хора по целия свят. Те имат интернационален характер и достигат до всяко едно крайче на света посредством медиите.
2. В дисертационния труд са цитирани и анализирани медийни публикации и научна литература, които показват как се формира общественото съзнание, какви внушения, манипулации, хиперболизации правят медиите, които правят медийна пропаганда.
3. Медиите са активен участник в пропагандата. В тоталитарните години те отразяват едностранчиво и според правилата на съответното идеологическо звено, натоварено с организацията на пропагандата, спортните събития, респективно Олимпийските игри. В наши дни, когато има демократични управления и свободна преса, медиите отново могат да станат проводници на медийна пропаганда, с или без намесата на правителството.
4. Медийната пропаганда в спорта, и по-специално тази, в Олимпийските игри преминава на нов етап, използвайки развитието и влиянието на социалните мрежи.

4. ПРИНОСИ И ПЕРСПЕКТИВИ

Научният труд поставя във фокуса на вниманието темата за медийната пропаганда по време на Олимпийски игри от гледна точка на посланията, начина на въздействие, нейните цели и резултати.

Разгледани са детайлно историята и функциите на медийната пропаганда, като са систематизирани всички по-важни моменти – обобщени са историческите периоди, стиловете, наследствата на медийната пропаганда, очертани са предизвикателствата пред същата, направен е обзор на историческите събития, довели до конкретни резултати в медийната пропаганда в контекста на най-голямото спортно състезание – Олимпийските игри.

За целите на същинското изследване са събрани и обработени значителен обем библиографски източници, както и журналистически материали. Техният детайлен анализ извежда основни тези за медийната пропаганда по време на Олимпийски игри и очертава тенденции.

На базата на направения анализ са изведени зависимостите, които очертават развитието на медийната пропаганда на Олимпийски игри. Достиженията в теоретичните, експерименталните и изследователските аспекти могат да се синтезират като основни приноси така:

1. Детайлен обзор на медийната пропаганда в спорта и Олимпийските игри, свързан с различни исторически периоди;
2. Извеждане на тенденции в развитието на медийната пропаганда по време на Олимпийски игри към днешна дата;

3. Цялостен собствен научен подход при анализирането на богата база данни, внушителни времеви и географски ограничения (цял свят, период от 80 години);
4. Обработване на голям масив от библиографска информация, която включва най-доброто от световните научни постижения по темата, както и многобройни съвременни научни разработки и журналистически публикации;

Изследването е добра отправна точка за журналистите, които изследват, използват или стават жертва на медийната пропаганда. То провокира дискусия за нейната роля по време на най-големия спортен форум, какъвто са Олимпийските игри.

Задълбоченият анализ със сигурност ще даде отговор на множеството въпроси, свързани с медийната пропаганда. Поставя на дневен ред и темата за ролята на журналистите като медиатори в тези процеси. В същото време този дисертационен труд задава и редица въпроси, което се явява и същинската част на всяко познание.

IV СПРАВКА ЗА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИЯТА

1. Велева, Миляна. Олимпийските игри и социалните мрежи – нови предизвикателства в дневния ред на медиите. Медии и обществени комуникации. Брой 37; Септември 2018. <http://www.media-journal.info/?p=item&aid=374>
2. Велева, Миляна. Политическа употреба на спорта при диктаторски режими. Исторически преглед. Медии и обществени комуникации. Брой 38. Ноември 2018. <http://www.media-journal.info/?p=item&aid=375>
3. Велева, Миляна. Спорт и политика – или как Олимпийските игри стават жертва на пропагандата. Алманах на БОК. 2016. https://www.bgolympic.org/images/almanah/BOC_Almanah_2016_0417_Internet.pdf
4. Велева, Миляна. Социални мрежи, манипулации, пропаганда. Алманах на БОК. 2018. Под печат.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Антонов, Антон. *Владимир Стойчев, спорт и личност*. София. 1980, стр. 7.
2. Бондииков, Венцислав. *Манипулации и публична комуникация: Митове и реалности*. София, 2011, стр. 36-37
3. *Българските държавни институции 1879-1986* София: Д-р Петър Берон. 1987, стр. 80-81
4. Бърдарева, Райна; Иванов, Белчо. *Олимпизъм и олимпийско движение*. София: Графикс ООД, 1998, стр. 194
5. Гяурски, Мариан. *Спортът като политика и пропаганда в България (1944-1971)*. Дисертация в Историческия факултет на СУ „Св. Климент Охридски“, 2013
6. Ефремов, Ефрем. *Социални измерения на спортната журналистика*. Спортна журналистика. София: Университетско издателство на СУ „Климент Охридски“, 1999
7. Иванчев, Димитър. *Български периодичен печат 1844 – 1944*. Анотиран библиографски указател. София: Наука и изкуство. 1966, стр. 246
8. Митев, Лозан. *Олимпизъм и олимпийско движение*. София, 2016
9. Кючуков, Ламбо; Сивилов, Любен; Денков, Димитър. *Философия*. София. 1991, стр. 78
10. Мартински, Трендафил. *Моят живот в спорта*. София: Христо Ботев, 2002 г., стр. 156
11. Монова, Тотка. *Думите, които разделят. Политическият дискурс в печата*. София: Парадокс. 2000, стр. 13
12. Селвелива, Нина. *Спортът – зората на българската спортна журналистика (1924 -1944)*. София: Тип топ прес. 2014
13. Смит, Брус. *Психотехника на убеждаващото въздействие*. София. 1992
14. *Спорт и политика, Сборник статии*, София. 1972, стр. 10-14
15. Славков, Иван. *Батето*. София: Труд. 2010. Том 1. стр. 236
16. Солаков, Ангел. *Председателят на КДС разказва*. София: Тексимреклама АД. 1993, стр. 140
17. Хитлер, Адолф. *Моята борба*. София. 2006
18. Христов, Чавдар. *Войната на идеите – стратегии, идеи, пропаганда*. Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, София, 2014. стр. 177 – 210

19. Христов, Чавдар. *Убеждаване и влияние*. София, 2008. стр. 142
20. Христов, Христо. *Държавна сигурност и спортът, част I – олимпийското движение*. 2014, стр.50-65
21. Христов, Христо. *Държавна сигурност – политическа полиция. Комисия по досиетата*. София, 2011
22. Христов, Христо. *Как шесто управление се подготвя за участие в летните олимпийски игри в Лос Анжелис*. София, 2011

ЧУЖДЕСТРАННИ ИЗТОЧНИЦИ:

23. Архив КГБ. *Об основных мерах по обеспечению безопасности в период подготовки и проведения Игр 22-ой Олимпиады 1980 г. 12 май 1980*. <https://www.svoboda.org/a/24199697.html>
24. Герциштейн, Роберт. *Война, которую выиграл Гитлер*. Смоленск: Русич. 1996
25. Кукушкин, Григорий. *Энциклопедический словарь по физической культуре и спорту*. Том 3, 1963. стр.423
26. Кулушов, Артём. *Страницы олимпийского дневника. Лос Анжелис 1984 – Олимпиада, на которой мы не били*. Москва, 2005. стр. 120-125
27. Прозуменчиков, Михаил. *Большой спорт и большая политика*. Москва, 2004
28. Arnaud, Paul. *Sport and International Politics. The impact of facism and comunisum in sport*. 1998
29. Caraccioli, Tom. *Boycott: Stolen Dreams of the 1980 Moscow Olympic Games*. Chicago, 2008
30. Christopher, Richard. *Olympic Politics*. Manchester. Manchester University Press, 1992
31. Cousineau, Phil. *The Olympic Odyssey: Rekindling the True Spirit of the Great Games*. Wheaton, 2003, p.162
32. Congelio, Brad. *Before The World Was Quiet: Ronald Reagan, Cold War Foreign Policy. And The 1984 Los Angeles Olympic Summer Games*, PhD Thesis, The University of Western Ontario, 2014, 119-120
33. David, Clay. *Nazi Games: The Olympics of 1936*, London. 2008. p. 58.
34. Devault, Gigi . *The Olympic Games and Social Media. Case Study*, 2018
35. Edmondson, Jaqalin. *Jesse Owens: A Biography*, USA: Greenwood Publishing Group. p. 29. Retrieved September 6, 2014, p.54
36. Isaacson, Walter. *Benjamin Franklin: An American Life*. New York: Simon & Schuster. 2003

37. Fisher, David. *The Invention of Television*, New York, 1997, pp. 163-174
38. Gallo, Max. *Mussolini's Italy*. New York: Macmillan Publishing Co. Inc. 1973, p. 212–13
39. Graham, C. G. *Leni Riefenstahl and Olympia*, Metuchen, NJ & London, 1986
40. Guthman, Edwin; Allen, Richard. *RFK: Collected Speeches*. New York City: Viking, 1993
41. Hazan, B. *Olympic sports and propaganda games - Moscow 1980*. Transaction Books, New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.), 1982
42. Hobbes, Renee. *Teaching about Propaganda: An Examination of the Historical Roots of Media Literacy*. *Journal of Media Literacy Education*
43. Hau, M. *Performance Anxiety: Sport and Work in Germany from the Empire to Nazism*. Toronto. 2017, pp.115-116
44. History Place. *World War II, Germany Olympic Triumph*. p. 25-50
45. Hinton, D. *The films of Leni Riefenstahl*. Metuchen. NJ: The Scarecrow Press, Inc., 1978
46. Infield, G. *Leni Riefenstahl: The fallen film goddess*. New York: Thomas Y. Crowell. 1978
47. *Journal of the International Olympic Academy*. *Olympia*, 2012.
48. *FIFA book of statutes*. Roma 1934, prtd. Gebr. Fey & Kratz, Zürich, FIFA internal library no. C br. 18, 1955.
49. Kevin, Filo; Lockab, Daniel; Kargab, Adam. *Sport Management Review*. *Sport and social media research: A review*. Volume 18. Issue 2. 2015, P. 166-181
50. Knighton, Andrew. *Napoleon: The Great General Also Used Propaganda to Boost His Popularity*. *War's history*. 2017. p.110
51. Krüger, Arnd; Murray, William. *The Nazi Olympics: Sport, Politics and Appeasement in the 1930s*. USA: University of Illinois, 2003, p.17-43
52. Hau, Max. *Performance Anxiety: Sport and Work in Germany from the Empire to Nazism*. Toronto. 2017, pp.115-116.
53. Hristov, Chavdar. *Orchestrated Transformation in Mass Thinking*. p.280
54. Hobbes, Renee. *Teaching about Propaganda: An Examination of the Historical Roots of Media Literacy*. *Journal of Media Literacy Education*
55. Manning, Martin. *Historical Dictionary of American propaganda*. USA: Greenwood Press, 2004, p.65
56. Martin, Simon. *Sport Italia*. IB Tauris, 2011, p.160 – 189
57. Moloney, Kevin. *Rethinking Public Relations: PR Propaganda and*

- Democracy (second ed.)*. Routledge, London (2006), p. 228
58. Manning, Martin. *Historical Dictionary of American propaganda*. Greenwood Press, 2004, p.65
59. McCrum, Michael; Thomas, Arnold, *Headmaster*. Oxford: Oxford University Press, 1989
60. Morgan, Sarah. *Mussolini's Boys (and Girls) Gender and Sport in Fascist Italy*. Rome, 2016
61. Orwell, George. *You and the Atomic Bomb*. Tribune, 1945.
http://orwell.ru/library/articles/ABomb/english/e_abomb
62. Perelman, Richard. *Remembering a Revolution . . . in the Olympic Games*. Perelman Pioneer & Company, 2011
63. Painter, Borden. *Mussolini's Rome: Rebuilding the Eternal City*. London, 2005
64. Pratkanis, Antony; Eronson, Elliot. *Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion*. W.H. Freeman and Company, 1991. p. 120-132
65. Riordan, James. *Sport Under Communism: The U.S.S.R., Czechoslovakia, the G.D.R., China, Cuba*. London: C. Hurst and Company, 1984
66. Sanders, Michael. *Wellington house and British propaganda during the First World War*. *The historical journal*. 1975, p. 119-146
67. Sarantakes, Nicholas. *Dropping the Torch: Jimmy Carter, the Olympic Boycott, and the Cold War*. Cambridge, 2011
68. Smith, Bruce; Lasswell, Harold; Casey, Ralph. *Propaganda, Communication, and Public Opinion*. Princeton: Princeton University Press, 1946. p. 120-125
69. Sington, Artur. *The Goebbels Experiment. A Study of the Nazi Propaganda Machine*. New haven, 1993. p 146
70. Snyder, Louis. *Encyclopedia of the Third Reich*. Hertfordshire, Wordsworth, 1998, p.88
71. Stephens, Mitchel. *History of Television*, New York, 2015
72. Thacker, Toby. *Joseph Goebbels: Life and Death*, London, 2010
73. Timpe, Julia. *Nazi-Organized Recreation and Entertainment in the Third Reich*. London, 2016, p. 45-49
74. Trifari, Elio. *The Nazi Olympics*. *The Encyclopedia of the Olympics*. Rome, 2008, p.258-259

ОНЛАЙН ИЗТОЧНИЦИ:

1. Авдохин, Алексей. Мы уже бойкотировали олимпиаду. то может повториться. Спортс.ру, <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/allresp/1470877.html>).
2. Дюдя, Ю. Спорт как инструмент идеологии и пропаганды. Эхо России, 7 януари 2014
3. Игнатов, В. Връзката на футбола с нацизма. В. "Преса", 2014
4. Журналистите на БНТ с над 16 000 минути коментар в ефир по време на олимпиадата. БНТ, 2014. <https://www.bnt.bg/bg/a/zhurnalistite-na-bnt-s-nad-16-000-minuti-komentar-v-efir-po-vreme-na-olimpiadata>.
5. Забравените бунтари от времето на соца. Десант. 2012. <http://www.desant.net/show-news/27712>.
6. Заговор против России. Кому выгодно убрать нас со спортивной карты мира. Аргументы и факты, 2013 http://www.aif.ru/sport/other/odin_y_pole_voin_komu_vygodno_ubrat_rossiyu_i_so_sportivnoy_karty_mira).
7. Игнатовски, Владимир. А дали Хитлер би харесал днешната телевизия. в. "Култура", ноември 1997 г
8. Курасова, К. Спорт как инструмент политической борьбы в международных отношениях. 2016, <https://www.eduherald.ru>).
9. Мачът на смъртта. В. "Дневник", 8 ноември 2011 г.
10. Мозговой, Владимир. Это уже было: история двух олимпийских бойкотов, Новая газета, 2017. <https://www.novayagazeta.ru/articles>
11. Окунев, Дмитрий. Сталин в спорте: стрелял и разгонял. 2017, https://www.gazeta.ru/sport/2017/12/19/a_11500940.shtml.
12. Панайотов, Годор. Вестникарските предприятия на медийния магнат Атанас Дамянов. http://ebox.nbu.bg/mascom14/view_lesson.php?id=11).
13. Политика и спорт – светът е за двама. в. „Култура“, 2008
14. Победа Сочи заставила многих российских актеров плакать от счастья. Риа Новости. 2008, <https://ria.ru/sport/20070706/68487944.html>
15. Сегодня допинг, вчера - Боинг: как СССР бойкотировал Олимпиаду-1984. Новые известия, 2017. <https://newizv.ru/news/politics/20-11-2017/segodnya-doping-vchera-boing-kak-sssr-boykotiroval-olimpiadu-1984>
16. Спорт как инструмент идеологии и пропаганды. Эхо России, 2014 г
17. Сочи-2014: Зарубежные СМИ нашли несовершенства Олимпиады, Петербургская интернет-газета, 2014, <https://www.fontanka.ru/2014/02/05/163>).
18. Степанович и Родченков: Кто и по какой цене „разоблачает“ российский спорт, Аргументы и факты, 2016

19. Христов, Чавдар. Институционализиране на пропагандата. Етапи. Пропаганден модел. Медиите на 21 век. Онлайн издание за изследвания; <https://www.newmedia21.eu/analizi/institutsionalizirane-na-propagandata-etapi-propaganden-model>
20. Христов, Христо. Спортът и олимпийското движение в мрежата на ДС. 2015, <http://desebg.com/dejnost/2286-2015-05-10-08-10-30>
21. Budonovivh, Nikola. *The Death Match – Legendary Game of Death of Kiev vs Nazi Germany*. War History online, 2017, https://www.warhistoryonline.com/world-war-ii/death-match-legendary-game-death-kiev-vs-nazi_germany-m-2.html)
22. Belson, K; Borden, S; Branch, J; Clarey, C. *Olympic Fears Rattle Athletes and Families*. New York Times. 2014
23. Corliss, Richard. *That Old Feeling: Leni's Triumph*. Time, Aug 2002
24. Chomsky, Noam. *A Propaganda Model*, by Noam Chomsky. Excerpted from *Manufacturing Consent*, chomsky.info. 2017
25. *Games of the XXIII Olympiad*. International Olympic Committee. Archived from the original on August 30, 2008. Retrieved August 31, 2008
26. *Germany Sochi Olympic Team Insists 'Rainbow' Uniforms Aren't A Gay Rights Protest*, Huffington post, 2014. https://www.huffingtonpost.com/2013/10/02/germany-olympics-rainbow-uniform_n_4030737.html?guccounter).
27. *German Soccer Faces Nazi Past*. DW. 2012. <https://www.dw.com/en/german-soccer-faces-nazi-past/a-1711023>
28. *How the Internet and Social Media Have Changed the Olympics*. NBC, 2015
29. Hobson, Will. *Russia banned from 2018 Olympics for widespread doping program*. Washington Post, 2017
30. *IOC - X Congress in Varna*. <https://www.olympic.org/varna-1973-olympic-congress>
31. Knighton, Andrew. *Napoleon: The Great General Also Used Propaganda to Boost His Popularity*. War's history. 2017
32. Mackay, Duncan. *Berlin 1936 were the first Olympics to have live television coverage*. Inside the Games. 2012. <https://www.insidethegames.biz/articles/17127/berlin-1936-were-the-first-olympics-to-have-live-television-coverage>
33. *Media's Use of Propaganda to Persuade People's Attitude, Beliefs and Behaviors*. web.stanford.edu. 2017
34. *Mussolini and Calcio: Fascism's Legacy in Italian Football*. 2016. <https://gentlemanultra.com/2016/04/01/mussolini-and-calcio-fascisms-legacy-in-italian-football>).

35. Peters, Andrea. *US media, politicians mobilize against Sochi Olympics*. *World Socialist Website*, 2014. <https://www.wsws.org/en/articles/2014/02/10/olymp-f10.html>).
36. Petrescu, Diana. *Sochi 2014: How the Winter Olympic games are portrayed in social media*. *Business review*, February 2014. . <http://business-review.eu/featured/sochi-2014-how-the-winter-olympic-games-are-portrayed-in-social-media-55681>
37. Power, Samanta. *Why Foreign Propaganda Is More Dangerous Now*. *New York Times*. 2017. <https://www.nytimes.com/2017/09/19/opinion/samantha-power-propaganda-fake-news.html>
38. Rogers, Iacono. *Samaranch transformed Olympic Movement*. *Reuters*, 2010. <https://www.reuters.com/article/us-olympics-samaranch-obituary/samaranch-transformed-olympic-movement-idUSTRE63K2DC20100421>
39. *Russian Insider Says State-Run Doping Fueled Olympic Gold*. *New York Times*, 2014. <https://www.nytimes.com/2016/05/13/sports/russia-doping-sochi-olympics-2014.html>
40. *Sochi Winter Olympics terrorist threat remains, security experts warn*. *ABC*, 2014, <http://www.abc.net.au/news/2014-01-09/sochi-winter-olympics-terror-threat-remains-say-experts/5191662>
41. *Sochi: Worst Olympics Travel Destination Ever*. *Time*, 2014, <http://time.com/6016/sochi-worst-olympics-travel-destination-ever>
42. *Sochi is to Putin what Berlin in 1936 was to Hitler, says Garry Kasparov*. *The Guardian*, 2014. <https://www.theguardian.com/sport/2014/feb/07/sochi-vladimir-putin-hitler-berlin-garry-kasparov>
43. *Sochi Olympic hotels report construction delays*. *CNN*, 2014, <https://edition.cnn.com/travel/article/sochi-olympic-hotels/index.html>
44. *Sochi 2014 Social Media Metrics: Hot Numbers*. *Cool Conversations*. All Yours. *International Olympic Committee*. 2018.
45. Schepp, Matthias. *Securing Sochi: Russia's Elite Counter-Terrorism Fighters*. *Spiegel*. 2014, <http://www.spiegel.de/international/europe/elite-spetsnaz-fighters-protect-sochi-winter-olympics-from-terrorism-a-941995.html>).
46. *The Darkness Behind Sochi's Sparkle*. *New York Times*, 2014. <https://www.nytimes.com/2014/02/08/sports/olympics/in-sochi-remembering-darkness-behind-olympic-sparkle.html>
47. *The importance of social media in Sport*. *The Telegraph*. 2015 <https://www.telegraph.co.uk/investing/business-of-sport/social-media-in-sport>
48. *The Fundamental Principles of Olympism*. *The Sports Journal*, 2012. <http://thesportjournal.org/article/the-fundamental-principles-of-olympism/>

49. *The Sochi Olympics, A win for Putin. Time, 2014.*
<http://content.time.com/time/world/article/0,8599,1640197,00.html>)
50. *World Cup stunning moments: Mussolini's blackshirts' 1938 win. The Guardian, 2018,*
<https://www.theguardian.com/football/blog/2014/apr/01/world-cup-moments-1938-italy-benito-mussolini>

III