



„BIULETYN OPINIE”

Nr 20/2009

Media - broń w rękach terrorystów ?

Tomasz Otłowski

Warszawa, lipiec 2009

W realiach współczesnego świata – gdzie dostęp do szybkiej informacji jest gwarancją, ale i warunkiem sukcesu ekonomicznego, społecznego czy politycznego – rola środków masowego przekazu i komunikacji staje się kluczowym aspektem także dla powodzenia działań terrorystycznych i asymetrycznych. Media, dzięki szybkiemu rozwojowi oraz postępowi technologicznemu w dziedzinie komunikacji i wymiany informacji, coraz silniej oddziałują na rzeczywistość globalną. Nowoczesna łączność, przekaz satelitarny czy internetowy w czasie rzeczywistym i ciągła pogoń za jak najświeższą informacją (nawet kosztem jej wiarygodności) sprawiają, że media, w tym zwłaszcza telewizja, bez problemu mogą znaleźć się w centrum każdego potencjalnie interesującego wydarzenia.

Truizmem jest także stwierdzenie, że same media żyją sensacją, a najciekawsze dla nich jest to, co bulwersuje, wzbudza emocje i strach. Ma to z jednej strony ewidentne tło finansowe – co uwidacznia się głównie w rywalizacji poszczególnych stacji telewizyjnych czy redakcji o to, kto będzie pierwszy na miejscu danego wydarzenia lub kto zdobędzie najbardziej sensacyjne, bulwersujące czy też po prostu aktualne informacje, a z drugiej strony tło psychospołeczne – większość ludzi niewątpliwie szuka dziś bowiem w mediach „mocnych” informacji. Tylko te środki przekazu medialnego, które spełnią te kryteria, wygrażą z konkurencją i utrzymają się na rynku.

Współczesna rola i znaczenie środków masowej komunikacji w państwach rozwiniętych są ściśle związane z ich demokratycznym systemem prawno-ustrojowym. Wolność mediów i ich pluralizm oraz gwarantowana prawnie wolność wypowiedzi są niewątpliwie największymi zdobyczami demokracji i jednym z fundamentów kanonu swobód obywatelskich. Niestety, w wyraźny sposób czynniki te sprzyjają również terrorystom. Istnieje tu wzajemna zależność mediów i terrorystów – swoista symbioza, którą można przedstawić jako schemat: relacja medialna z zamachu staje się „reklamą” dla organizacji terrorystycznej, dającą możliwość publicznego rozpropagowania jej programu i „sprawy”. Dodatkowo, informowanie o przebiegu i kulisach zamachu czy innego ważnego wydarzenia związanego z terroryzmem stanowi dla mediów (z wyżej wymienionych powodów) gwarancję wzrostu poziomu zainteresowania odbiorców. To z kolei stanowi też wartość dla terrorystów, którzy nastawieni są na zwrócenie uwagi jak największej liczby odbiorców i wywołanie wśród nich strachu. Najskuteczniejszym

sposobem osiągnięcia tego celu, a więc skupienia na sobie uwagi mediów (i atakowanego społeczeństwa), jest z kolei przeprowadzenie dalszych spektakularnych akcji lub wystosowanie publicznej groźby takich działań.

W wielu zamachach terrorystycznych w ostatnich latach terroryści umiejętnie wykorzystywali media dla zwielokrotnienia skali i poziomu społecznego oddziaływania podejmowanych przez siebie działań. Media, działając formalnie w imię przekazywania informacji i pokazywania obrazu realnego świata, jednocześnie jednak mimowolnie stawały się w takich przypadkach narzędziem („tubą”) terrorystów i *de facto* nowym rodzajem broni w ich arsenale.

Terroryzm jako „widowisko” medialne

Współczesne środki masowego przekazu – w szczególności telewizja i Internet – relacjonując przebieg bądź skutki działań terrorystycznych, umożliwiają ich sprawcom osiągnięcie tzw. „efektu teatru”. Mianem tym określa się zjawisko wciągania w bezpośrednią (choć wirtualną) orbitę oddziaływania danego aktu przemocy grupy wielokrotnie liczniejszej niż ta, której dotknęły jego skutki realne.

Dzisiejszy terroryzm jawi się już wręcz jako połączenie „wojny z teatrem”, jako że jednym z podstawowych aspektów akcji terrorystycznej jest jej jak największa „widowiskowość” (medialność), zapewniana dzisiaj w wymiarze globalnym wyłącznie przez media, zwłaszcza te elektroniczne (Internet, telewizja satelitarna). Część znawców tematyki wprost określa już współczesny terroryzm jako „teatr” lub „medialny *show*”, gdzie często ważniejsze od skutków akcji terrorystycznej jest samo zaistnienie jej sprawców w mediach, w celu nagłośnienia ich sprawy i/lub spotęgowania psychologicznego efektu zastraszenia.

Nie ulega wątpliwości, że ataki terrorystyczne są obecnie coraz częściej starannie planowane w taki sposób, by specjalnie przyciągnąć uwagę mediów. Terroryzm staje się dziś przez to coraz bardziej widowiskowy i zorientowany medialnie. Poprzez przekaz mediów (przede wszystkim telewizyjnych), pojedynczy akt przemocy staje się sprawą publiczną.

Zauważalny od kilku lat proces zanikania klasycznej roli i formuły telewizji oraz żywiołowa ewolucja Internetu stwarzają dogodną sytuację dla zwiększenia medialności zjawiska terroryzmu i wzmocnienia jego psychologicznego oddziaływania. Internet to już nie tylko strony www, gdzie zamieszcza się materiały propagandowe (odezwy, oświadczenia itp.), ale także multimedia – przekazy stacji TV, radio oraz nagrania audio/wideo. Dostęp do Internetu jest dziś możliwy z komputerów przenośnych czy przy pomocy telefonów komórkowych, a rozwój technologiczny w tym zakresie postępuje niemalże w tempie geometrycznym.

Ugrupowania terrorystyczne od dawna wykorzystują Internet do propagandy, a ich możliwości przekazu i oddziaływania przez to medium są wręcz nieograniczone. Internetu nie sposób ocenzurować, co sprawia, że siła jego przekazu i zawarte w nim możliwości wpływu na postawy społeczne są dużo większe niż telewizji, gdzie wciąż istnieje autocenzura dziennikarska i odgórne regulacje prawne uniemożliwiające zaprezentowanie pełnej skali danego dramatycznego wydarzenia. To, co ze względu na drastyczność i brutalność nie zostało wyemitowane w telewizji, znajdzie się powszechnie dostępne w Internecie, po krótkich poszukiwaniach. Jedynymi „wymogami” są dostęp do sieci i chęć obejrzenia tego typu materiałów.

Najlepszym i najczęściej w tym kontekście przytaczanym przykładem są filmy wideo z nagraniem scenami egzekucji zakładników, porwanych (np. w Iraku czy Pakistanie) przez islamistów. W telewizjach na całym świecie emitowano te nagrania bez kulminacyjnej finałowej sceny, podczas której np. zakładnikowi obcinano głowę lub podrzynano mu gardło. W Internecie można obejrzeć całe nagrania; powstają już nawet specjalne strony i fora internetowe poświęcone tylko i wyłącznie publikacji tego typu drastycznych materiałów.

W Internecie można również znaleźć inne produkcje filmowe terrorystów, np. nagrania z ataków i zamachów bombowych. Wiele z tych filmów to długotrwałe (nawet do kilkunastu minut) produkcje, z podkładem muzycznym i odczytywanymi przez lektora propagandowymi bądź religijnymi hasłami, przypominające w swej formie znane na Zachodzie teledyski.

Inną, popularną formą wykorzystywania przez islamistów Internetu jest szerzenie własnej propagandy politycznej i ideowo-religijnej. „Mistrzostwo” w tym zakresie

osiągnęła zwłaszcza Al-Kaida, która wręcz założyła i utrzymuje własne „profesjonalne” przedsiębiorstwo PR-owsko-informacyjne (Al-Sahab), zajmujące się głównie publikowaniem w Internecie nagrań z odezwanami i komunikatami liderów organizacji.

Główne mechanizmy oddziaływania mediów w kontekście terroryzmu

Współczesne media oddziałują na postawy odbiorców w kontekście terroryzmu w wieloraki sposób, najistotniejsze jednak są tutaj dwa główne mechanizmy: manipulacja strachem i manipulacja informacją.

Manipulacja strachem

Obecna skala zjawiska terroryzmu na świecie oraz jego medialność i „nośność” jako tematu informacyjnego sprawiają, że media interesują się nim nawet wtedy, gdy nie nastąpił żaden zamach. Dla przyciągnięcia uwagi mediów przez terrorystów – i tym samym osiągnięcia przez nich pożądanego efektów psychologicznych – wystarczą już dzisiaj jedynie np. różne oświadczenia organizacji terrorystycznych.

Przykładem takiego właśnie zachowania mediów może być przekazywanie, wystosowywanych co pewien czas (średnio co dwa, trzy miesiące), oświadczeń liderów Al-Kaidy, przede wszystkim Ajmana al-Zawahiri, w których głoszą oni swe poglądy i często grożą wymienionym z nazwy państwom Zachodu nowymi atakami (np. w latach 2003 – 2004 w odezwach takich dwukrotnie wymieniona została także Polska).

Innym przykładem jest publikowanie w mediach oświadczeń, w których grupy terrorystyczne przyjmują na siebie odpowiedzialność za przeprowadzone zamachy. Bardzo często zdarza się (zwłaszcza w regionie Bliskiego Wschodu), że do dokonania danego zamachu terrorystycznego przyznają się równocześnie dwie – trzy różne grupy, o których wiadomo, że nie współpracują ze sobą i nie miały dotychczas żadnych kontaktów. Media skrupulatnie i bezkrytycznie przekazują te oświadczenia, podczas gdy wiadomo, że większość z tych ugrupowań tylko wykorzystuje dany incydent do zaistnienia w mediach. Sytuacje takie dowodzą, jak bardzo media przyczyniają się do „reklamowania” terroryzmu jako takiego oraz poszczególnych ugrupowań terrorystycznych.

Przekazując odezwy czy oświadczenia terrorystów, media siłą rzeczy uczestniczą więc w zastraszaniu danego społeczeństwa lub grupy społeczeństw (np. w odniesieniu do całego Zachodu), eskalując poziom strachu, poczucia zagrożenia i niepewności. Eskalacja taka jest przy tym bardzo często zupełnie nieadekwatna do rzeczywistego poziomu zagrożenia terrorystycznego.

Ostatnie lata dowiodły, że dzięki bezkrytycznemu podejściu zachodnich mediów do problematyki terroryzmu, terroryści są nawet w stanie umiejętnie wykreować nowe „wirtualne” organizacje, wraz z całym otaczającym je „szumem medialnym” i pozorami realnej aktywności. Tak było w przypadku organizacji terrorystycznej o nazwie „Brygady Abu Hafza al-Masriego”, która w latach 2003 – 2005 wykazywała niezwykle aktywność w mediach zachodnich (głównie europejskich), wielokrotnie biorąc na siebie odpowiedzialność za szereg krwawych zamachów (włącznie z atakami w Madrycie i Londynie) oraz publikując dziesiątki odezwy, oświadczeń i komunikatów. Dziś wszystko wskazuje na to, że Brygady istniały jednak wyłącznie w sferze medialnej, będąc jedynie „wirtualnym” tworem innych realnie istniejących struktur islamistycznych (zapewne samej Al-Kaidy).

Manipulacja informacją

Kolejnym ważnym zagadnieniem, związanym z rolą mediów w kontekście zjawiska terroryzmu, jest mechanizm manipulacji samą informacją, przekazywaną przy pomocy środków przekazu (szczególnie telewizji, ale też coraz bardziej internet).

Kwestia ta związana jest m.in. z zagadnieniem rzeczywistego wpływu mediów na postawy odbiorców przekazywanych przez nie treści. Obecnie w zasadzie odrzuca się już, popularne jeszcze kilkanaście lat temu, teorie mówiące o jednoznacznym i nieuniknionym wpływie mediów na odbiorców. Dziś zwraca się uwagę na fakt, że sposób odbioru przekazu zależy od wielu czynników z pogranicza socjologii, psychologii społecznej i poziomu wykształcenia danego odbiorcy, a nawet kręgu kulturowego, do którego należy.

Proces przekazywania informacji przez media zachodzi jednak w określonych systemach politycznych, a same media są nieodzownym elementem tych systemów. Media niejako definiują swym odbiorcom „co i jak mają myśleć”, robią to jednak pod przykrywką informacji, np. ustalając hierarchię ważności wydarzeń w serwisach

informacyjnych. Rodzi to ryzyko manipulacji, ponieważ uwaga odbiorcy zostaje skupiona na wydarzeniach, które są aktualnie eksponowane w mediach, przez co automatycznie uważane są za ważne i wymagające specjalnej uwagi. Jeśli więc w mediach (zwłaszcza w telewizji, cieszącej się największą siłą społecznego oddziaływania) szczególnie eksponowane są wydarzenia związane z terroryzmem (nawet bez obiektywnego uzasadnienia dla podkreślenia wagi tego zjawiska w danym momencie) – to większość odbiorców automatycznie uzna, że przedstawiany temat jest ważnym problemem. Jeśli przedstawianie przez media problemu terroryzmu osiągnie pewną masę krytyczną, a dodatkowo społeczeństwo będzie odczuwało presję ze strony terroryzmu z innych źródeł niż media (np. znaczny odsetek w społeczeństwie grup etnicznych powszechnie kojarzonych z terrorystami, incydenty terrorystyczne w przeszłości itp.) – osiągnięty może zostać efekt znacznego poziomu zastraszenia danej zbiorowości.

Terrorystyci, znający ten mechanizm wpływu mediów na postawy odbiorców, planują więc swoje akcje tak, by przykuć uwagę mediów i aby informacje o tym wydarzeniu znalazły się na najwyższym miejscu w hierarchii porządku dziennego informacji. Media w ten sposób nieświadomie (a niekiedy być może świadomie, jak w przypadku dwuznacznej aktywności medialnej arabskich stacji satelitarnych „Al-Arabija” i „Al-Dżazzira”) przyczyniają się do realizacji zasadniczego celu działania terrorystów, jakim jest zastraszenie danego społeczeństwa.

Wpływ mediów na działania władz wobec terrorystów

Wolne i pluralistyczne media, funkcjonujące w państwach demokratycznych, często są określane jako „czwarta władza”. Nazwa ta oddaje nie tylko rolę współczesnych środków masowego przekazu w kontrolowaniu i nadzorowaniu – w imieniu i na rzecz obywateli – właściwych trzech władz demokratycznego państwa (legislatura, egzekutywa i sądownictwo). Jest to także uznanie dla znaczenia mediów w kształtowaniu postaw społecznych, obywatelskich i politycznych (a w szerszym ujęciu – światopoglądu) obywateli danego państwa. Poprzez określony dobór prezentowanego materiału, media mogą też jednak wywierać realny wpływ na działania władzy i przyczyniać się do

zaogniania lub wygaszania sytuacji kryzysowej wywołanej np. działaniami terrorystycznymi.

Problem wpływu mediów na działania rządów walczących z terrorystami ma jednak poważniejszy wymiar. Związany jest on głównie z szybkością przekazu, która jest cechą charakterystyczną współczesnej komunikacji masowej. Społeczeństwo (a więc potencjalni wyborcy !) są szeroko i dogłębnie (choć nie zawsze rzetelnie) informowani niemalże w czasie rzeczywistym o rozwoju sytuacji, np. w związku z aktem terroru lub innym nadzwyczajnym wydarzeniem, tak więc politycy czują się zobowiązani do bieżącego udzielania informacji, komentowania oraz odpowiadania na pojawiające się ze strony dziennikarzy pytania. Tymczasem decyzje i działania związane z tego typu problemami wymagają rozwagi i dokładnej analizy, niekoniecznie w mediach. Także krytyka posunięć władz ze strony mediów wpływa na opinię publiczną, co z kolei ma niekorzystne przełożenie na działania rządu zmierzające np. do uwolnienia zakładników czy likwidacji komórek organizacji terrorystycznej.

Wpływ mediów na decydentów państwowych w kontekście terroryzmu to także zagadnienie tzw. „syndromu CNN”. Mianem tym określa się potocznie zjawisko, w którym społeczeństwo i władza obracają się w sferze faktów medialnych, a nie rzeczywistych. Media telewizyjne są dziś tak szybkie, że często same nieświadomie kreują otaczającą je (i całe społeczeństwo) rzeczywistość, wpływając na podejmowane przez decydentów decyzje polityczne i legislacyjne.

Media, „polując” na informacje i natychmiast je prezentując, skracają także władzom czas na podejmowanie decyzji i reakcje na akty terrorystyczne. Co więcej, nadmierne zainteresowanie mediów aktem terrorystycznym często wpływa również negatywnie na podejmowane działania zapobiegawcze, a nawet może znacznie utrudnić bezpośrednie wykonanie akcji właściwych służb państwowych. Szybkie i powierzchowne informowanie społeczeństwa oraz komentowanie tych informacji wytwarza bowiem swoistą presję mediów na rząd, by jak najszybciej zareagował czy przedstawił plan działania; w przeciwnym razie politycy mogą się narazić na krytykę dziennikarzy i w efekcie – utratę niezbędnego poparcia społecznego i konieczność oddania władzy. Aktywność mediów powoduje, że działania władz podejmowane pod taką presją są często

pochopne lub błędne. Również składane wówczas „na gorąco” deklaracje polityczne często ograniczają później władzom pole manewru.

Ekstremiści i terroryści islamscy, szczególnie ci powiązani ideologicznie i organizacyjnie z Al-Kaidą, doskonale znają realia panujące we współczesnych demokracjach zachodnich, także – a może przede wszystkim – w odniesieniu do pozycji i roli odgrywanych przez środki masowego przekazu. Z drugiej strony, dziennikarze pracujący w zachodnich mediach – szczególnie tych „szybkich”, jak TV czy media internetowe – w przytłaczającej większości nie mają wystarczającej świadomości i odpowiedniej wiedzy, aby umieć „wychwycić” w relacjonowanych wydarzeniach dotyczących np. zamachów czy oświadczeń terrorystów elementy będące ewidentną manipulacją i dezinformacją. W rozgrywce „terroryści kontra media”, ci pierwsi wciąż będą więc póki co górą.

* * *

Tomasz Otłowski – ekspert i analityk w zakresie stosunków międzynarodowych; specjalizuje się w tematyce bliskowschodniej oraz problematyce zwalczania terroryzmu islamskiego. Współpracownik Fundacji *Amicus Europae*, ekspert Fundacji im. Kazimierza Pułaskiego, publicysta. W latach 1997-2006 analityk, a następnie naczelnik Wydziału Analiz Strategicznych w Biurze Bezpieczeństwa Narodowego.

Tezy przedstawiane w serii „Biuletyn OPINIE” Fundacji Amicus Europae odzwierciedlają wyłącznie poglądy ich autorów.

Nadrzędną misją Fundacji AMICUS EUROPÆ jest popieranie integracji europejskiej, a także wspieranie procesów dialogu i pojednania, mających na celu rozwiązanie politycznych i regionalnych konfliktów w Europie.

Do najważniejszych celów Fundacji należą:

- Wspiera nie wysiłków na rzecz budowy społeczeństwa obywatelskiego, państwa prawa i umocnienia wartości demokratycznych;
- Propagowanie dorobku politycznego i konstytucyjnego Rzeczypospolitej Polskiej;
- Propagowanie idei wspólnej Europy i upowszechnianie wiedzy o Unii Europejskiej;
- Rozwój Nowej Polityki Sąsiedztwa Unii Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem Ukrainy i Białorusi;
- Wsparcie dla krajów aspirujących do członkostwa w organizacjach europejskich i euroatlantyckich;
- Promowanie współpracy ze Stanami Zjednoczonymi Ameryki, szczególnie w dziedzinie bezpieczeństwa międzynarodowego i rozwoju gospodarki światowej;
- Integracja mniejszości narodowych i religijnych w społeczności lokalne;
- Propagowanie wiedzy na temat wielonarodowej i kulturowej różnorodności oraz historii naszego kraju i regionu;
- Popularyzowanie idei olimpijskiej i sportu.

FUNDACJA AMICUS EUROPÆ

Al. Przyjaciół 8/5, 00-565 Warszawa,
Tel. +48 22 622 66 33, fax +48 22 629 48 16

www.kwasniewskialeksander.pl

e-mail: fundacja@fae.pl