

Beata Ociepka

ORCID: 0000-0002-7155-6503

Uniwersytet Wrocławski

Instytut Studiów Międzynarodowych

Media w stosunkach międzynarodowych w epoce nadmiaru informacji

<https://doi.org/10.19195/1643-0328.31.1>

Słowa kluczowe: komunikowanie globalne, stosunki międzynarodowe, ujęcie globalne

Wydarzenia ostatniej dekady, w tym konflikty międzynarodowe w Ukrainie, Syrii i w Afryce, a w końcu pandemia COVID, przyczyniły się do ponownego zainteresowania znaczeniem mediów w stosunkach międzynarodowych i w polityce zagranicznej. Temat nie jest nowy, gdyż badacze mediów poświęcali mu uwagę co najmniej od czasu zakończenia drugiej wojny światowej, ale nakładające się procesy polityczne (konflikty i wojny) i ekonomiczne (kolejne kryzysy) oraz wykorzystanie mediów online i algorytmów w komunikacji politycznej sprzyjają ponownemu przyjrzeniu się klasycznym koncepcjom. Celem tego artykułu jest sprawdzenie aktualności podstawowych sposobów rozumienia roli mediów w stosunkach międzynarodowych w epoce nadmiaru informacji i wywołanego tym chaosu, czyli — jak to określił Jay Blumler¹ w 2013 roku — w czwartej erze komunikacji politycznej. Cechy komunikacji politycznej XXI wieku powodują, że coraz trudniej jest ustalić wpływ mediów i szerzej — opinii publicznej — na politykę zagraniczną, ale przekonanie o tym znaczeniu podtrzymują aktorzy polityczni podejmujący decyzje w tym obszarze. Ten tekst proponuje przy tym spojrzenie z perspektywy europejskiej i polskiej przestrzeni komunikacyjnej, zarówno w ujęciu geograficznym, jak

¹ J.G. Blumler, *The fourth age of political communication*. Workshop on Political Communication, the Free University of Berlin, 12.09.2013, <http://www.fgpk.de/en/2013/gastbeitrag-von-jay-g-blumler-the-fourth-age-of-political-communication-2/> (dostęp: 12.09.2015).

i wirtualnym. Jest to więc ujęcie lokalne, lub glokalne, utrzymujące wagę badań nad rozwiązaniami funkcjonującymi w państwach narodowych².

Jedną z najczęściej wymienianych przyczyn poczucia chaosu i nadmiaru informacji w komunikacji międzynarodowej jest rozwój technologiczny, którego skutki Manuel Castells opisał jako przejście od epoki komunikowania masowego do *mass self communication*³. Ilustracją tego, jak aktorzy polityczni starają się wykorzystać epokę nadmiaru informacji i danych, był skandal Cambridge Analytica⁴. W tym przypadku wiadomości w mediach społecznościowych i algorytmy stały się czynnikami wpływającymi na decyzje polityczne, a w konsekwencji wywołującymi także skutki międzynarodowe.

Czwarta era komunikacji politycznej przypada na czasy globalizacji. W ostatnich trzydziestu latach nabraliśmy pewności, że żyjemy już w świecie oplecionym licznymi kanałami komunikacji i że mamy dostęp do coraz większej liczby źródeł informacji. I rzeczywiście — w 2019 roku już ponad połowa ludzkości korzystała z internetu, a do końca 2021 roku liczba ta wzrosła jeszcze o trzysta punktów procentowych⁵. Kiedy kolejna rewolucja technologiczna w komunikowaniu, oparta na internecie, zaczęła się rozkręcać, wielu badaczy prorokowało, że da nam ona wreszcie możliwość współzarządzania w skali globalnej, być może w wersji, o której jeszcze w latach sześćdziesiątych XX wieku pisał Marshall McLuhan, prognozujący powstanie globalnego parlamentu⁶. Z jednej strony kolejne „nowe” media online i aplikacje dały nam możliwość tworzenia i dołączania się do sieci komunikacyjnych oraz niszowych baniek informacyjnych, ale i do ich opuszczania. Z drugiej strony jednak wykorzystanie mediów do kontaktów poza własną, w tym narodową, bańką informacyjną nie jest doświadczeniem dominującym w XXI wieku. Globalna perspektywa jest więc istotna i wbrew opinii Christiana Fuchsa i Jacka Linchuana Qiu⁷, wskazujących na negatywne skutki skupiania się na badaniach systemów narodowych i wąsko rozumianych regionów, włączę ją do niniejszych rozważań.

Media w czasach globalizacji

Wielki wpływ na studia nad rolą mediów w polityce zagranicznej i szerzej — w stosunkach międzynarodowych — miał determinizm technologiczny, wskazujący na wciąż roz-

² Część badaczy uznaje jednak, że dominujące w badaniach nad komunikowaniem międzynarodowym skupienie się na przypadkach państw narodowych zakłóca procesy tworzenia modeli, które można by zastosować w szerszej perspektywie niż tylko narodowa. Autorka tego tekstu nie podziela tej opinii. Patrz szerzej: Ch. Fuchs, J.L. Qiu, *Ferments in the field: Introductory reflections on the past, present and future of communication studies*, „Journal of Communication” 68, 2018, nr 2, s. 220.

³ M. Castells, *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.

⁴ Skandal zmusił rządy, w tym państw europejskich, do przeformułowania zasad bezpieczeństwa w sieci. Patrz przypadek Wielkiej Brytanii: House of Commons, *Disinformation and „Fake News”: Final Report*, 18.02.2019, London.

⁵ J. Johnson, *Worldwide digital population as of January 2021*, Statista, 10.09.2021, <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (dostęp: 10.12.2021).

⁶ M. McLuhan, B.R. Powers, *The Global Village*, Oxford 1969.

⁷ Ch. Fuchs, J.L. Qiu, *Ferments in the field...*, s. 220.

wijające się technologie komunikowania jako istotne przyczyny zmian społecznych. Jak pisze Terry Flew we wprowadzeniu do swojej popularnej książki o globalnych mediach: „uważa się, iż w istotny sposób przyczyniły się one [media — B.O.] do powstania państw narodowych”⁸. Te same technologie miały dawać mediom moc wpływania na decyzje w polityce zagranicznej, między innymi poprzez przyspieszenie podejmowania decyzji o wysłaniu wojsk za granicę w celach tak zwanych interwencji humanitarnych i sterowanie poparciem opinii publicznej dla wojny (tak zwany efekt CNN). Szczególnie w tym ostatnim przypadku badania nad korespondencją wojenną pokazały, jak krok po kroku, począwszy od połowy XIX wieku, armie i rządy — ale również wydawcy mediów — uczyli się wykorzystywać rosnącą prędkość przekazów ponad granicami, ale także je blokować.

Na potrzeby tego studium będą rozumiała globalny wymiar komunikacji jako dostępność infrastruktury, uniwersalność korzystania ze środków komunikowania, niezależnie od miejsca, w którym znajduje się użytkownik, oraz dekodowalność przekazów, niezależnie od kontekstu kulturowego użytkownika⁹. Dostępność infrastruktury to nie tylko posiadanie mediów i umiejętność korzystania z nich, lecz także zaopatrzenie w energię elektryczną, dostęp do światłowodu lub sieci wi-fi. Dla powszechności komunikowania istotna jest także otwartość systemów medialnych, w tym komunikowania online. Dekodowalność nie musi zaś oznaczać znajomości języka przekazu, ale dostęp do tłumaczenia i zrozumienie kodów, zarówno werbalnych, jak i wizualnych. Powszechność komunikowania i korzystania ze środków przekazu nie oznacza, że w każdym miejscu na świecie rozumiemy to samo, gdy mówimy „media”. Już samo korzystanie z internetu znaczy co innego, zwłaszcza gdy zakładamy powszechną obecność użytkowników w mediach społecznościowych. W Indiach (54,2% populacji korzystało z internetu w 2021 roku¹⁰) internet jest utożsamiany z Facebookiem, który jest bramą do usług i komunikacji online. Rosja buduje swoją sieć mediów społecznościowych, zastępując między innymi Facebooka platformą VKontakte. Chiny jako pierwsze na świecie rozpoczęły blokowanie dostępu swoich obywateli do wyszukiwarek i mediów społecznościowych, a jednocześnie zaczęły budować własną sieć platform i aplikacji. A w końcu, online, naziemnie lub przez satelitę, korzystamy w skali globalnej z różnych mediów, aby zdobyć informacje o polityce, o ile w ogóle możemy założyć, że interesują one ich przeciętnego użytkownika na początku XXI wieku. Nasze zachowania w poszukiwaniu informacji o polityce zależą nie tylko od typu i dostępności infrastruktury, lecz także od naszego wieku i innych cech demograficznych. Według badań Pew Research Center z 2018 roku to Europejczycy najczęściej (ponad 60% ludności Europy) szukają informacji o polityce online¹¹.

W nauce o komunikowaniu medium to nośnik informacji, który pozwala na przepływ przekazów, ale także ich (prze)twórca. Zgodnie z ujęciami szkoły realistycznej w stosunkach międzynarodowych rolę aktora stosunków międzynarodowych przypisuje

⁸ T. Flew, *Media globalne*, Kraków 2010, s. 1.

⁹ B. Ociepka, *Komunikowanie globalne — rewizja pojęcia*, „Studia Medioznawcze” 4, 2016, s. 11–22.

¹⁰ Internet World Stats, *Asia internet use, population statistics data and Facebook data — mid-year 2021*, <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm> (dostęp: 12.11.2021).

¹¹ A. Mitchell et al., *Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether their News Media Deliver*, Pew Research Center 2018, s. 23.

się przede wszystkim państwom, a media masowe oraz media społecznościowe okresu *mass-self communication* pośredniczą tylko w wymianie komunikatów. To ujęcie zmienia się dzięki szkole liberalnej, która dostrzega sprawczość aktorów niepaństwowych, na przykład wielkich konglomeratów medialnych, w stosunkach międzynarodowych. Rozważania prowadzone nad siłą i władzą globalnych gatekeeperów w XXI wieku idą w kierunku analizy władzy platform internetowych.

Zagadnienie „media w stosunkach międzynarodowych” ma zawsze lokalne definicje. Zmienność pojmowania tego obszaru pokazują trendy w polityce medialnej Unii Europejskiej. Zakres regulacji został wyznaczony przez Dyrektywę o telewizji bez granic Wspólnoty Europejskiej z 1989 roku, która to dyrektywa wraz z kolejnymi aktualizacjami zmieniała nazwę. W 2010 roku UE przyjęła Dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych, a więc kategoria „telewizja” zniknęła z nazwy dokumentu. Pozwala to regulować przekaz treści audiowizualnych, niezależnie od ich nośnika (jest to więc regulacja zawartości mediów). Znaczenie pojęcia medium poszerza się więc, zgodnie z hybrydowym ujęciem Andrew Chadwicka¹².

Media w konfliktach międzynarodowych

Studia nad propagandą wojenną, konfliktami i korespondencją wojenną wydają się dominować w badaniach nad mediami w stosunkach międzynarodowych. W ostatnich latach ich ważnym kontekstem stały się również migracje, gdyż fale uchodźców wpływały zwykle z regionów konfliktów i stały się przedmiotem badań nad procesami komunikowania międzynarodowego. Badacze mieli między innymi możliwość zastosowania ujęć porównawczych w studiach nad relacjonowaniem kryzysów migracyjnych przez największe globalne stacje telewizyjne¹³.

Rządy uwikłane w XXI wieku w konflikty międzynarodowe, ale także te, które je tylko obserwowały, sięgnęły po raz kolejny po stare narzędzia, jak propaganda wojenna, nazywane teraz częściej dezinformacją lub fake newsami¹⁴. Wzrost liczby reżimów autorytarnych na świecie i zmiany w komunikacji online, którą coraz trudniej kontrolować, skłoniły rządy do nowych prób ograniczenia swobody działania mediów, jak w przypadku TikToka w USA w 2020 roku czy nadawców publicznych w Polsce. Swobodę przepływu przekazów ogranicza dodatkowo zamykanie się potencjalnych użytkowników w odrębnych bańkach informacyjnych, przez co rozumiem zarówno bańki w ujęciu Eliego Pariser¹⁵, jak i sfery, w których zamykamy się sami, na przykład ze względu na poglądy polityczne w silnie spolaryzowanych społeczeństwach.

¹² A. Chadwick, *The Hybrid Media System. Politics and Power*, New York 2013.

¹³ A. Robertson, N. Schaetz, *Moving people: Proper distance and global news coverage of migration in 2019*, „Global Media and Communication” 17, 2021, nr 3, s. 321–343.

¹⁴ B. Brennen, *Making sense of lies, deceptive propaganda, and fake news*, „Journal of Media Ethics” 32, 2017, nr 3, s. 179–189.

¹⁵ E. Pariser, *Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You?*, New York 2011.

Pierwszą próbą usystematyzowania badań nad mediami w stosunkach międzynarodowych był konsens Almonda–Lippmana, czyli ocena wpływu opinii publicznej na procesy decyzyjne w polityce zagranicznej, powstała jako efekt badań prowadzonych od początku lat dwudziestych XX wieku. Zgodnie z tym podejściem wpływ opinii publicznej nie jest istotny, gdyż jest ona zbyt zmienna i zbyt słaba, aby współkształtować procesy decyzyjne¹⁶. Wraz jednak z rozwojem technologii przekazu, w tym powstaniem możliwości nadawania przekazów telewizyjnych na żywo dzięki satelitom telekomunikacyjnym, ocena roli mediów w polityce zagranicznej, a więc i w stosunkach międzynarodowych, zmieniła się.

Pierwszy wyłom w konsensie Almonda–Lippmana powstał na skutek oceny wpływu telewizji w Stanach Zjednoczonych na poparcie opinii publicznej dla wojny USA w Wietnamie. Przypadek ten został dobrze opisany w literaturze przedmiotu¹⁷, przypomnę więc jedynie, że armia Stanów Zjednoczonych uznała wówczas wycofanie się mainstreamowych mediów komunikacji politycznej (czyli w tym czasie i w północnej sferze komunikacji politycznej — telewizji) z poparcia dla interwencji w Wietnamie za jedną z głównych przyczyn przegrania tej wojny przez Stany Zjednoczone. Badania nad relacjami mediów wykazały jednak, że zmiana tenoru mediów USA — z poparcia dla wojny na rzecz poparcia dla wycofania się z konfliktu — nastąpiła dopiero po zmianie klimatu opinii publicznej. Media nie wywołały tej zmiany, tylko ją odzwierciedliły. Relacjonowały zmianę w agendzie publiczności. Ta agenda była w tym czasie już jednak sprzeczna z agendą elit politycznych. W ujęciu potocznym wojna w Wietnamie była jednak postrzegana jako wydarzenie przełomowe, gdyż uznawano, że to jej relacjonowanie wpłynęło na zmianę decyzji politycznych w USA¹⁸. W medioznawstwie jej przełomowość polega jednak raczej na nowym zastosowaniu przekazów audiowizualnych, niemal w czasie rzeczywistym. Od czasu tego konfliktu politycy zdają sobie sprawę z siły emocjonalnych przekazów wizualnych, na przykład zdjęć cywilnych ofiar wojny.

W ujęciu potocznym potwierdzeniem siły mediów i ich wpływu na decyzje w polityce zagranicznej były relacje CNN w czasie pierwszej wojny w Zatoce Perskiej w 1991 roku. Także to wydarzenie odbywało się w epoce dominacji telewizji w północnej sferze komunikacji politycznej¹⁹. Jego efektem były narodziny „efektu CNN”. To pojęcie ma wiele znaczeń, zawsze jednak wskazuje na sprawczą rolę mediów w stosunkach międzynarodowych lub w polityce wewnętrznej (jak „efekt Twittera”, który miał wystąpić w czasie arabskiej wiosny w 2011 roku, między innymi w Libii i w Egipcie). Liczne konflikty międzynarodowe na przełomie XX i XXI wieku posłużyły jako studia przypadków, które podsumował Piers Robinson. Zwrócił on uwagę, że media wpływają na procesy decyzyjne w polityce zagranicznej wówczas, gdy elity polityczne, w tym rząd, nie są w sta-

¹⁶ O.R. Holsti, *Public opinion and foreign policy: Challenges to the Almond–Lippman consensus*, „International Studies Quarterly” 36, 1992, nr 4, s. 442.

¹⁷ M.in. przez P.M. Taylora, patrz: P.M. Taylor, *Global Communications, International Affairs and the Media since 1945*, London 1997.

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ Większość badań tego okresu odnosi się do bogatej Północy, i to jej zachodniej części, co należy wziąć pod uwagę w badaniach nad komunikowaniem międzynarodowym.

nie wypracować porozumienia ani podjąć decyzji, a debata jest silnie spolaryzowana. Ten scenariusz został wielokrotnie potwierdzony, ale także zweryfikowany negatywnie w ostatnich dwudziestu latach. Robinson wskazał w swoich badaniach, że w przypadku interwencji humanitarnej w Somalii, wielokrotnie przywoływanej jako przykład „efektu CNN”, decyzja o wysłaniu wojsk amerykańskich została podjęta, zanim nasiliły się naciski mediów, a więc zanim wykryształizowała się opinia publiczna w tej sprawie²⁰. Badacze, jak Lyse Doucet, zwracają jednak także uwagę, że politycy, z którymi prowadziły wywiady w trakcie badań nad rolą mediów w konfliktach międzynarodowych, wykazywali dużą świadomość wpływu mediów na ich decyzje w polityce zagranicznej²¹, a więc odwrotnie, niż zakładał konsens Almonda–Lippmana. Na podobną świadomość znaczenia dynamiki procesów opiniotwórczych napotkałam, gdy prowadziłam wywiady z polskimi politykami, którzy w czasie nasilenia się konfliktu rosyjsko-ukraińskiego w 2014 roku współdecydowali o kontynuacji lub przerwaniu przygotowań do Roku Polskiego w Rosji, planowanego na 2015 rok. Ówczesna opozycja — PiS — naciskała na odwołanie Roku. Elity polityczne i kulturalne w Polsce w tej kwestii miały spolaryzowane opinie, odzwierciedlane przez media. To wewnętrzna debata i jej natężenie (istotne ze względu na zbliżające się wybory parlamentarne w 2015 roku) wpłynęły na decyzję o odwołaniu Roku, ogłoszoną w lipcu 2014 roku, a więc krótko po zestrzeleniu malezyjskiego samolotu przez prorosyjskich separatystów. Ale w 2008 roku w podobnej sytuacji stało się inaczej. Kiedy rozpoczęła się wojna rosyjsko-gruzińska, w Moskwie trwał sezon polskiej kultury, który nie został odwołany. Według Bogdana Zdrojewskiego, ówczesnego Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego, wynikało to z oceny efektu medialnego ewentualnej decyzji o przerwaniu sezonu. Przyciągnęłaby uwagę mediów, tymczasem kontynuacja sezonu mimo wojny nie została zauważona, a więc nie wykryształizowała się opinia na ten temat, która mogłaby wpłynąć na wewnętrzną debatę wokół stanowiska Polski wobec wojny rosyjsko-gruzińskiej²². Działania polityków w tych sytuacjach można było rozumieć więc jako wyprzedzenie niepożądanego przez aktorów politycznych reakcji mediów, która mogłaby doprowadzić do zmiany klimatu opinii wobec konfliktu.

W koncepcjach takich jak efekt CNN nigdy nie rozważa się jednak wpływu mediów na decyzje w sprawach międzynarodowych jako jedyne i decydującego czynnika. Badacze, wywodzący się zarówno ze studiów nad mediami i komunikowaniem, jak i ze stosunków międzynarodowych, widzą media jako centralny element procesów opiniotwórczych, a opinię publiczną jako jeden z czynników wpływających na decyzje w polityce zagranicznej. Tak opinię publiczną klasyfikuje analiza polityki zagranicznej²³.

²⁰ P. Robinson, *The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*, London 2002.

²¹ L. Doucet, *Syria and the CNN effect: What role does the media play in policy-making?*, „Daedalus” 147, 2018, nr 1, s. 141–157.

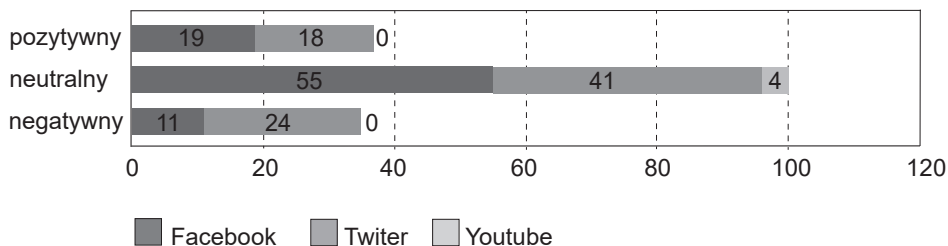
²² Badania dotyczące dyplomacji kulturalnej Polski w relacjach z Rosją, w tym wywiad z B. Zdrojewskim (czerwiec 2019 r.), przeprowadzono w ramach grantu NCN nr 2016/23/B/HS5/00486.

²³ D. Beach, R.B. Pedersen, *Analyzing Foreign Policy*, London 2019, s. 3.

Istotnym przyczynkiem do badań z wykorzystaniem efektu CNN stała się wojna w Syrii, trwająca od 2011 roku. Dziennikarka BBC i badaczka L. Doucet opublikowała w 2018 roku analizę, z której wynika, że liczba stron konfliktu, ich mediów oraz wpływ mediów społecznościowych na sytuację nie pozwalają na jednoznaczne stwierdzenie, czy w tym przypadku występuje efekt CNN. Problem nie polega więc w pierwszej kolejności na tym, czy i jak media wpływają na procesy decyzyjne, ale na tym, jak badać ten wpływ w czasach nadmiaru źródeł informacji. Doucet podkreśla przy tym, że chaos informacyjny wokół wojny w Syrii nadaje dziennikarzom jeszcze większe znaczenie w relacjonowaniu konfliktów międzynarodowych, gdyż do ich powinności należy weryfikowanie informacji i wiarygodności źródeł, z których te informacje pochodzą. W konflikcie w Syrii istotną rolę odgrywają także media rządowe, w tym te nadające za granicę, jak na przykład amerykańskie stacje radiowe i telewizyjne finansowane z budżetu USA oraz rosyjska RT. Wszystkie strony tego konfliktu korzystają z rządowych mediów w celach propagandowych²⁴. Procesy te tłumaczy koncepcja fabryki zgody Edwarda Samuela Hermana i Noama Chomskiego²⁵. W zaproponowanym modelu, będącym kolejnym wkładem w badania nad propagandą, autorzy zwracają uwagę na filtry, których użycie skutkuje rozpowszechnieniem przekazów propagandowych. Media według Hermana i Chomskiego „produkują zgodę” poprzez powtarzanie, w istocie dominujących, poglądów polityków. Ta koncepcja powstała jeszcze w czasie przedinternetowych mediów. Dzisiaj można do niej dodać, że dzięki mediom społecznościowym aktorzy polityczni uzyskali dodatkowy, niezależny od mediów-pośredników, kanał przekazu informacji, gdzie nie muszą obawiać się ingerencji gatekeeperów. W efekcie przekaz bezpośrednio zależny od aktorów politycznych różni się zasadniczo interpretacją od źródeł od nich niezależnych. Taki przypadek wystąpił w czasie relacjonowania Roku Holendersko-Rosyjskiego 2013 w mediach społecznościowych we wpisach holenderskich aktorów odpowiedzialnych za to wydarzenie międzynarodowe na swoich kontach na Facebooku i Twitterze, oraz niezależnych holenderskich gazet. Obydwa źródła relacjonowały wydarzenia Roku na tle rozwoju stosunków rosyjsko-holenderskich. W tym czasie były one napięte, doszło do skandali dyplomatycznych i protestów Holendrów przeciwko naruszeniom praw człowieka w Rosji, a holenderskie media nazwały w końcu Rok Holendersko-Rosyjski „rokiem-katastrofą”. Tymczasem tenor informacji pochodzących od aktorów odpowiedzialnych za organizację Roku w Holandii (dominowali liczbowo jako autorzy wpisów), publikowanych w mediach społecznościowych, był w większości neutralny (schemat 1), w przeciwieństwie do niezależnych mediów, w których relacjach dominowały rama konfliktu i przekazy negatywne.

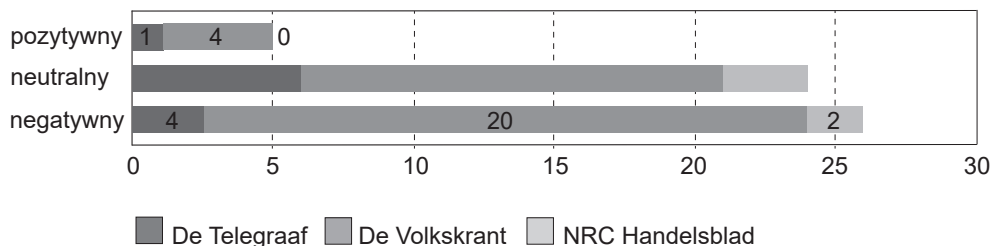
²⁴ K. Pelda, *Separating facts from fiction in conflict reporting*, [w:] *Conflict Reporting in the Smartphone Era. From Budget Constraints to Information Warfare*, red. D. Fabijanić, Ch. Spahr, V. Zlatarskys, Berlin-Sofia 2016, s. 34–39.

²⁵ E.S. Herman, N. Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York 1988.



Schemat 1. Wydzźwięk wpisów na Facebooku, Twitterze i YouTubie o Roku Holendersko-Rosyjskim 2013
Źródło: opracowanie własne.

Większość wpisów prezentowanych na schemacie 1 pochodziła z kont instytucji rządowych i publicznych oraz z oficjalnej strony Roku Holendersko-Rosyjskiego. Mimo licznych skandali i obecności tej tematyki w debacie publicznej²⁶ temat stosunków holendersko-rosyjskich nie wywołał ożywionej debaty w mediach społecznościowych. Przeważały wpisy o charakterze informacyjnym (ogłoszenia o miejscu i terminie imprez), co tłumaczy przewagę materiałów neutralnych. Ich oddźwięk był dość słaby, ponieważ na Twitterze najwięcej było retweetów (ponad 600), a na Facebooku — „polubień” (ponad 400). Debata miała bardziej spolaryzowany charakter w wersjach online mainstreamowych gazet holenderskich. Przedstawiały one wydarzenia Roku i stan stosunków holendersko-rosyjskich w sposób krytyczny. Największa liczba artykułów miała wydzźwięk negatywny, wynikający z zastosowanej w nich ramy konfliktu (schemat 2).



Schemat 2. Wydzźwięk artykułów o Roku Holendersko-Rosyjskim 2013, opublikowanych online przez wybrane holenderskie tytuły prasowe

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki przedstawione na obu schematach pokazują, jak agendy rządowe, instytucje publiczne i aktorzy ze sfery biznesu mogą wpływać dzięki swoim narracjom na tenor debaty publicznej. Tam, gdzie wspomniane podmioty przeważały jako autorzy wpisów, przeważały przekazy neutralne, które nie spolaryzowały opinii wobec Rosji²⁷.

²⁶ Patrz szerzej: B. Ociepka, *(Un)successful years: EU countries' cultural diplomacy with Russian Federation*, „Place Branding and Public Diplomacy” 15, 2019, nr 1, s. 50–59.

²⁷ Przypadek ten był badany w ramach grantu NCN nr 2016/23/B/HS5/00486.

Władza platform w lesie

W ostatnich dwudziestu latach obraz zarysowany przez Robinsona, Hermana i Chomskiego stał się wielowymiarowy i bardziej skomplikowany. Dzięki Castellsowi w języku badań nad mediami w stosunkach międzynarodowych pojawiło się społeczeństwo sieci. Następnie popularność zyskały dziennikarstwo *big data* oraz wzmiankowane wyżej fake newsy i wojny dezinformacyjne²⁸. Dużym wyzwaniem okazała się ocena władzy platform i ich siły w stosunkach międzynarodowych. Badania najczęściej skupiają się na Google'u, Facebooku, Twitterze i YouTube²⁹, choć coraz więcej studiów idzie także w kierunku analizy znaczenia aplikacji takich jak TikTok i Instagram³⁰. Powstały raporty podsumowujące aktywność głów państw w mediach społecznościowych, wskazujące, że może się ona przyczyniać do większej widoczności międzynarodowej nawet małych państw³¹.

Władza platform ma polegać na gatekeepingu i ustalaniu porządku dnia między innymi w komunikowaniu międzynarodowym. Firmy zarządzające Google'em, Facebookiem, Twitterem i YouTube mają olbrzymi wpływ na to, o czym mówimy, także dzięki temu, że zbierają o nas informacje, a następnie dopasowują przekazy, które zgodnie z naszymi profilami powinny nas zainteresować. Są wśród nich także reklamy, dzięki którym firmy te stały się największymi korporacjami medialnymi na świecie. W 2021 roku największą firmą medialną (według wartości) był Microsoft, następnie Alphabet (właściciel Google'a), na trzecim miejscu znalazł się Facebook, na czwartym — chiński Tencent, a dopiero na piątym miejscu stary (bo między innymi ciągle produkujący filmy), dobry Walt Disney³².

Jak wynika z informacji zawartych na początku tego tekstu, obecnie już ponad połowa ludzkości korzysta z internetu, a więc potencjalnie znajduje się pod wpływem platform. Bliższe przyjrzenie się jednak przepływowi informacji w wymiarze międzynarodowym wskazuje, że władza ta nie jest nieograniczona. Rosnąca liczba reżimów autorytarnych na świecie oznacza, że coraz więcej z nas styka się z ograniczeniami w swobodzie uzyskiwania informacji. W literaturze przedmiotu opisano już ograniczenia swobody korzystania z platform online między innymi w Chinach³³.

²⁸ C. Wardle, H. Derakhshan, *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making*, Strasbourg 2017.

²⁹ R.K. Nielsen, S.A. Ganter, *Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms*, „New Media & Society” 20, 2017, nr 4, s. 1600–1617; D. Kreiss, Sh. McGregor, *Technology firms shape political communication: The work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google with campaigns during the 2016 U.S. presidential cycle*, „Political Communication” 35, 2018, nr 2, <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1364814>.

³⁰ L. Jia, F. Liang, *The globalization of TikTok: Strategies, governance and geopolitics*, „Journal of Digital Media and Policy” 12, 2021, nr 2, s. 273–292.

³¹ *Twiplomacy report*, Burson, Cohn and Wolf, <https://twiplomacy.com/> (dostęp: 13.12.2021).

³² World biggest media companies by market value as on Sep 1st 2021, Value Today, 1.09.2021, <https://www.value.today/world-top-companies/media> (dostęp: 13.11.2021).

³³ F. Yang, *Rethinking China's Internet censorship: The practice of recoding and the politics of visibility*, „New Media and Society” 18, 2014, nr 7, s. 1364–1381.

Takie zjawiska występują jednak także w Unii Europejskiej. Mimo głębokiej mediatyzacji polskiego społeczeństwa, w tym powszechnego korzystania z mediów online (w 2020 roku z internetu korzystało już 27,7 mln Polaków³⁴, czyli prawie 73%), od września 2021 roku polskiemu rządowi udało się ograniczyć dostęp do informacji na temat kryzysu migracyjnego na polsko-białoruskiej granicy. W efekcie powstała kolejna odmiana efektu CNN. Aby dowiedzieć się, co się dzieje na granicy, media zagraniczne bowiem, w tym CNN i BBC, skorzystały z zaproszenia autorytarnego reżimu Białorusi i, relacjonując kryzys, pokazały zdjęcia pochodzące z oficjalnych, białoruskich źródeł. Kontekstem takiego przepływu informacji były napięcia między Polską a Białorusią, ale także wewnętrzny wymiar polityki zagranicznej po obu stronach granicy oraz relacje białorusko-rosyjskie. Strona polska wprowadziła stan wyjątkowy, który praktycznie zamknął obszar przygraniczny (3 km od granicy) dla mediów i dziennikarzy. Zadanie przekazywania informacji z granicy przejęły więc na siebie Straż Graniczna (85 tys. obserwujących na Facebooku i 77,5 tys. na Twitterze pod koniec grudnia 2021 roku), Wojska Obrony Terytorialnej i policja. Rząd utworzył w swoim oficjalnym portalu www.gov.pl stronę poświęconą „Sytuacji na granicy polsko-białoruskiej”, z podtytułem „Oficjalne źródło informacji”. Fizyczna blokada dostępu do granicy osłabiła potencjał informacyjny platform i zmusiła media do korzystania z „oficjalnych źródeł informacji” publikujących „najnowsze aktualności” (tak w oryginale), których jednak nie można było zweryfikować. Blokadzie informacji sprzyjały ukształtowanie terenu w obszarze przygranicznym (las, bagna i rzeka) oraz niska gęstość zaludnienia. Część mediów ogólnopolskich, które powoływały się na Straż Graniczną, w swoich serwisach informacyjnych dodawało, że są to dane niezweryfikowane. Ich niepełność podkreślała Grupa Granica, organizacja pozarządowa zaangażowana w pomoc migrantom, którym udało się przejść na polską stronę. Grupa podjęła także działania informacyjno-edukacyjne wobec ludzi mieszkających blisko granicy. Jej członkowie docierali do nich fizycznie, a nie przez platformy, między innymi aby przedstawić inne niż oficjalne — propagowane między innymi przez media publiczne — wyjaśnienie sytuacji³⁵. Rozpowszechniali także informacje w języku polskim przede wszystkim poprzez konta na Facebooku (ponad 22 tys. obserwujących pod koniec grudnia 2021 roku) i Twitterze (7885 obserwujących w tym samym czasie). Proste porównanie liczby obserwujących dwa ze źródeł informacji o kryzysie na granicy polsko-białoruskiej, to jest oficjalne konto Straży Granicznej i Grupy Granica na Facebooku i Twitterze, pozwala sądzić, że to oficjalne narracje polskiego rządu kształtują opinię publiczną w Polsce o tym kryzysie.

W obiegu międzynarodowym polskie narracje z gęsto zalesionego regionu przygranicznego nie miały szansy się przebić ze względu na blokadę informacyjną. W ten sposób za granicą obejrzano nagrania oficjalnych mediów białoruskich, z których korzystały między innymi BBC i CNN, a potencjalni migranci polegali na informacjach od

³⁴ *Polscy internauci we wrześniu 2020 r.*, Polskie Badania Internetu, 8.10.2020, <https://pbi.org.pl/raporty/polscy-internauci-we-wrzesniu-2020/> (dostęp: 14.11.2021).

³⁵ *Kryzys humanitarny na pograniczu polsko-białoruskim*, Grupa Granica, 1.12.2021, <https://www.grupagranica.pl/> (dostęp: 20.12.2021).

przemysłowców, aktywnych w mediach społecznościowych. Po zakończeniu stanu wyjątkowego na granicy dziennikarze mogli poruszać się w strefie przy granicy po uzyskaniu specjalnej zgody i tylko w towarzystwie Straży Granicznej, zatem docierali w miejsca wybrane przez Straż i o czasie wybranym przez jej funkcjonariuszy. To metoda embeddingu (włączania dziennikarzy do oddziałów wojskowych lub pozwalania na relacje z miejsc konfliktu tylko pod kontrolą wojska), stosowana między innymi przez Brytyjczyków w czasie wojny o Falklandy w 1982 roku i następnie na przykład w trakcie interwencji USA w Iraku w 2003 roku. W przypadku wojny o Falklandy media brytyjskie z braku materiałów audiowizualnych posłużyły się materiałami argentyńskimi³⁶, co przywodzi na myśl podobny efekt osiągnięty przez polski rząd w 2021 roku. W takich sytuacjach rządy jednej ze stron konfliktu tracą kontrolę nad treścią przekazów z obszaru konfliktu, a więc nie są w stanie wpływać na agendę mediów, zwłaszcza zagranicznych, i nie wprowadzają własnej strategicznej narracji do obiegu w komunikacji międzynarodowej.

Według relacji dziennikarzy w 2021 roku jako pierwsi dostęp do granicy otrzymali dziennikarze polskich mediów publicznych oraz telewizji komercyjnych³⁷. Wynika z tego, że zarządzający komunikacją w tej sytuacji uznali telewizję i radio za główne media informujące polskich odbiorców o sytuacji na granicy polsko-białoruskiej. Do połowy grudnia 2021 roku po polskiej stronie granicy nie pojawili się dziennikarze z zagranicy. Kryzys migracyjny na granicy polsko-białoruskiej trwa, gdy powstaje ten tekst, niemożliwe jest więc przeprowadzenie pełnych badań na ten temat. Otwiera on jednak pole do studiów w ujęciu globalnym.

Podsumowanie

Przedstawiona sytuacja na pograniczu białorusko-polskim wskazuje na elementy, które musimy uwzględnić w badaniach nad rolą mediów w stosunkach międzynarodowych w epoce nadmiaru informacji. Po pierwsze, paradoksalnie jest to sytuacja niedostatku informacji w geograficznie rozumianej przestrzeni, mocno nasyconej mediami. Lokalna weryfikacja funkcjonowania sieci globalnych pokazuje, że łatwo jest wykluczyć media, ich użytkowników i dziennikarzy z obiegu informacji, o ile państwo uzna, że takie są wymogi bezpieczeństwa. W takiej sytuacji przepływ informacji jest zakłócony, a autonomia mediów i ich wpływ na stosunki międzynarodowe — ograniczone. Po drugie, zakłócenia występują także w komunikacji między państwami, zwłaszcza gdy jedno z nich to reżim autorytarny. Wówczas powracają metody i narzędzia, które znamy z wykorzystania mediów w okresie zimnej wojny. Po trzecie zaś, w przypadku wojen i konfliktów w trudno dostępnych obszarach, mimo niebywałego rozwoju sieci i przestrzeni wirtualnych, swoboda mediów z przyczyn geograficznych może być istotnie ograniczona. W takich sytuacjach rola mediów w stosunkach międzynarodowych, na przykład za sprawą embed-

³⁶ P. Taylor, *Global Communications...*, s. 117.

³⁷ M. Bielska, *Wizyta kontrolowana. O dwóch wycieczkach po granicy*, Onet.pl, 20.12.2021, <https://www.onet.pl/informacje/onetbialystok/kryzys-na-granicy-dwie-wizyty-dziennikarzy-na-granicy-z-bialorusia/3sb7j6v,79cfc278> (dostęp: 20.12.2021).

dingu, ogranicza się do pośredniczenia między użytkownikami a sprawującymi władzę.

Mimo dostępu do mediów i rosnącej popularności tłumaczeń online, które ułatwiają przekraczanie barier kulturowych w komunikowaniu międzynarodowym i uzyskiwanie informacji o wydarzeniach międzynarodowych, nasza wiedza o nich nie zależy tylko od naszych chęci i możliwości wychynięcia z narodowych baniek informacyjnych. Nadmiar informacji często utrudnia zorientowanie się w przebiegu wydarzeń, jak w przypadku konfliktu w Syrii, a ograniczenia geograficzne i wymogi bezpieczeństwa państwa (Falklandy, Irak, granica polsko-białoruska) tworzą kolejne bariery. W efekcie media w stosunkach międzynarodowych, niezależnie od tego, w jakich reżimach politycznych funkcjonują, mają tendencję do „produkowania zgody”, a ich użytkownik musi wykazać się dużymi umiejętnościami, wiedzą i wolą działania, aby poznać świat w interpretacji wykraczającej poza strategiczne narracje rządów.

Bibliografia

- Beach D., Pedersen R.B., *Analyzing Foreign Policy*, London 2019.
- Bielska M., *Wizyta kontrolowana. O dwóch wycieczkach po granicy*, Onet.pl, <https://www.onet.pl/informacje/onetbialystok/kryzys-na-granicy-dwie-wizyty-dziennikarzy-na-granicy-z-bialorusia/3sb7j6v,79cfc278>.
- Blumler J.G. *The fourth age of political communication*, Workshop on Political Communication, the Free University of Berlin, 12 września 2013, <http://www.fgpk.de/en/2013/gastbeitrag-von-jay-g-blumler-the-fourth-age-of-political-communication-2/>.
- Brennen B., *Making sense of lies, deceptive propaganda, and fake news*, „Journal of Media Ethics” 32, 2017, nr 3.
- Burson, Cohn and Wolf, *Twiplomacy report*, <https://twiplomacy.com/>.
- Castells M., *Galaktyka Internetu. Refleksje nad Internetem, biznesem i społeczeństwem*, Poznań 2003.
- Chadwick A., *The Hybrid Media System. Politics and Power*, New York 2013.
- Deuze, M., *Challenges and opportunities for the future of media and mass communication theory and research: Positionality, integrative research, and public scholarship*, „Central European Journal of Communication” 14, 2021, nr 1 (28).
- Doucet, L., *Syria and the CNN effect: What role does the media play in policy-making?*, „Daedalus” 147, 2018, nr 1.
- Flew T., *Media globalne*, Kraków 2010.
- Fuchs Ch., Qiu J.L., *Ferments in the field: Introductory reflections on the past, present and future of communication studies*, „Journal of Communication” 68, 2018, nr 2.
- Grupa Granica, *Kryzys humanitarny na pograniczu polsko-białoruskim*. Raport Grupy Granica z 1 grudnia 2021 roku, <https://www.grupagranica.pl/>.
- Herman E.S., Chomsky N., *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York 1988.
- Holsti O.R., *Public opinion and foreign policy: Challenges to the Almond-Lippman consensus*, „International Studies Quarterly” 36, 1992, nr 4.
- House of Commons, *Disinformation and „Fake News”: Final Report*, 18 lutego 2019, London.
- Internet World Stats, *Asia internet use, population statistics data and Facebook data — mid-year 2021*, <https://www.internetworldstats.com/stats3.htm>.
- Jia L., Liang F., *The globalization of TikTok: Strategies, governance and geopolitics*, „Journal of Digital Media and Policy” 12, 2021, nr 2.
- Johnson J., *Worldwide digital population as of January 2021*, Statista, 10.09.2021 <https://www.statista.com/>

statistics/617136/digital-population-worldwide/.

- Kreiss D., McGregor Sh. *Technology firms shape political communication: The work of Microsoft, Facebook, Twitter, and Google with campaigns during the 2016 U.S. presidential cycle*, „Political Communication” 35, 2018, nr 2, <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1364814>.
- McLuhan M., Powers B.R., *The Global Village*, Oxford 1969.
- Mitchell A. et al., *Publics Globally Want Unbiased News Coverage, but Are Divided on Whether their News Media Deliver*, Pew Research Center 2018.
- Nielsen R.K., Ganter S.A., *Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms*, „New Media & Society” 20, 2017, nr 4.
- Ociepka B., *Komunikowanie globalne — rewizja pojęcia*, „Studia Medioznawcze” 4, 2016.
- Ociepka B., *(Un)successful years: EU countries’ cultural diplomacy with Russian Federation*, „Place Branding and Public Diplomacy” 15, 2019, nr 1.
- Pariser E., *Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*, New York 2011.
- Pelda K., *Separating facts from fiction in conflict reporting*, [w:] *Conflict Reporting in the Smartphone Era. From Budget Constraints to Information Warfare*, red. D. Fabijanić, Ch. Spahr, V. Zlatarskys, Berlin-Sofia 2016.
- Polskie Badania Internetu, *Polscy internauci we wrześniu 2020 roku*, <https://pbi.org.pl/raporty/polscy-internauci-we-wrzesniu-2020/>.
- Robertson, A., Schaetz, N., *Moving people: Proper distance and global news coverage of migration in 2019*, „Global Media and Communication” 17, 2021, nr 3.
- Robinson P., *The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*, London 2002.
- Taylor P.M., *Global Communications, International Affairs and the Media since 1945*, London 1997.
- Wardle C., Derakhshan H., *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making*, Strasbourg 2017.
- World biggest media companies by market value as on Sep 1st, 2021*, <https://www.value.today/world-top-companies/media>.
- Yang F., *Rethinking China’s Internet censorship: The practice of recoding and the politics of visibility*, „New Media and Society” 18, 2014, nr 7.

Media in international relations at the age of information overload

Keywords: global communication, international relations, glocal approach

Summary

The objective of the article is to check the functionality of the leading concepts explaining the role of media in international relations and foreign policy in the fourth era of political communication. The author focuses on the “CNN effect” and “manufacturing consent” concepts to illustrate how the Almond–Lippman consensus was rejected. The study is framed by the idea of globalization of media and uses the cases from the EU (Poland and the Netherlands), the relations with Russia and the recent migration crisis on the Polish–Belarussian border to assess the role and position of media in international relations in the age of information overload. The author concludes that despite the deep mediatization of societies in the 21st century, the governments are able to take charge of the discourses in international communication using their strategic narratives.