

# STUDIJA SLUČAJA

## SRPSKI MEDIJI O RATU U UKRAJINI



## STUDIJA SLUČAJA – SRPSKI MEDIJI O RATU U UKRAJINI

### **KLJUČNI NALAZI:**

- Tema rat u Ukrajini bila je dominantna u medijima tokom prva tri meseca rata i u potpunosti je marginalizovala sve druge teme.
- Najzastupljeniji strani akter u medijima bila je Rusija, dok su zemlje Zapada, SAD, EU i NATO bile daleko manje primetne.
- Iako je otvorena podrška Rusiji od početka rata ublažena, mediji i dalje izveštavaju u njenu korist, a protiv Zapada. U davanju podrške Rusiji prednjače televizije sa nacionalnom pokrivenošću (posebno njihovi Jutarnji programi), kao i deo dnevne štampe, dok internet portali imaju nešto balansirani pristup.
- Predstavljanje Rusije u medijima išlo je u pravcu pravdanja njene uloge u ratu, ali i viđenja kao sile koja je otporna na surove i nepravedne sankcije nametnute sa Zapada. Zemlje Zapada i njihova politika predstavljeni su kao neposredan povod ratu, dok su njihovi kasniji postupci tumačeni u medijima kao dalje potpirivanje sukoba.
- U kontekstu Srbije, Rusija je u medijima predstavljena kao prijateljska zemlja koja garantuje očuvanje Kosova, autonomnost Republike Srpske i obezbeđuje gas po povoljnoj ceni. Za Zapad se pre svega vezuje vršenje pritiska na Srbiju da uvede sankcije Rusiji i postigne rešenje u odnosima sa Kosovom, dok je samo članstvo u EU u drugom planu.
- Među državnim funkcionerima, predsednik Vučić monopolizovao je bavljenja ratom u Ukrajini i najzaslužniji je za promovisanje neutralne pozicije Srbije prema ovom pitanju.
- Dezinformacija su bile najzastupljenije kod internet portala i štampanog izdanja Večernjih novosti, dnevnog lista Informer i na televizijama Pink i Happy. Dezinformacije plasirane u ovim medijima posledica su pre svega novinarskog preterivanja i u kontekstu Srbije imale su za cilj da dalje jačaju poziciju predsednika Aleksandra Vučića, dok su u međunarodnoj areni stremile da demonizuju Zapad.

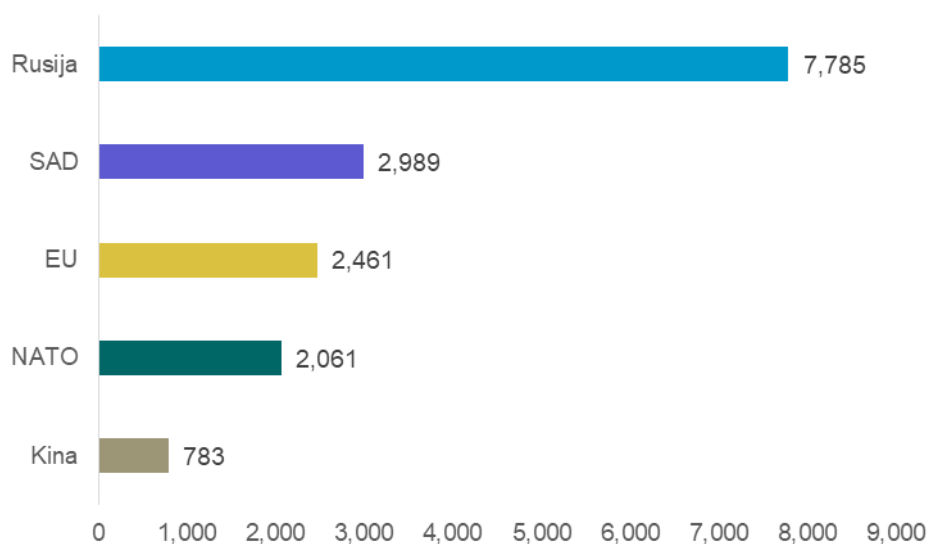
### **Zastupljenost teme rat u Ukrajini u srpskim medijima**

Od trenutka izbijanja rata u Ukrajini, izveštavanje medija u potpunosti se podredilo ovoj temi. Vesti o ratu u Ukrajini zauzimale su skoro svakodnevno naslovnice i prve strane dnevne štampe, dok su u okviru Centralnih vesti pravljene posebni blokovi vesti o Ukrajini koji su zauzimali udarnu poziciju. Ujedno, se predsednik Vučić više puta vanderdno uključivao u programe televizija kako bi se obratio auditorijumu u vezi sa ovom temom.

Najveći broj vesti o ratu u Ukrajini dostignut je tokom marta, dok se postepeno smanjuje njihov broj u aprilu i maju, iako i dalje ostaje dominantna teme u odnosu na ostale. Sem toga ostale teme prisutne u posmatranom periodu sagledavaju se kroz prizmu dešavanja u Ukrajini - pitanje energetike, evropskih integracije, nezavisnosti Kosova, izvoza i uvoza, itd. mediji dovode u direktnu vezu sa ratom i konsekvencama koje on proizvodi.

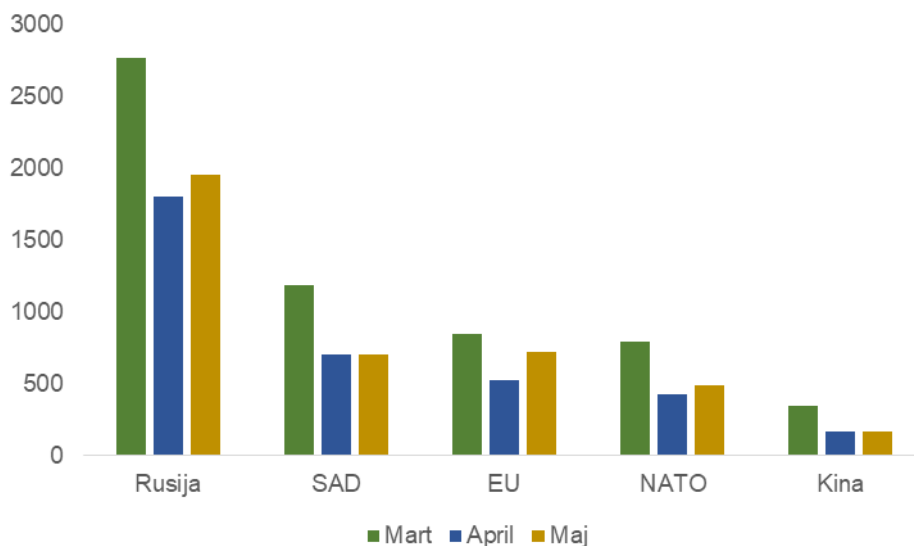
### **Zastupljenost stranih aktera**

Najzastupljeniji strani akter u medijima i u kontekstu rata u Ukrajini tokom prvih tri meseca rata bila je Rusija (7785 pominjanja). Njena zastupljenost u medijima daleko je veća od prisutnosti njenih oponenta u sukobu - SAD (2889 pominjanja), EU (2461) i NATO (2061). Ove tri zemlje čak i zbirno imaju manji broj pominjanja u odnosu na Rusiju (7551 nasuprot 7785 pominjanja Rusije). Na poslednjem mestu i medijiski marginalizovana je Kina koju mediji nisu direktno dovodili u vezu sa ratom u Ukrajini (Grafik 1).



*Grafik 1: Ukupan broj spominjanja stranih aktera u kontekstu rata u Ukrajini, 24. februar – 31. maj 2022.*

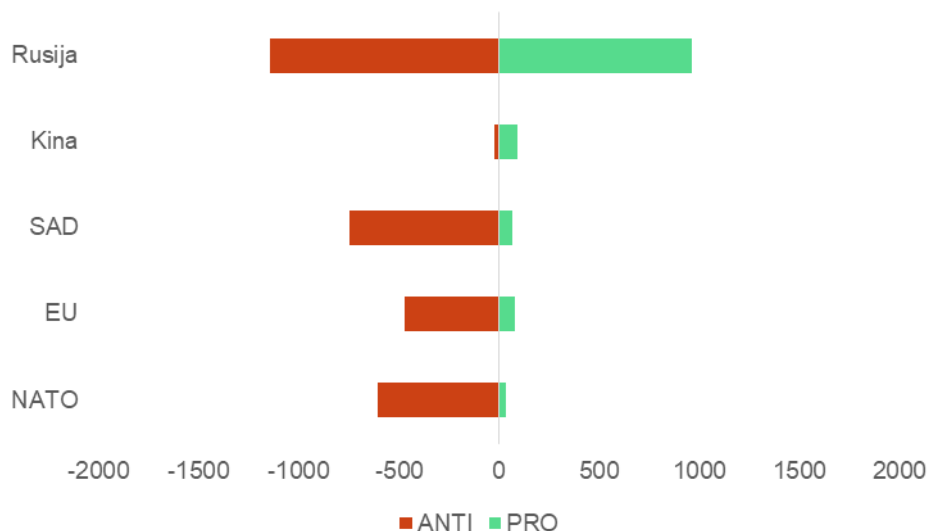
Broj spominjanja stranih aktera opada tokom meseci u skladu sa padom broja vesti o ratu u Ukrajini. Međutim, kod EU pre svega, a zatim i kod Rusije beleži se tokom maja porast broja spominjanja. Takav trend posledica je intenzivnije diplomatske aktivnosti između ova dva strana aktera i države Srbije tokom meseca maja (Grafik 2).



*Grafik 2: Zastupljenost stranih aktera tokom tri meseca rata u Ukrajini, mart-maj 2022.*

### ***Način predstavljanja stranih aktera***

U odnosu na period pre početka rata postojala je jasna dihotomija u medijima i dominantno pozitivno izveštavanje o Rusiji i negativno o Zapadu. Sa početkom rata, ta slika se menja pod uticajem optužbi koje su jedna i druga strana međusobom upućivale. Ujedno, otvorena podrška Rusiji koja je pre rata postojala u medijima sada je ublažena, ali i dalje je vidljiva. Primetno je da udeo negativnog izveštavanja o stranim akterima (sa izuzetkom Kine) porastao, ali je udeo pozitivnog izveštavanja o Rusiji u odnosu na zemlje Zapada i dalje značajno veći, te odražava i dalje приметnu pristrasnost srpskih medija u korist Rusije (Grafik 3).



*Grafik 3: Tonalitet stranih aktera u medijima tokom rata u Ukrajini (uz isključenje neutralnog tona), 24. februar - 31. maj 2022.*

Medijsko predstavljanje stranih aktera u kontekstu rata u Ukrajini možemo podeliti na dva aspekta: 1. međusoban odnos između svetskih sila 2. međusoban odnos sa Srbijom. U kontekstu odnosa između svetskih sila, posebno u okviru televizija i većeg dela štampe, dominira predstava da je Rusija „uvučena“ u rat. Rat je tumačen kao odbrambeni, kao borba Rusije za potiskivanje Zapadne hegemonije, odvratanje NATO snaga sa granica Rusije i borbe protiv ukrajinskog režima koga je u rat gurnuo Zapad. Ruska vojska predstavljena je kao moćna, superiorna, ruska ekonomija kao otporna na brutalne sankcije koju je Zapad nametnuo, a ruski energeti kao komponenta bez koje svet i posebno Evropa ne mogu opstati. Važna tačka bila je i medijska prezentacija predsednika Putina, koji je percipiran kao snažan, smiren, odvažan, ali i državnik spreman na sve kako bi ruska strana dobila rat.

U kontekstu odnosa sa Srbijom, na početku rata dominirala je slika Rusije koja je važan zaštitnik i saveznik, garant očuvanja Kosova i nezavisnosti Republike Srpske. Tokom rata, taj akcent se pomera na opipljivije aspekte saradnje i mogućnosti dobijanja energenata, a pre svega gasa, po povlašćenju ceni (*prim.aut: Srbija je skoro [u potpunosti zavisna od uvoza ruskog gasa](#)*).

Iako je predstavljanje odnosa Rusije i Srbije pozitivno viđeno u medijima, postojali su i kratki trenuci odstupanja od ovog pravila. U momentu kada predsednik Putin legitimiše otcepljenje Donbasa po istom principu kao i Kosova, u srpskim medijima kreće negativna kampanja, a Putinove reči tumače se kao „nož u leđa Srbiji“. Međutim, ova kampanja trajala je svega dva dana i nije bitno uticala na pozitivnu prezentaciju Rusije u medijima.

Medijska prezentacija Zapada podrazumevala je pre svega njeno predstavljanje kao sile koja direktno preti bezbednosti Rusije i povod je otpočinjanju sukoba. Sa razbuktavanjem rata prisutni su narativi koji optužuju Zapad da želi uništiti Rusiju, kao i da sankcije koje uvodi

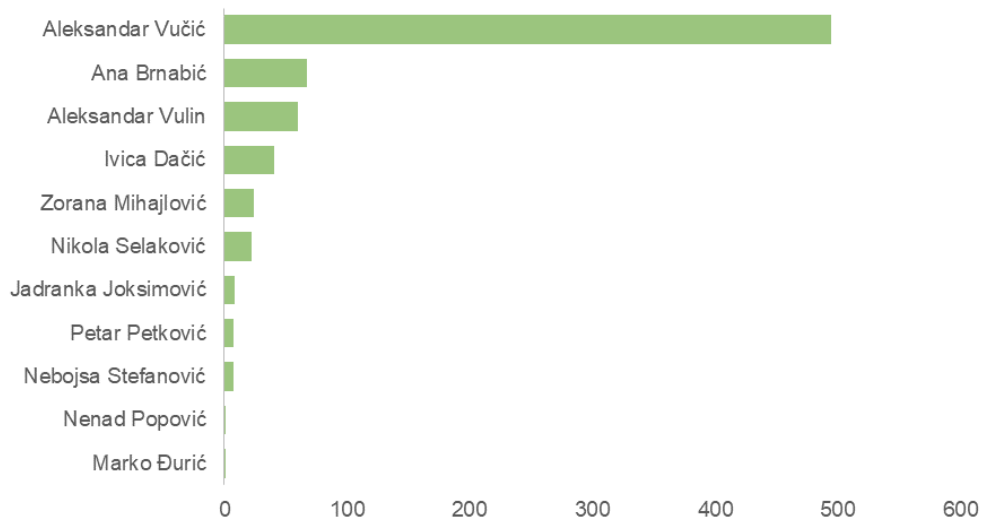
vraćaju se kao bumerang i dovode do ekonomskih kriza u Evropi i SAD. Zapad je optuživan i da vojno naoružava Ukrajinu i time potpiruje nastavak rata. U medijima dominira percepcija EU i NATO kao nemoćnih i instrumentalizovanih od strane SAD, a za EU se vezuje i unutrašnje nejedinstvo u nastupu prema Rusiji.

U kontekstu Srbije, EU i SAD predstavljene su u medijima kao eksponenti pritiska, akteri koji teže da nametnu svoju volju Srbiji. Taj pritisak prvenstveno se odnosi na uvođenje sankcija Rusiji i kroz normalizaciju odnosa sa Kosovom koje je u medijima često tumačeno kao priznanje njegove nezavisnosti. Državni vrh i mediji često su podsećali na licemerje Zapada, koji se pozivao na međunarodno pravo u slučaju Ukrajine, a podržao je NATO bombardovanje Srbije 1999. godine, zločine koji su tada počinjeni i otepljenje dela srpske teritorije.

Iako se Kina naizgled trudila da se postavi neutralno i osuđuje rat, njihovi postupci i prezentacija u medijima ukazivali su da drži stranu Rusije i kritikuje Zapad. Na samom početku sukoba, kineski predsednik dao je podršku predsedniku Putinu, ukazano je na [„čelično prijateljstvo Kine i Rusije“](#) a osuđene su i Zapadne sankcije. Tokom rata, mediji su preneli da je Kina kritikovala Zapad zbog slanja oružja Ukrajini, kao i da je dala podršku Rusiji pri glasanju u Savetu bezbednosti UN.

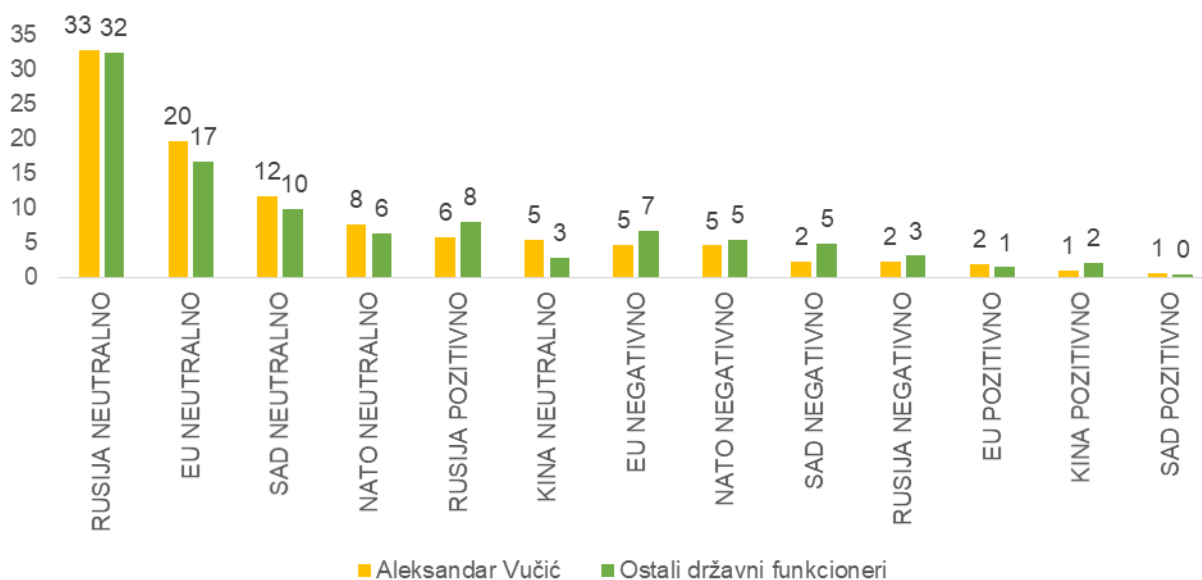
### ***Odnos državnih funkcionera Srbije prema ratu u Ukrajini***

Predsednik Aleksandar Vučić najviše je puta citiran u medijskim priložima koji imaju za temu rat u Ukrajini. On je citiran duplo više u medijskim priložima o ratu u Ukrajini, u odnosu na sve druge državne funkcionere zajedno. Utisak da je predsednik monopolizovao ovu osetljivu temu za Srbiju, postavio se kao osoba koja ima najveći autoritet da se time bavi, dok su ostali državni organi, funkcioneri i uopšte politički akteri u potpunosti marginalizovani. Sa druge strane, mediji su davali podršku ovakvoj percepciji time što su veličali predsednika Vučića, pothranjivali njegov kult ličnosti i predstavljali ga kao jedinog sposobnog političara da Srbiju izvuče iz teške situacije u kojoj se svet nalazi (Grafik 4).



**Grafik 4: Pominjanje državnih funkcionera u kontekstu rata u Ukrajini, 24.februar – 31. maj 2022.**

Ako sa jedne strane uzmemo medijske priloge u kojima se predsednik Vučić pojavljuje, a sa druge grupišemo sve ostale državne funkcionere, videćemo da je predsednik Vučić bio nešto „blaži“ prema zapadnim akterima, dok su ostali državni funkcioneri čija je komunikacija bila pre svega orijentisana na unutrašnju upotrebu i namenjena domaćem auditorijumu, negativnije orijentisani prema Zapadu (Grafik 5).



**Grafik 5: Odnos predsednika Aleksandra Vučića i ostalih državnih funkcionera prema stranim akterima u kontekstu rata u Ukrajini, 24. februar – 31. maj 2022.**

Pozicija predsednika Vučića prema stranim akterima nije se bitno menjala tokom rata. Ona je na samom početku definisana kao premisa „[vojne neutralnosti](#)“ (*prim.aut: iako je to de facto podrazumevalo i političku neutralnost*). To je po rečima predsednika Vučića značilo da je „Srbija na evropskom putu, ali i zemlja koja neće odustati od tradicionalnih prijateljstava s Rusijom i Kinom“, kao i da [osudujemo](#) „ugrožavanje teritorijalnog integriteta Ukrajine“, ali ne želimo da uvedemo sankcije Rusiji.

Pozitivnija prezentacija stranih aktera od strane predsednika i državnog rukovodstva Srbije rasla je tokom perioda međusobne intezivne diplomatske komunikacije. Pozitivan tonaliteta prema Rusiji raste tokom aprila, kada predsednik Putin čestita Aleksandru Vučiću reizbor na mesto predsednika Srbije i započinju pregovori oko dobijanja povoljne cene ruskog gasa (što se i ostvaruje u maju).

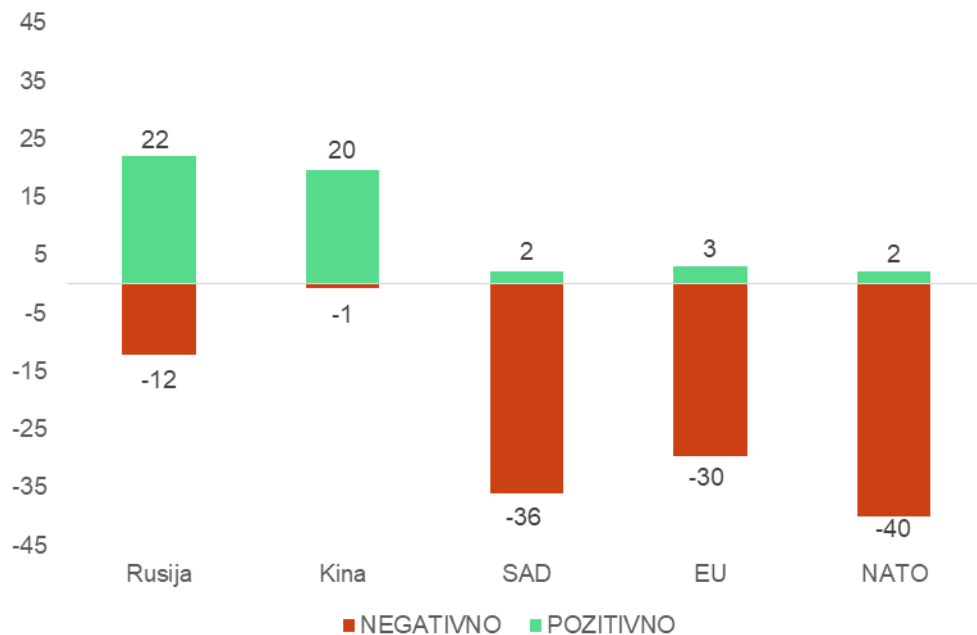
Pozitivnija prezentacija SAD i EU raste tokom poseta njihovih zvaničnika Srbiji u aprilu i maju. Njihove posete tumačene su od državnog vrha Srbije ambivalentno – Srbiji se obećava evropska perspektiva, ali i se i uslovljava uvođenjem sankcija Rusiji i postizanju sveobuhvatnog rešenja u dijalogu sa Kosovom.

### **Osobnosti izveštavanja medija**

Pri izveštavanju o stranim silama u kontekstu rata u Ukrajini najviše se koriste srpski mediji kao izvori informacija, a za njima idu evropske medijske agencije, ruske, američke itd. Iako je primetna veća zastupljenost vesti čiji su medijski izvori zapadne agencije, vesti su birane tako da prikažu Zapad u negativnom svetlu. Primerice, među vestima u kojima se pojavljuju kao izvori medijske agencije iz Evrope, EU je tri puta više negativno prikazana nego pozitivno, dok tamo gde se pojavljuju američke agencije među izvorima, SAD je približno pet puta više negativno prikazana nego pozitivno. Sa druge strane, kod vesti u kojima su ruske agencije izvor, Rusija je dva puta više pozitivno prikazana nego negativno. Ovaj aspekt takođe osvetljava manipulaciju medija u korist ruske strane.

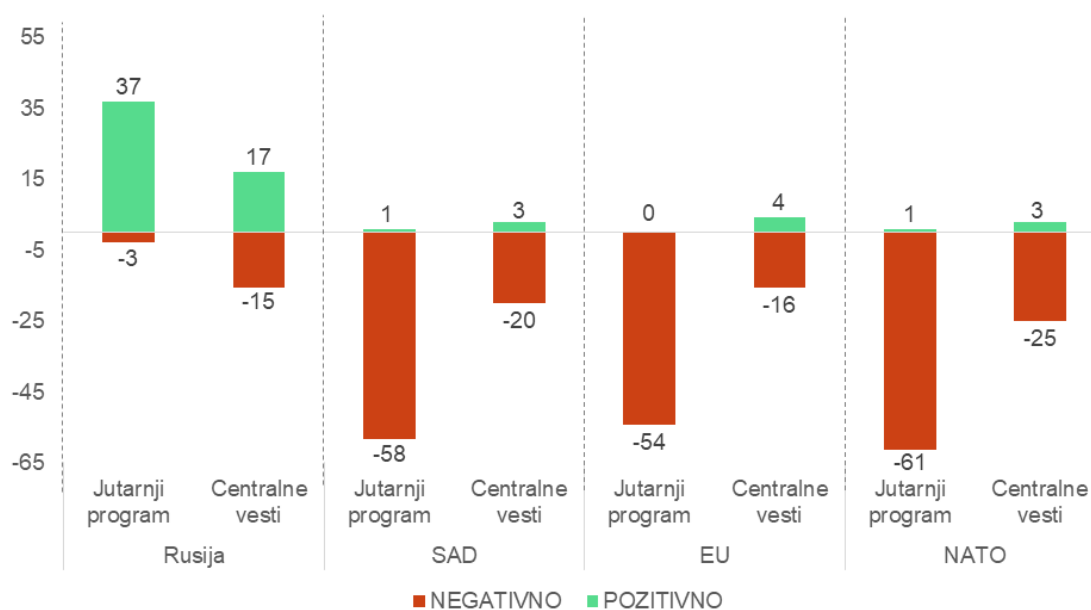
U načinu izveštavanja primetne su razlike u zavisnosti o od tipa medija. [Najuticajniji kanal komunikacije](#), televizije sa nacionalnom pokrivenošću, pokazale su se najpristrasnije prilikom izveštavanja oko rata u Ukrajini. Sve televizije izveštavaju u korist Rusije, a negativno prema Zapada, a u tome su posebno prednjačile televizije Pink i Happy (Grafik 6).





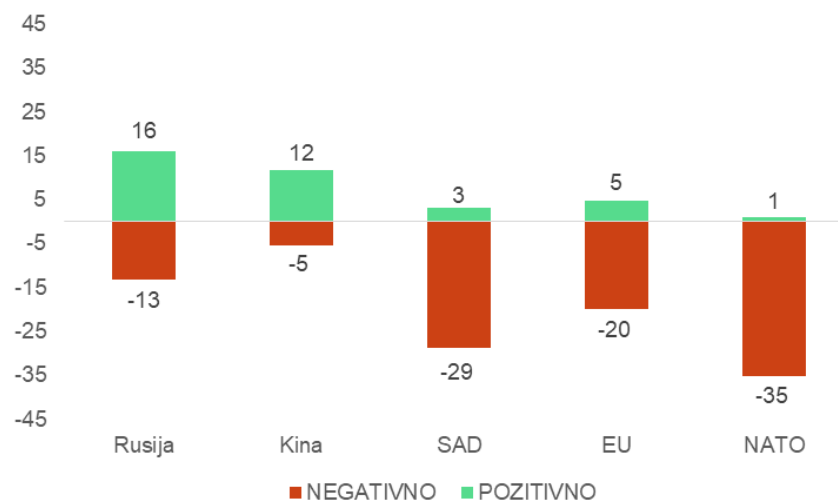
*Grafik 6: Tonalitet stranih aktera na televizijama sa nacionalnom pokrivenošću u kontekstu rata u Ukrajini (uz isključenje neutralnog tonaliteta), 24. februar – 31. maj 2022.*

Pristrasno izveštavanje u korist Rusije primetno je u prikričenijem obliku u okviru Centralnih vesti, dok je to daleko otvorenije u okviru Jutarnjih programa, gde je primetna pro-ruska propaganda. U okviru Jutarnjih programa, gostuju analitičari koji auditorijumu tumače aktuelna dešavanja tako da se u oblasti unutrašnje politike obračunavaju sa opozicijom i veličaju politiku predsednika Vučića, dok se u oblasti spoljne politike obračunavaju sa Zapadom i otvoreno staju na stranu Rusije. Crtin monitoring medija utvrdio je čvrstu vezu između Jutarnjih programa i dnevne štampe, pošto su upravo novinari i urednici dnevnih novina naklonjenih vlasti česti gosti Jutarnjih programa (Grafik 7).



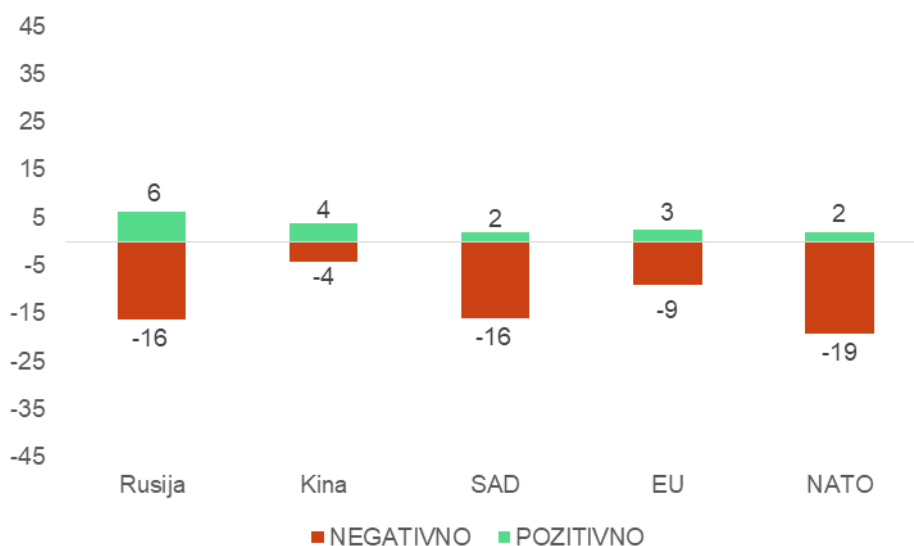
Grafik 7: Tonalitet stranih aktera u okviru Jutarnjih programa i Centralnih vesti u kontekstu rata u Ukrajini (uz isključenje neutralnog tonaliteta), 24. februar – 31. maj 2022.

Ekvivalentni televiziji Pink i Happy među novinama su Informer i Večernje novosti koje takođe baštine izveštavanje u korist jedne, ruske strane. Međutim, ukupno izveštavanje u dnevnim novinama iz uzorka delimično je blaže u odnosu na televizije, pod uticajem dve novine, pre svega Blica, a delom Kurira, koje imaju balansiraniji pristup prema stranim akterima (Grafik 8).



Grafik 8: Tonalitet stranih aktera u dnevnoj štampi u kontekstu rata u Ukrajini (uz isključenje neutralnog tonaliteta), 24. februar – 31. maj 2022.

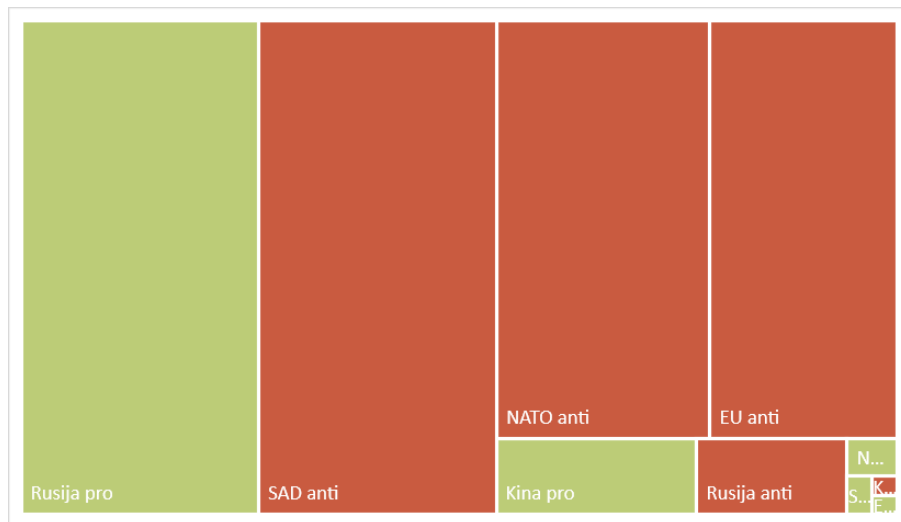
Uzorak internet portala nudi nešto drugačiju sliku – sa izuzetkom novosti.rs kod koga je izražen pro-ruski narativ, ostali portali u negativnijem svetlu sagledavaju ulogu Rusije u ratu. Izbalansirani pristup portala može se tumačiti kao posledica njihovih ekonomskih interesa, želje za hiperprodukcijom vesti koja im omogućava veću vidljivost i posećenost tim sajtovima. Stoga, internet portali prenose vesti objavljene kako u zapadnim, tako i u ruskim medijima. Kao posledica takve uređivačke politike, čitaocima se nudi nešto balansirani pristup izveštavanju i predstavljanju zemalja uključenih u konflikt (Grafik 9).



*Grafik 9: Tonalitet stranih aktera na internet portalima u kontekstu rata u Ukrajini (uz isključenje neutralnog tonaliteta), 24. februar – 31. maj 2022.*

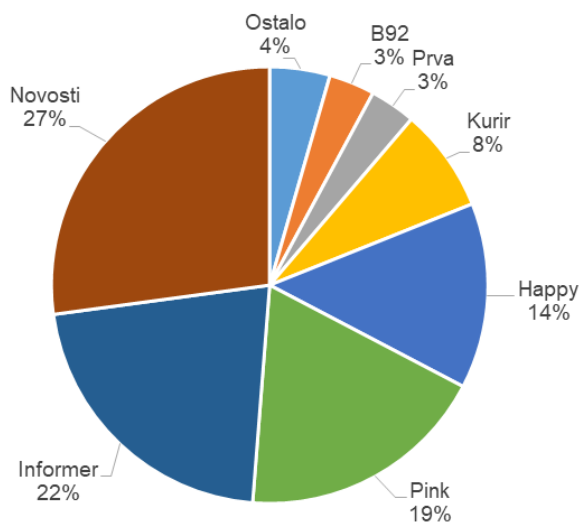
### **Potencijalne dezinformacije**

Dezinformacije koje su plasirane u medijima imale su za cilj da izazovu efekat šoka i zastrašivanja, te su najčešće proizvod novinarskog preterivanja i preuveličavanja. Najzastupljeniji kanali plasiranja dezinformacija bile su dnevne novine i Jutarnji programi i uz pomoć njih mediji su težili da privuku veću pažnju auditorijuma. Većina dezinformacija plasirana je tako da u negativnom tonu predstavi SAD, EU i NATO, dok sa druge strane Rusiju promovise u pozitivnom svetlu (Grafik 10).



*Grafik 10: Potencijalne dezinformacije o stranim akterima u kontekstu rata u Ukrajini, 24. februar – 31. maj 2022.*

Dezinformacije koje su plasirane od ruske strane prihvataju srpski mediji, razrađuju ih i tumače analitičari i novinari i dalje šire među auditorijumom. U plasiranju dezinformacija prednjače dnevne novine i portal Večernjih novosti, dnevne novine Informer, kao i televizije Pink i Happy (Grafik 11).



*Grafik 11 - Distribucija dezinformacija o stranim akterima u medijima u kontekstu rata u Ukrajini, 24. februar – 31. maj 2022.*

Na samom početku rata, auditorijum je mogao da stekne utisak da se Rusija bori protiv ukrajinskog nacističkog režima, ali i da je napad usledio kao odgovor na genocid koji se desio u Donbasu (prim.aut: [Crtino javno-mnjenjsko istraživanje iz maja 2022](#) pokazalo je da su ove dezinformacije široko prihvaćene unutar javnosti). Među najzastupljenijim bile su i dezinformacije koje su se odnosile na priče o isceniranom masakru u Buči od strane Zapada, bio-laboratorijama koje je SAD razvijao u Ukrajini, super-tajnom laserskom ruskom naoružanju sposobnom da sprži celu Ukrajinu, haosu u najrazvijenijim evropskim državama izazvanim nestašicama osnovnih prehrambenih proizvoda, itd.

Dezinformacije koje su plasirane u kontekstu Srbije imale su za cilj da veličaju politiku državnog vrha, ali i da ukažu na pritiske plasirane iz Zapadnih centara moći. Zapad se optuživao da vodi hibridni rat protiv Srbije, da njihove tajne službe stoje iza lažnih dojava bombi u srpskim školama i institucijama, ali i da pritiskaju predsednika Vučića da uvede sankcije Rusiji, a ako u tome ne uspeju, spremni su i da unište celu državu.

Dezinformacije na naslovnim stranama dnevnih novina u kontekstu odnosa između svetskih sila, 24. februar – 31. maj 2022:

Večernje novosti, 12. mart:	Informer, 21. mart:	Informer, 26. mart:
<p>„Slepi miševi sa virusima spremni za udar na Ruse“</p>	<p>„Sankcije Putinu cepaju Evropu?!“</p>	<p>„Hleb postaje skuplji od zlata – Kreće rat za hranu“</p>

Dezinformacije na naslovnim stranama dnevnih novina u kontekstu Srbije, 24. februar – 31. maj 2022:

Informer, 19. mart:	Večernje novosti, 15. april:	Informer, 17. maj:
		
<p>„Ruše Srbiju kao što su Ukrajinu – Cilj moćnika više nije samo da se sruši vlast nego i čitava država koja se usuđuje da vodi nezavisnu politiku, upozoravaju stručnjaci“</p>	<p>„U odluci Evropskog saveta pretnja našoj zemlji: Sankcije Rusiji pa imate naftu“</p>	<p>„Specijalni rat protiv Srbije: Bombarduju nas lažnim bombama“</p>

## **Metodologija**

Organizacija Crta posmatrala je kako mediji u Srbiji izveštavaju tokom prva tri meseca rata u Ukrajini. Uzorak je obuhvatio četiri televizije sa nacionalnom pokrivenošću (TV RTS 1, TV Pink, TV Prva i Happy TV), četiri dnevne novine (Informer, Blic, Večernje novosti i Kurir) i četiri internet portala (blic.rs, kurir.rs, novosti.rs i b92.net). U okviru televizija praćeno je izveštavanje u Centralnim vestima i segmentu Jutarnjih programa koji se tiče prelistavanja štampe, kod dnevne štampe analizirane su naslovnice kao i vesti unutar izdanja, dok su kod internet portala posmatrane vesti objavljene u okviru rubrika koje se bave unutrašnjom, regionalnom i spoljnom politikom i ekonomijom.

Vremenski interval analize obuhvatao je period od 24. februara do 31. maja 2022. godine.

Analiza je bila zasnovana na praćenju tri indikatora:

- Tona izveštavanja – posmatrano je da li su glavni međunarodni akteri Rusija, Kina, EU, SAD i NATO predstavljeni u pozitivnom, negativnom ili neutralnom tonu
- Sadržaja naslova na naslovnim stranicama dnevne štampe
- Važnosti i relevantnosti medijskog priloga

Analiza je obuhvatila sve one medijske priloge koji su se odnosili na krizu u Ukrajini i njih je ukupno bilo 8,147.