

УКРАИНСКИЯТ КОНФЛИКТ В БЪЛГАРСКИТЕ МЕДИИ (изследване)

Изследването отразява интереса на екипа към кризата в Украйна, прехвърлила се с всичката си тревожност от 2014 в 2015 година. Замислено е в края на месец февруари 2015, малко след мирното споразумение от Минск, създадо определени надежди за разрешаване на конфликта. Настоящият текст събира и представя в обобщен вид данните от изследването и авторските анализи на членовете на студентския екип¹.

Изходна беше презумпцията, че при отразяването на събития, в които са намесени големи държави, българските медии обичайно имат боязливо поведение. Изследванията показват, че в такива случаи те предпочитат да цитират политици и институции, да превеждат текстове от чуждестранни медии и да избягват идентификация с евентуална гражданска подкрепа или протест. Изричането на крайни позиции остава патент на отделни медии, свързани с политически сили или насочени групи.

Какво и как разказват медиите в България за Украинската криза? Има ли типологични медийни почерци, които заслужават обособяване и по-внимателно изучаване?

Каква е ролята на българските медии в условията на колебания в българското обществено мнение² по въпроси, свързани с Русия, НАТО и външнополитическата ориентация на страната? Има ли исторически, икономически и други интерпретации, които правят да се очертава „български случай“ в отношението към Украинския конфликт?

Обект на изследване са 23 медии – интернет базирани и онлайн издания на традиционни³: *actualno.com, blitz.bg, dnevnik.bg, dnes. bg, euinside.eu, frognews, glasove.com, mediapool.bg, razkritia.com, vesti.bg, webkafe*; телевизии Алфа, БНТ, България он еър, Нова ТВ, ТВ 7; общественото БНР; вестниците 24 часа, Капитал, Преса, Стандарт, Телеграф; списанието *a-specto*. При избора е търсено съотношение между традиционни и интернет медии, което отразява както

¹ Изследването „Украинският конфликт в българските медии“ е осъществено в рамките на дисциплината „Медиен анализ“ (учебна 2014/15, преподавател проф. дсн Снежана Попова) от студентски екип от специалност „Европеистика“ на СУ „Св. Климент Охридски“ в състав: Адриана Иванова, Александра Александрова, Александра Борисова, Анастасия Шендря, Антония Дикова, Антония Добрева, Божидар Ангелов, Владимир Попов, Габриела Рачева, Гергана Крачунова, Диана Младенова, Диана Сайменова, Евгени Тодоров, Елена Канева, Златина Добрева, Ива Вангелова, Иван Цинзов, Изабел Петкова, Илиана Нихтянова, Лия Савова, Марио Александров, Мария Караматова, Мария Димитрова, Николай Караколев, Николина Илиева, Ния Спасова, Сахар Фаузи, Сяна Николова, Силияна Митева, Теодор Георгиев, Христо Стратиев, Цветомир Братоев, Явор Стоилов, Яна Славчева. За обработката на информацията екипът благодари на г-н Борис Вачков.

² Вж. Алфа Рисърч, изследване на обществените нагласи за февруари-март 2015, достъпно на адрес: http://alpharesearch.bg/userfiles/file/0215_Public_Opinion_AR_present.pdf

³ Възможни различия между броя на текстовете в традиционните медии и броя на текстовете в техните онлайн издания.

засилващото се потребление на информационни ресурси в мрежата, така и влиянието на утвърдени телевизии, вестници и радиостанции.

Наблюдението на медиите е направено чрез въвеждането на ключовата дума „Украйна“ в търсачките на избраните медии. Тя отвежда към текстове, сред които за регистрацията се вземат онези, които третираат военния конфликт.

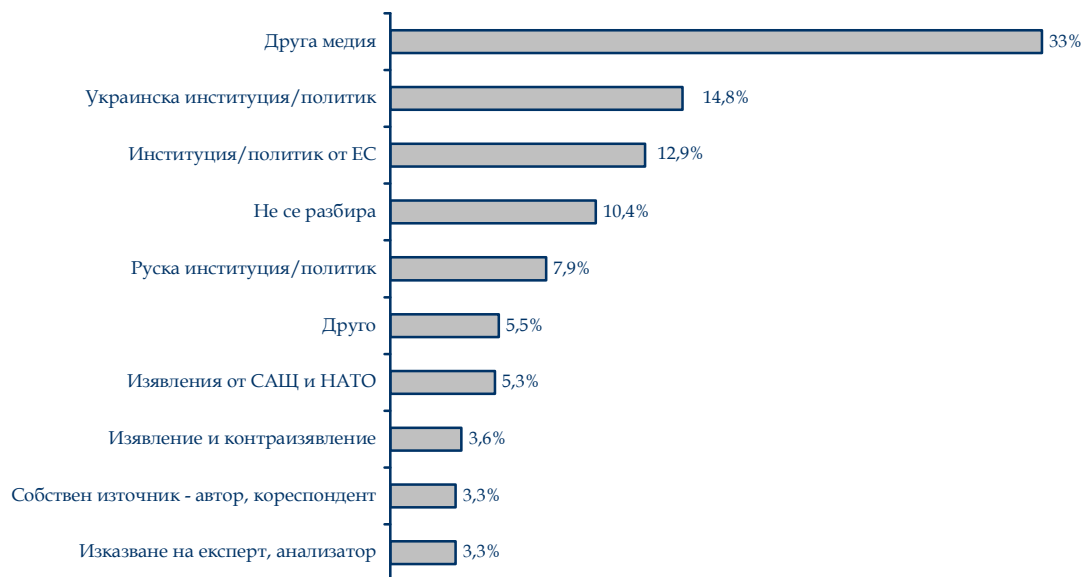
Периодът на наблюдението/регистрацията е избран във връзка с ключовия събитиеен момент – споразумението от Минск (12 февруари 2015): тримесечен период, обхващащ месец преди и два месеца след него – 15 януари-15 април 2015.

Текстовете за кризата в Украйна са регистрирани чрез **карта**, съдържаща 11 показатели⁴.

Информация : анализ = 4:1

Съотношението е изразително и потвърждава очакванията за предимно неоценъчно третиране на конфликтната ситуация в Украйна.

79% от текстовете са **информации** – кратки и разгърнати, с позовавания на различни източници.



Прави впечатление, че в една трета от информационните единици източникът на информация е друга медия. *Медианул, Телеграф, 24 часа, Стандарт и Гласове* са

⁴ Във въпрос №9 на регистрационната карта е използван елемент от типологията на Алфа Рисърч от цитираното изследване на обществените нагласи за февруари-март 2015, за да бъдат потърсени съпоставки между застъпваните в медиите тези и обществените нагласи на българите.

медиите, използвали най-често други медии като свой източник.

Кои медии са най-често ползвани?

ТАСС	в 45 текста
Ройтерс	32
АФП	19
ВВС	14
РИА Новости	10
АП	6
Файненшъл таймс	5

Трябва обаче да се отбележи, че списъкът на медиите-източници е дълъг и донякъде разнообразен – в него присъстват още 50-ина медии, макар и главно с единични позовавания на тях.

В 14,8% от информационните текстове източник са изявления от *украинска институция или политик*, а в 12,9% – от *институции на ЕС или политици от страни в ЕС*. За сравнение: изявленията от *руска институция или политик* са 7,8%. Този резултат показва по-голямата предразположеност на взетите за изучаване медии като цяло към западните официални източници.

Два от показаните по-горе в графиката резултати изглеждат в определен смисъл притеснителни: всеки десети текст остава с *неясен източник* (10,4%) и едва в 3,3% (22 текста) от единиците медиите са ползвали *собствен източник на информация* – автори на медията, кореспонденти, специални пратеници.

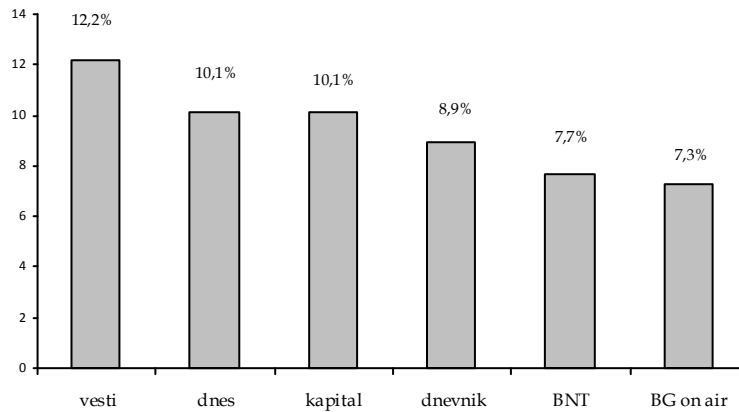
Отново в 3,3% виждаме като източник *изказвания на експерти, анализатори, общественици*. Тук трудно може да се очертае тенденция, но все пак – 12 са български, сред които има три позовавания върху изказвания на Михаил Миков и две – върху доклада на Алфа Рисърч за обществените нагласи в България по украинския конфликт.

Аналитичните текстове представят основно визията на своите *автори* (144 текста), като половината от тях са чуждестранни журналисти, коментатори и политици. Сред българските анализатори се очертава списък на неколцина, които са се появили в изучените медии с повече от два текста: Иван Кръстев (5), Волен Сидеров (4), Огнян Георгиев (4), Васко Михайлов (3).

В 106 текста аналитичната позиция се пада на *интервюираните*. Техният образ носи интересен щрих: почти половината са журналисти – 28 български и 22 чуждестранни. В българските медии журналистът е предпочитаният анализатор. Да коментират украинската криза са били поканени също така 16 политици (от които 13 български), 7 социолози и политолози (от които трима чуждестранни, и тримата – американци).

„Най-анализиращите“ медии

Както бе споменато, аналитичните текстове са четири пъти по-малко от информационните, 250 на брой. Не всички изучени медии имат еднакъв принос към това число. *Топ 6* на най-анализиращите медии:



Всяка от тези медии е допринесла за най-малко 7% от аналитичните текстове в масива като цяло, т.е. заедно *топ 6* дават над 50 процента от анализа по темата за украинската криза в изследваните българските медии.

Присъствието на изданията в темата е различно, представяме го съвсем бегло в редовете по-долу. *Капитал* е единствената медия, в която аналитичните текстове преобладават значително над информационните (25 от 27). Повечето от тях са авторски – на журналисти, коментатори анализатори, интервютата са четири. Тематичният акцент е върху отношенията Украйна-Русия.

Съпоставката на *vesti.bg* и *dnevnik.bg* показва различия в предпочитаните полета за анализ: *Дневник* отчетливо избира отношенията между Украйна и Русия, докато при *vesti.bg* темите на анализите са по-разнообразни, с акценти върху българската позиция по казуса Украйна и перспективите в развитието на конфликта (Донецк и Луганск). Що се отнася до *dnes.bg*, към споменатите тематични сайтът прибавя реакциите на Русия към икономическите санкции и политическите изявления от Европа и САЩ.

Може да се добави, че най-активно анализиращите медии отразяват много сходно украинския конфликт. Крайното впечатление от цялостния анализ, както и разглеждането на параметрите на всяка от тези медии поотделно, е че като цяло те подкрепят българската политика и, съответно, позицията на НАТО и ЕС. На места се наблюдава включително осъдителен език спрямо Русия.

Основните теми

В изследването темите на аналитичните текстове се търсят с два въпроса – основна тема и още/други (допълващи) теми. Вероятно би следвало да преценим

като недостатък на работата ни факта, че при определянето на *основната тема* най-голям брой текстове е попаднал в „други“ (с три единици повече от водещата тема – *отношенията между Украйна и Русия*). Трябва обаче да се отбележи, че част от изучените медии показват явна склонност към персонална информация за държавни глави и към сведения, уличаващи определени членове на държавни ръководства в различни интриги – все текстове, които намират мястото си в графата „други“.

Отношения Украйна-Русия	53 текста
Поведение на САЩ по отношение на политиката на Русия	24
Събития и перспективи в Донецк и Луганск	23
Позиции на ЕС по политиката на Русия	22
Реакции на Русия към санкции и изявления	14
Официални позиции на България по казуса Украйна	10
Още 8 теми, всяка с по-малко от 10 текста	...

Струва си да се отбележи резкият спад след четвъртата позиция. Акцентирайки поведението на САЩ и ЕС дори повече, отколкото официалните позиции на България по конфликта, медиите потвърждават вече споделеното впечатление, че се придържат към политическия курс в страната и отразяват предимно гледната точка на онези големи държави, към които България има преки ангажменти.

Ще споменем тук медиите, в които определена тема изразено е присъствала като основна. *Официалните позиции на България* са най-чест обект на разискване за *vesti.bg*. *Събитията и перспективите в Донецк и Луганск* – за БНТ и *dnes.bg*. *Газът за България във връзка с конфликта* – за a-specto, Дневник, Капитал, *vesti.bg*, *Позициите на ЕС по политиката на Русия* – за България он еър.

Най-много *допълващи теми* се въвеждат в 24 часа, *vesti.bg*, БНТ, *dnes.bg*. Допълващите теми не са много по-различни от основните. Това позволява да се мисли, че има няколко главни тематични полета и те присъстват в текстовете, независимо дали като основни или допълващи. Очевидно според българските медии това са темите, които са от най-голяма важност за аудиторията, или събитията са се развивали в най-голяма степен в тези области.

Дебатът

От данните става ясно, че в половината от аналитичните текстове (128) не се защитава теза. В останалите **теза** се застъпва в 145 случая (въпросът в регистрационната карта е формулиран така, че поставя търсените тези в четири групи и позволява повече от един отговор, но само по един отговор в група).

Както споменахме, в една от групите включваме елемент от типологията на Алфа Рисърч за изследване на обществените нагласи за февруари-март 2015, за да бъдат потърсени *съпоставки между застъпваните в медиите тези и обществените нагласи на българите*.

Съвпадение или разминаване има между обществени нагласи и медийни интерпретации?

	Обществени нагласи	Медийни интерпретации
Като член на НАТО България трябва да изпълнява задълженията си, както и другите страни	52%	17 текста
Като член на НАТО България не трябва да изпълнява задължения, които не са приемливи за нея	33%	11 текста
Най-добре България да не изпълнява задълженията си и да напусне НАТО	15%	2 текста
Общо	100%	30 броя

Медийните текстове, в които се застъпват гореспоменатите тези, не са много на брой – 30. Същевременно сходствата в пропорциите се забелязват веднага.

Преобладаващото мнение, че *като член на НАТО България трябва да изпълнява задълженията си, както и другите страни*, се застъпва в много от изучените медии (24 часа, dnes.bg, vesti.bg, Блиц, БНТ, България он еър, Капитал и Стандарт), но най-активно – от vesti.bg (5) и Капитал (4). Позицията, че *като член на НАТО България не трябва да изпълнява задължения, които не са приемливи за нея*, срещахме отново във vesti.bg, БНТ и Стандарт (2), а също така в a-specto, Алфа ТВ (2), Дневник (2), Преса, и Фрогнюз. Третото твърдение остава най-непопулярно и по-малко застъпено в медийното пространство, отколкото в обществените нагласи: Гласове и Дневник са дали по един път възможност за изразяване на тази позиция.

Данните от изследването показват, че в две от другите три групи твърдения се откроява преобладаваща теза. „На кантар“ остава само „русофилско-русофобската“ линия на мислене – *Западът се държи с Русия като „империя с васал“* (най-много текстове в a-specto, 24 часа и Преса) и *Западът трябва да бъде по-твърд и да наложи още санкции на Русия* (най-много текстове dnes.bg и vesti.bg).

Украйна да стане федерация	7 текста
Украйна да запази териториална цялост	16 текста
Териториална цялост на Украйна, но Крим е вече решен въпрос	6 текста
Западът се държи с Русия като "империя с васал"	19 текста
Западът трябва да бъде по-твърд и да наложи още санкции на Русия	19 текста
Русия има имперски амбиции и иска още войни	36 текста
Русия постигна стремежите си с анексирането на Крим	12 текста

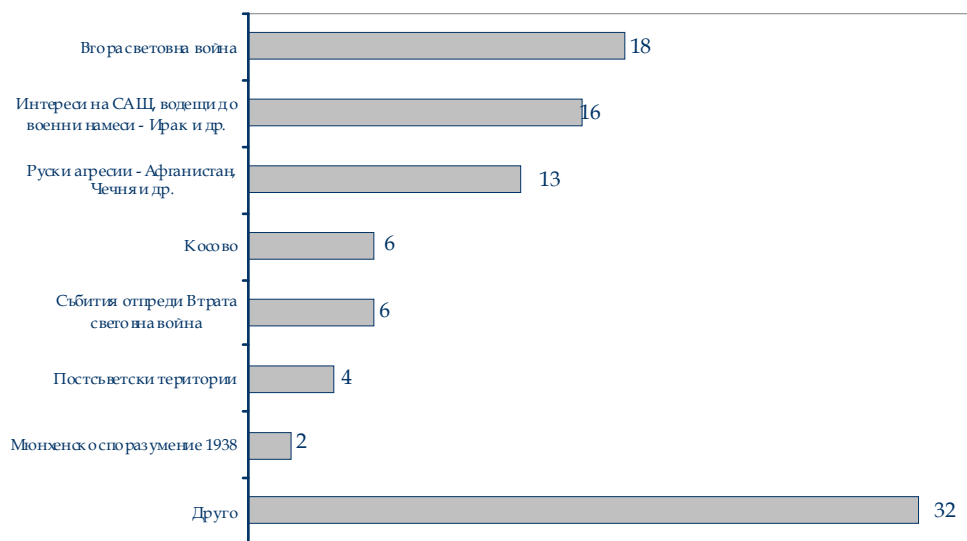
Като цяло най-силно се откроява убедеността в *имперските амбиции на Русия*, което намира логическа връзка с коректното отношение на медиите към членството на България в ЕС и НАТО. Медиите, които са допринесли в най-висока степен за това, са Дневник и dnes.bg. (Пет от анализите, в които се твърди, че *Русия е постигнала стремежите си с анексирането на Крим*, са публикувани във вестник Капитал.) Що се отнася до ситуацията в Украйна, най-силно подкрепяна е

позицията *Украйна да запази териториалната си цялост*.

В заключение може да се каже, че позитивни тѐзи спрямо Запада застъпват най-вече Капитал, Дневник, dnes.bg, vesti.bg, докато a-specto и Алфа ТВ се очертават като първенци в защита на тѐзи в полза на Русия.

В аналитичното писане за конфликта в Украйна присъстват различни типове аргументация. С отделен въпрос в регистрационната карта потърсихме едно нейно измерение – обосноваването чрез **анalogии**, историческите препратки и сравняването на украинските събития с други конфликти от различни времена.

Когато ги има, връзките по аналогия се измерват в неголеми числа. От една страна, това е свързано с като цяло неголемия брой аналитични текстове в изучения корпус. От друга, всяко събитие в историята е уникално; дори и да има сходства, налице са различни предпоставки, участници, ход и накрая изход и последици. Именно по тази причина конфликтът в Украйна трудно подлежи на пряко сравняване с други исторически случаи. Доказателства за това могат да се търсят и във факта, че в над 60% от изучените аналитични текстове връзки по аналогия не се правят. Има също така и медии, в които не се срещат текстове, съдържащи подобни оприличавания и оразличавания: actualno.com, euinside, Алфа ТВ, Блиц, БНР, Капитал, Медиапул и Нова ТВ.



(В графиката – брой текстове)

Най-често връзки по аналогия се правят в текстове на vesti.bg и dnes.bg; сред първите пет медии се нареждат още Дневник, 24 часа и a-specto.

Връзки по аналогия с *Втората световна война* най-често срещаме в 24 часа, a-specto и БНТ. Връзки по аналогия с *интереси на САЩ, водещи към военни намеси (Ирак и т.н.)* имаме отново в 24 часа, както и в dnes.bg, vesti.bg, a-specto, Гласове, Дневник, Фрогноуз. Най-многобройни връзки с *руски агресии* виждаме в текстове в Дневник и dnes.bg. Вижда се, че медиите са давали трибуна на различни

анализатори, разгръщащи своята аргументация: няма медия, при която има постоянство в само един тип връзки.

Украйна, Русия, САЩ и ЕС

Ако се съди по обобщените данни от изследването, в по-голямата част от разгледаните текстове (62,6%) е налице неутрално отношение към ЕС, НАТО и Русия. Трябва да се има предвид, че въпросът за наличие/отсъствие на отношение се отнася в равна степен за информационните и аналитичните текстове, т.е. в този резултат се проектира и отсъствието на отношение в едно значително число информационни текстове.

Неутрално	62,6%
Негативно към Русия	18,8%
Позитивно към Русия	6,4%
Позитивно към ЕС и НАТО	6,3%
Негативно към ЕС и НАТО	6,1%

Вече отбелязахме привързаността на медиите към официалните позиции на България, произтичащи от нейни принадлежности и задължения. Към това можем да добавим, че медиите се опитват да поддържат „златната среда“, като по този начин не рискуват да загубят аудитория заради различните обществени нагласи по отношение на конфликта. Като друга причина за неутралната позиция може да се посочи стремежът на медиите да опровергаят притеснението на Министерството на отбраната, че се правят опити за манипулиране на общественото мнение чрез дезинформация, пропагандни кампании и медийна манипулация в контекста на войната в Украйна. Медиите главно напомнят на държавата и обществото за случващите се събития, без да ги коментират, оставяйки аудиторията сама да направи своите заключения.

Най-най-най

Най-много текстове с негативно отношение към ЕС и НАТО са публикували *24 часа, dnes.bg* и *Алфа ТВ*.

Най-много текстове с негативно отношение към Русия е излъчила телевизия *България он еър*.

Най-много текстове с позитивно отношение към Русия има в *a-specto, Преса* и *Алфа ТВ*.

В някои от изучените медии – *euinside, webkafe, БНР, Медианул, Разкрития* и *ТВ 7* – текстове с негативно отношение към ЕС и НАТО изобщо не присъстват.

Има медии, в които може да се говори за „линия“ – заявява се само негативно отношение към ЕС и НАТО и само позитивно към Русия – *Алфа ТВ* и *в. Преса*.

Почерци

Включваме тук предимно медии, които не са сред постоянните обекти на наблюдения и анализи, като се надяваме да допринесем за очертаване на физиономията им.

a-specto

Политическото списание *a-specto* е сравнително ново на медийния пазар. За изследвания период са регистрирани 16 аналитични текста (от общо 17), 6 от които – интервюта. Събеседниците в интервюта са както привърженици на ЕС и/или САЩ (2 от 6), така и на леви идеи и възгледи (4). Открояват се разлики в стилистиката на говоренето – проруски настроените интервюирани са конкретни, а другите – уклончиви; първите търсят разрешение и изразяват лична позиция, а вторите се опират на официалната позиция.

Текстовете за Украйна не са директно свързани с конфликта, а по-скоро с причините за възникването му и последиците от него. Основно място заема и въпросът за отношенията САЩ – Русия – ЕС. Обсъждат се газовите перспективи във връзка с конфликта.

Въвеждат се оригинални (или като минимум по-рядко застъпвани тези), напр.:

-Европейският съюз не е в състояние да приеме Украйна за член, а е подлъгал страната, като е „изиграл ролята на изкусител в американската стратегия за Украйна”;

-Западът сатанизира Путин - „в стилистиката на англосаксонската пропаганда е противникът да бъде сатанизиран”.

-Евросъюзът е участвал в разпалването на конфликта в Украйна – „един съюз, създаден на руините на паметта в името на мира и благоденствието на континента, се докара дотам да съучаства в разпалването на война и да нехае за историческите факти”; „Украйна не е просто политическа катастрофа, а морален фалит за ЕС”.

Телеграф vs Стандарт

Водещият по тираж вестник, поставен до вестник с история и претенции. Какво ги свързва?

И в двете издания процентът информационни текстове е много по-голям от този на аналитичните. Пазейки новинарския етикет, вестниците не би следвало да заемат определена страна. И в действителност, и при двете медии водещ е „неутралитетът“.

Любопитно е да отбележим обаче една основна разлика между Стандарт и Телеграф. Когато Стандарт е неутрален, в статиите не се подкрепя нито една от страните. При Телеграф обаче неутралитетът произтича не толкова от безоценъчното представяне на събития, колкото от опосредяване на двете крайности: подкрепа за НАТО/ЕС или подкрепа за Русия (респективно и противопоставяне). Може да е изненадващо, но Телеграф изглежда по-близо до идеята за плурализъм.

Фрогнюз

„Фрогнюз” е онлайн медия, която залага на „нестандартните текстове” и, както се посочва в самопредставянето, търси (скандала и) оригиналното поднасяне на

новините⁵. Международните политически въпроси по-рядко намират място в анализите на медията.

По темата за Украйна са публикувани 12 аналитични текста, които представляват преразкази на интервюта и анализи, направени за други медии, предимно български: БНР (3), агенция „Фокус“ (2), BTV, Нова TV, TV7, Bulgaria on Air. В два случая са цитирани анализи, публикувани първоначално в чужди медии – The Moscow Times (анонимен анализатор) и Financial Times (Ив. Кръстев). Фактически всички анализи са „заемки“; медията изглежда предпазлива в изразяването на позиция по украинския конфликт.

Подобна е ситуацията с *Гласове*: само 6 (от 98 текста) са аналитични и те не са написани специално за сайта, а по друг повод и за друга медия. Заимствани са статии от много медии, но няма текст, чийто източник да не се посочва. От друга страна, неяснотата около статиите като цяло изнервя читателя.

Аналитичните статии, избрани за публикуване в Гласове, се отличават с негативното си отношение към НАТО, САЩ и ЕС. Негативна към Русия е само една статия, в която се цитира интервю с руски писател и общественик.

Алфа ТВ

Телевизията изразява изключително и само мнението на ПП „Атака“ по украинския конфликт. Източниците най-често са руските НТВ и Первый канал. Медията борави с квалификации и крайни оценки за властта в България и се самоизтъква при всяка възможност като единствената медия, която казва истината.

Лексиката апелира към емоцията и ангажира историята (братски народ, въвличане във война, фашистка хунта, силоваци, нацисти, страната ни става плацдарм). Тематичните акценти са върху икономическите последици за България от реакции на Русия към санкциите и върху обществените реакции в България по конфликта в Украйна и позицията на България в него.

•••

Освен че следват официалната политическа линия на България, повечето медии всъщност вървят по най-малкото съпротивление – просто позволяват украинският конфликт да премине през тях. Участието им в интерпретирането на събитията и осмислянето на процесите е малко или никакво.

Парадоксално, но факт: случва се медии, които не са непристрастни и дори поддържат определена политическа визия, да дават по-щедро място за различни мнения и тези. По причина, че тези медии са етикетирани и по този начин обезвластени, тяхното присъствие в публичността не компенсират поведението на водещите медии. Именно те остават отговорни за основните интерпретации на всеки важен процес в публичността.

⁵ Сайт на Фрогнюз, секция „За нас“, http://frognews.bg/cat_19/