

"Media i nowoczesność"
"Spótna teoria mediów"
J. B. Thompson, Wyd. Astron,
2006

ROZDZIAŁ 5

MEDIA I WOJNA

Konflikty wojenne są w naszych czasach przedmiotem bardzo dużego zainteresowania i zaangażowania mediów. Rola dziennikarzy, wydawców, dyrektorów programów i audycji wykracza poza zwykłe przygotowanie relacji. Dziennikarze i wydawcy zdają sobie sprawę ze swojego znaczenia, muszą jednakże mieć świadomość, że w wielu przypadkach to oni wykorzystywani są przez władze państw lub przez siły zbrojne do rozpowszechniania przekazów propagandowych. Analizując relacje między mediami i wojną, rolę środków masowego przekazu w konfliktach zbrojnych i sytuacjach kryzysów politycznych, należy zawsze mieć na uwadze te podwójne uwarunkowania: dziennikarze i media występują jako podmioty podejmowanych działań, ale i jako przedmiot oddziaływania innych.

Sposób relacjonowania wydarzeń wojennych i co za tym idzie, funkcja, jaką pełnili w nich dziennikarze, zmieniały się w zależności od rozwoju technicznych środków komunikowania oraz — co nie mniej ważne — technicznych możliwości przemieszczania się. Po raz pierwszy wieści z terenów walk lub ważnych politycznie wydarzeń, rozpoczynających lub kończących konflikty zbrojne, przekazano przy pomocy pieszych. Najslawniejszym przykładem jest Maratończyk, który aby przekazać wiadomość o wygranej bitwie Greków nad Persami w 490 r. p.n.e., przebiegł odległość 42 km, w wyniku czego zmarł z wyczerpania.

W erze mediów drukowanych konflikty wojenne były relacjonowane przez korespondentów wojennych. Ten okres rozpoczyna periodyzację sposobu relacjonowania konfliktów ze względu na użyte w relacjach środki przekazu i technologie komunikowania:

- Przed pojawieniem się mediów elektronicznych konflikty wojenne były relacjonowane przez korespondentów wojennych, informacje z linii frontu docierały po tygodniach, a nawet miesiącach.
- W okresie pierwszej wojny światowej nowym środkiem, wykorzystywanym przede wszystkim do celów militarnych, stało się radio. Na polach bitwy nadal pojawiają się jednak korespondenci wojenni, rządy zastoso- wały w tym czasie propagandę do wyjaśnienia swych celów i deprecjonowania przeciwnika, dziennikarze wspierają ten system swymi przekazami, pojawiają się pierwsze kroniki filmowe z frontu.
- Druga wojna światowa to przede wszystkim okres wykorzystania radia w propagandzie wojennej, skierowanej do masowego odbiorcy, ścisłych blokad informacyjnych i działania ministerstw propagandy, nazywanych także ministerstwami informacji. Okres ten przynosi dalsze wykorzystanie radia do celów propagandowych. Autorami relacji są nadal lojalni korespondenci wojenni, nadal też stosuje się cenzurę wojskową. Na linii frontu kręci się także materiały filmowe, które po przygotowaniu są wyświetlane w kinach. Kroniki filmowe mają poważne znaczenie propagandowe, a w celu mobilizacji społeczeństwa wykorzystuje się filmy fabularne.
- „Pierwsza wojna medialna”: wojna w Wietnamie to przełom w rozwoju przekazu konfliktów wojennych: około roku 1960 technologie medialne rozwinęły się już tak bardzo, że możliwy był przekaz akcji wojskowych na żywo. Ze względu jednak na małą dostępność i duże koszty transmisji satelitarnej dostarczenie materiału filmowego zabierało jeszcze około dnia albo dwóch, ale w porównaniu z okresem drugiej wojny światowej był to istotny postęp. Wojna w Wietnamie stała się dzięki temu pierwszym „otwartym” konfliktem zbrojnym, „pierwszą wojną telewizyjną”.
- Ważnym etapem były wojny o Falklandy (1982) i amerykańska inwazja na Grenadzie (1983). W obu tych przypadkach wojsko (brytyjskie i amerykańskie) wykorzystало negatywne doświadczenia armii z wojny wietnamskiej (tzw. syndrom wietnamski) i całkowicie kontrolowało dziennikarzy oraz wysyłane przez nich informacje. Było to możliwe dzięki małej dostępności do obu miejsc wydarzeń oraz słabo jeszcze rozwiniętej technologii przekazu satelitarnego, co

skazywało dziennikarzy na korzystanie z wojskowych środków łączności i transportu, czyniąc ich całkowicie zależnymi od armii.

- Kolejny etap to wojna w Zatoce Perskiej („Pustynna Burza”, 1991), gdzie technika satelitarna (przenośne anteny satelitarne i telefony) dała możliwość przekazu bezpośrednio z oddalonego miejsca działań. (CNN) w wojnie w Zatoce zastępowała tradycyjne kanały komunikacji między rządami, nazywano ją „dyplomatycznym sejsmografem”.
- Przełom najnowszy to wykorzystanie Internetu w wojnie w Kosowie w 1999 r. Internet stał się zarówno metodą rozpowszechniania cenzurowanych audycji i programów, jak i dopuścił do głosu anonimowych świadków wydarzeń. Dzięki kamerom wideo i camcorderom autorami wielu przekazów emitowanych później w światowych sieciach telewizyjnych stali się anonimowi uczestnicy wydarzeń¹.

Współczesne konflikty zbrojne wskazują, że ich skuteczne prowadzenie związane jest nie tylko z przygotowaniem strategii i taktyki wojennej, ale także z komunikowaniem. B. McNair na określenie działań wobec środków masowego przekazu podejmowanych przez armie używa terminu „wojskowe (militarne) public relations”². Zastosowanie tu tego terminu jest jak najbardziej uzasadnione, gdyż oddaje złożoność podejmowanych działań, oznacza także nawiązywanie i podtrzymywanie pozytywnych relacji z otoczeniem. W przypadku działań wojennych to typowe dla teorii PR określenie „pozytywnych relacji z otoczeniem” może w wielu przypadkach okazać się propagandowym nadużyciem.

Przełomowym momentem dla zaangażowania firm public relations w działania wojenne stała się wojna w Zatoce Perskiej w 1991 r. Po irackiej inwazji rząd kuwejcki założył w Stanach Zjednoczonych własną organizację na rzecz praw człowieka „Obywatele na rzecz wolnego Kuwejtu”, opłacaną przez rząd. Strategię dla tej pozarządowej w teorii organizacji przygotowała brytyjska firma public relations Hill & Knowlton.

W praktyce dziennikarskiej wojny nazywane są „krytycznymi” lub „gorącymi momentami”. Określenia te odwołują się do takich sytuacji, w których następuje kulminacja konfliktów politycznych lub zbrojnych i których natężenie przyciąga uwagę środków masowego przekazu,

¹ B. McNair, An Introduction to Political Communication. London 1995, s. 168, 170.

² Tamże, s. 168.

Rok	Zleceniodawca	Forma działalności	Agencja PR (wykonawca)
1967	Rząd Republiki Biafry	Kampania PR skierowana do liderów opinii w USA na rzecz wspierania niezależności Biafry	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1968	Rząd nigeryjski w Lagos	Poprawa własnej pozycji wobec secesjonistów z Biafry w prasie europejskiej	Galitzine & Partners (Wielka Brytania)
1985	Rebelianci UNITA w Angoli pod przywództwem Jonasa Savimbi	Poprawa wizerunku UNITA w prasie amerykańskiej	Black & Manafort (USA)
1986	Marksistowski rząd w Angoli	Poprawa wizerunku marksistowskiego rządu w Angoli w prasie Stanów Zjednoczonych	Grey & Co. (USA)
1990	Rząd w Kuwejcie	Kampania PR przeciwko Irakowi, kształtowanie negatywnego wizerunku Iraku w prasie	Hill & Knowlton (Wielka Brytania)
1991 i 1992	Rząd Chorwacji	Kampania PR skierowana do amerykańskich polityków, członków rządu i urzędników ONZ, doradzanie mediom, organizacja podróży polityków, wspieranie chorwackich celów wojennych	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1991	Władze lokalne w Kosowie	Proalbańska kampania PR w międzynarodowych mediach	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1992	Rząd w Bośni i Hercegowinie	Kontakty z mediami, powołanie „Bosnia Crisis Communication Center”, organizowanie konferencji prasowych, umieszczanie artykułów w „New York Times”	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1993	Rząd Chorwacji	Działanie na rzecz chorwackiej polityki wojennej wobec mediów amerykańskich, polityków i naukowców	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)

Działalność agencji PR w czasie wojen w latach 1967-1993

a przez to opinii publicznej. „Gorące momenty” sprzyjają katalizowaniu opinii i skłaniają dziennikarzy do większego niż zwykle zaangażowania, a co za tym idzie, ryzyka. „Gorące momenty” mogą nabierać znaczenia także przy biernej, odtwórczej postawie dziennikarzy, w tym przypadku jednak, gdy techniczne możliwości przekazu pozwalają na bezpośrednie uczestnictwo obywateli w niespodziewanych, tragicznych wydarzeniach. Takie znaczenie dla dziennikarstwa miało zabójstwo prezydenta USA J.F. Kennedy’ego, a następnie zamachowca Oswald, które po raz pierwszy widzowie mogli zobaczyć na ekranie w czasie rzeczywistym, był to jeden z pierwszych przykładów „reality TV” w Stanach Zjednoczonych. Podobne znaczenie dla powstania i rozwoju dziennikarstwa śledczego, w którym rola dziennikarzy wychodziła poza zwyczajowe granice, miała afera Watergate. Wydarzeniem krytycznym dla relacjonowania konfliktów wojennych była wojna wietnamska. Wielokrotnie powtarza się przy tym slogan, że ze względu na liczne przekazy telewizyjne wojna ta „weszła do living roomów Amerykanów”, i to właśnie tam została przegrana. Na opinii tej opiera się tzw. syndrom wietnamski, który prowadzi do przekonania, że mimo postępów armii amerykańskiej wojna została przegrana z powodu niekontrolowanych przekazów mediów. „Syndrom wietnamski” wyjaśnia także, w jaki sposób niezwykła armia amerykańska mogła ulec złe uzbrojonej i nie mającej moralnej wyższości armii Vietcong: winne były media. P.M. Taylor zwraca uwagę na pokrewieństwo „syndromu wietnamskiego” z niemiecką ideą „ciosu w plecy”, tłumacząc klęskę Niemiec w pierwszej wojnie światowej³. Te wyjaśnienia klęsk wojennych przerzucały odpowiedzialność za nie poza kręgi wojskowe. W rzeczywistości jednak wiele badań przeprowadzonych nad sposobem relacjonowania konfliktu zbrojnego w Wietnamie i wpływu relacji na publiczność amerykańską oraz zmianami jej poparcia dla działań wojennych wskazuje, że „syndrom wietnamski” jest wizją bardzo upraszczającą rolę mediów w tym konflikcie i przypisującą im zbyt duże znaczenie.

Zgodnie z koncepcją „krytycznych momentów” także wojnę w Zatoce można postrzegać jako wydarzenie krytyczne dla praktyki dziennikarskiej. Dzięki zaangażowaniu CNN w relacjonowaniu tej wojny zyskała ona miano najważniejszej informacji medialnej w ciągu minionych dekad⁴.

³ P.M. Taylor, *Global Communications, International Affairs and the Media Since 1945*. Routledge, London & New York 1997, s. 109.

⁴ B. Zelizer, *CNN the Gulf War, and Journalistic Practice*. „Journal of Communication” 42 (1) Winter 1992, s. 66.

We wszystkich wymienionych działaniach wojennych strony konfliktu starały się przejąć kontrolę nad mediami. W tych rozważaniach skupię się na konfliktach, które miały miejsce po 1945 r., gdyż są one bardziej reprezentatywne dla współczesnego sposobu wykorzystania mediów w relacjach z miejsc konfliktów zbrojnych. Należy jeszcze zwrócić uwagę, że na skutek działania mediów mamy w przypadku konfliktów zbrojnych do czynienia z dwoma wojnami: wojną rzeczywistą i tą, która dzieje się w mediach. Sposób przedstawienia wojny w środkach masowego przekazu może mieć niewiele wspólnego z rozwojem wypadków widzianym oczami bezpośrednich uczestników. „Wojny medialne” powodują jednak, pojawiając się na ekranach naszych telewizorów, że stajemy się ich mimowolnymi obserwatorami, stają się one „naszymi wojnami”.

Wojna w Wietnamie była przełomowa pod trzema względami: pod względem technologicznym, gdyż po raz pierwszy telewizja miała tak potężny wpływ na formowanie się opinii publicznej, pod względem polityczno-generacyjnym, gdyż pojawiła się grupa dziennikarzy, która krytycznie oceniała rząd amerykański, i po trzecie pod względem dostępu dziennikarzy do działań na froncie. Takiego dostępu do teatru wojny dziennikarze wcześniej nie mieli. Wietnam wywarł także olbrzymi wpływ na fotografię dziennikarską. Znaczenie dla społeczeństwa amerykańskiego miały nie tylko zdjęcia przedstawiające spalone wietnamskie wioski i dzieci poparzone napalmem, ale także zdjęcia worków z ciałami amerykańskich chłopców, którzy zginęli w czasie walk. Worki ze zwłokami stały się symbolem tego, czego amerykańska armia za wszelką cenę nie chciała pokazywać w następnych konfliktach zbrojnych, w których brała udział, zwłaszcza w czasie wojny w Zatoce Perskiej.

Wojna w Wietnamie postawiła przed dziennikarzami także ważne pytanie, jak pokazywać obóz wroga? Problem ten jest ważny w przypadku lokalnych, ograniczonych do dwóch państw działań wojennych (pojawia się w konflikcie w Kosowie, w którym dziennikarze musieli odejść od czarno-białego przedstawiania jego uczestników). Pytanie to postawione w Wietnamie powróciło wraz z postacią dziennikarza CNN P. Arnetta w czasie wojny w Zatoce Perskiej.

Po raz pierwszy w Wietnamie dziennikarze amerykańscy nadali wrogowi konkretne, ludzkie oblicze, co spowodowało m.in. zmianę w nastawieniu opinii publicznej⁵. W 1967 r. administracja Johnsona

⁵ J.P. Marthoz, *Et maintenant, le monde en bref. Politique étrangère, journalisme global et libertés*. Bruxelles 1999, s. 262, 265.

stworzyła „Wietnamską Grupę Informacyjną”, której głównym celem było dostarczanie mediom pozytywnych informacji z frontu. Jednakże klęska militarnej ostatecznie towarzyszyła klęska w komunikacji politycznej: w programach informacyjnych o największej oglądalności udostępniono zdjęcia ukazujące brutalność tej wojny. Media amerykańskie nie podważały jednak jej celowości: ich niekontrolowane i sprzeczne z interesami rządu działanie polegało na pokazaniu okropności wojny, w których uczestniczyli amerykańscy chłopcy⁶. „Pierwsza wojna medialna” rozegrała się więc na oczach Amerykanów, ale badania wskazują, że dziennikarze nie kwestionowali jej celów. Jeszcze w 1968 r. ponad połowa Amerykanów popierała udział USA w tym konflikcie. Rola mediów polegała na tym, że pokazały one także przeciwników wojny, ich argumenty wsparły zdjęciami z walk. W ten sposób niewielka grupa przeciwników uzyskuje możliwość zwrócenia się ze swoimi hasłami do społeczeństwa amerykańskiego. Przyjęło się uważać, że momentem przełomowym, zarówno w sposobie pokazywania ofensywy wojskowej, jak i w nastawieniu Amerykanów do wojny w Wietnamie, była ofensywa Tet w 1968 r. Akcja ta została przez media pokazana jako klęska. Ważnym wydarzeniem w tym czasie była wypowiedź znanego i szanowanego w Stanach Zjednoczonych dziennikarza telewizyjnego W. Cronkite’a, który złamał reguły dziennikarstwa telewizyjnego i pozwolił sobie na prywatny komentarz, w którym przedstawił swoje argumenty przeciwko wojnie. Jego słowa zostały odebrane jako symbol narastającego w społeczeństwie sprzeciwu wobec wojny. Po 1968 r. media przestały już bezkrytycznie przyjmować informacje z Waszyngtonu i Sajgonu, zaczęły je samodzielnie weryfikować i interpretować. Na tym polegał rzeczywisty przełom 1968 r. w relacjonowaniu wydarzeń wojennych.

Doświadczenia amerykańskie w wojnie w Wietnamie zostały m.in. wykorzystane przez Brytyjczyków w czasie planowania obsługi prasowej konfliktu na Falklandach. Brytyjczycy mieli jednak przewagę w planowaniu strategii informacyjnej, gdyż w 1982 r. ze względu na odległość i brak łączności satelitarnej mogli kontrolować przekazy dotyczące Falklandów. Jednocześnie rząd brytyjski ociągał się z zaproszeniem dziennikarzy – korespondentów wojennych. Jednym słowem, w przypadku wojny na Falklandach to armia brytyjska miała pełną kontrolę nad przekazami dzięki starannemu doborowi korespondentów wojennych, wyłączności wojska w transporcie ludzi na Falklan-

⁶ B. McNair, op. cit., s. 170.

dy oraz ze względu na długi czas potrzebny do przekazywania gotowych już materiałów dziennikarskich. Ten długi czas oczekiwania na materiały filmowe spowodował, że w niektórych przypadkach BBC zdecydowała się na wyemitowanie materiałów argentyńskich, co spowodowało jej oskarżenie o stronniczość w tej wojnie⁷.

Ciekawym przyczynkiem do analizy postępowania wojska z dziennikarzami jest wojna w Zatoce Perskiej. Ze względu na położenie geograficzne oraz wyposażenie telewizji w technologię satelitarną nie można było w tym przypadku korzystać z efektu odległości i odcięcia od technicznych środków przekazu, jak na Falklandach lub w przypadku Grenady. Siły USA przygotowały się do kontaktów z dziennikarzami. Powołano 150 oficerów do spraw public affairs, których głównym zadaniem był nie tylko przekaz informacji, ale także trzymanie dziennikarzy z daleka od miejsc walk. Na froncie zorganizowano dziennikarzy w zespoły „Media reporting teams”, które brały udział w ćwiczeniach i później w działaniach wojennych, ale pod kuratelą oficerów. Niewielu dziennikarzy wylamało się z tej formuły. W Dhahranie powstało Zespólone Biuro Informacyjne (Joint Information Bureau) celem zaopatrywania dziennikarzy w materiały. Pokazywały one ataki lotnicze USA i ich sukcesy, pomijając pomyłkowe bombardowania, np. celów cywilnych⁸.

Rzeczywistym bohaterem wojny w Zatoce i akcji „Pustynna Burza” stała się telewizja CNN-Cable News Network. CNN pokazała politykom obu stron, jaką siłę stanowi telewizja satelitarna i przekazywanie wiadomości w czasie rzeczywistym (real time reporting). W czasie trwania wojny w Zatoce Perskiej CNN docierała do około 100 mln widzów w 103 krajach.

CNN zapewniła sobie przewagę w transmitowaniu wojny w Zatoce dzięki wynajęciu dodatkowego systemu łączy telefonicznych, za który płaciła władzom w Bagdadzie 15 tys. dolarów tygodniowo. System ten był niezależny od dostaw energii, a wynajęto go w listopadzie 1990 r., trzy miesiące przed rozpoczęciem ataków na Bagdad. To posunięcie dało CNN przewagę m.in. nad ABC, która po rozpoczęciu nalotów natychmiast straciła łączność z centralą w Stanach Zjednoczonych⁹. W wojnie tej ważna dla obu stron była obecność korespondentów zagranicznych. Pojawili się oni w Iraku, zanim zaczęły się działania

⁷ Tamże, s. 174.

⁸ Tamże, s. 181.

⁹ P.M. Taylor, *War and the Media. Propaganda and Persuasion in the Gulf War*. Manchester University Press. Manchester & New York, 1992, s. 91.

wojenne. Ich relacje, a zwłaszcza P. Arnetta z CNN, nie zawsze były zgodne z celami polityki informacyjnej USA. Większość zagranicznych korespondentów, z wyjątkiem P. Arnetta i dziennikarza „El Mondo” A. Rojo, została wydalona z Iraku. W Bagdadzie pozostali jedynie przedstawiciele organizacji humanitarnych¹⁰. Saddam Husajn zgodził się na ich obecność, gdyż zamierzał wykorzystać dziennikarzy do swej akcji propagandowej, by móc manipulować opinią publiczną. Ale i tu Husajn poniósł klęskę — tylko raz Arnett pokazał schron zbombardowany jako obiekt wojskowy¹¹. Taktyka Husajna opierała się na dążeniu do wykorzystania „syndromu wietnamskiego”, a więc pokazania w telewizji irackich strat wśród ludności cywilnej i dzięki temu zyskaniu przychylności opinii światowej. Obrazy takie miały przyczynić się do spadku poparcia Amerykanów dla wojny. Irakijczycy wielokrotnie szykanowali dziennikarzy, gdyż byli przekonani, że ci ostatni poprzez używanie telefonów satelitarnych i przenośnych anten satelitarnych naprowadzali samoloty amerykańskie na ich cele. Przykładem tych szykan było wydalenie korespondentów z Iraku w połowie stycznia 1991 r. Większość z nich udała się do Arabii Saudyjskiej, gdzie w czasie trwania wojny stacjonowało ponad 1000 korespondentów zagranicznych¹². Na ich powrót zezwolono pod koniec stycznia, przesyłane zaś informacje musiały być cenzurowane przez urzędnika irackiego. W lutym, gdy zbombardowany został schron z ludnością cywilną, Irakijczycy po raz pierwszy zapewnili korespondentom możliwość dojazdu do miejsca zdarzenia i nieocenzurowanego przesłania informacji. Było to związane z oczekiwaniem następstw mających wynikać z pokazania zdjęć zmasakrowanych ofiar w telewizjach USA i Europy Zachodniej. Większości z nich nie pokazano, gdyż były zbyt drastyczne. Jednak Stany Zjednoczone były skłonne do wycofania korespondentów z terenów objętych walkami, a zwłaszcza z Bagdadu, gdzie nie miały na nich wpływu.

Przypadek wojny w Zatoce Perskiej dla dziennikarzy wiązał się z pytaniem, jak relacjonować wydarzenia w sposób wyważony i prawdziwy, ale bez ujawniania tajemnic wojskowych. Jednocześnie technika satelitarna została zaprezentowana milionom odbiorców, którzy widzieli na ekranach, jak przekazuje się informacje z wrogiego przecież kraju. Ataki SCUD-ów widzowie zarówno w USA, jak i w Iraku oglądali w czasie rzeczywistym. Wojna dla mediów jest jednak także

¹⁰ B. McNair, *op. cit.*, s. 181, 184.

¹¹ J.-P. Marthoz, *Et maintenant, le monde en bref...*, s. 278.

¹² P.M. Taylor, *War and the Media...*, s. 92, 98.

dobrym interesem: w momencie gdy się zaczęła, znacznie wzrosły nakłady amerykańskich czasopism. Nowa generacja dziennikarzy musiała nauczyć się relacjonowania wydarzeń wojennych. Ujawniły się przy tym m.in. braki w przygotowaniu merytorycznym, w tym w wiedzy historycznej. Wielu z nich zyskało sobie miano „yuppies na pustyni” („yuppies in the desert”), zasłynęli m.in. pytaniami do amerykańskich żołnierzy typu: „Jak się czujesz?”, „Co możesz powiedzieć?” („How do you feel, What do you know?”).

Dyskusja wokół relacjonowania wojny w Zatoce Perskiej skoncentrowała się na CNN ze względu na wykorzystanie przez tę telewizję najnowszych technik zbierania informacji i technologii satelitarnej. CNN nie tylko przekazywała program drogą satelitarną, ale jej reporterzy na linii frontu korzystali z przenośnych anten satelitarnych, nazywanych „latającymi”. Reporter CNN Peter Arnett stał się zaś przyczyną wielu kontrowersji. Przez jednych ceniony za obiektywizm, przez innych zaś był oskarżany o proiracką propagandę. Oskarżenia te dotyczyły relacji ze zbombardowanej fabryki mleka w proszku, gdzie zawiczył go Irakijczyk. Arnett nadał bowiem relację, która była sprzeczna z oficjalną wersją amerykańską, zgodnie z którą w fabryce tej nie produkowano odżywek dla dzieci, ale broń biologiczną. Arnetta dosięgły nawet oskarżenia ze strony prawników, którzy sugerowali wprowadzenie cenzury. P. Arnett zapisał się jednak w pamięci widzów i polityków jako „pierwszy korespondent wojenny globalnej wioski” lub mniej poprawnie „korespondent idź-do-diabła” („Go-to-hell correspondent”)¹³.

Telewizja odegrała w konflikcie w Zatoce Perskiej rolę tworzenia politycznego porządku dnia na świecie, a więc ustalania listy tematów poruszanych przez dziennikarzy i polityków dzięki temu, że pojawiły się one w informacjach dzienników CNN. Media pełniły funkcję agenda setting także w czasie konfliktu w Somalii. Na podstawie analizy zależności między relacjami medialnymi z wojen a działaniami polityki zagranicznej można stwierdzić, że najbardziej niekorzystne dla polityków jest założenie, że amerykańska polityka zagraniczna jest zbiorem działań podjętych jako reakcja na nagłówki gazet. Z badań nad wpływem telewizji na politykę zagraniczną wynika jednak, że uwagę polityków przyciągają te wydarzenia, które są relacjonowane przez telewizję, a nie te, które mają tragiczny przebieg. Z tego powodu najbardziej uderzający jest brak przekazów dotyczących klęsk, takich jak powtarzające się klęski głodu w Afryce.

¹³ B. Zelizer, op. cit., s. 70.

Działalność CNN daje możliwość prześledzenia ról, jakie media odgrywają w czasie konfliktów zbrojnych, są one akceleratorami procesu podejmowania decyzji politycznych lub przeszkodą w osiągnięciu założonych celów politycznych¹⁴.

Konflikt w Zatoce Perskiej udowodnił, że na skutek natychmiastowego przekazu medialnego na żywo decyzje polityczne są podejmowane w dużym pośpiechu. Wiele informacji pochodzi z wiadomości telewizyjnych, ich źródłem nie jest już wywiad, który w wielu przypadkach korzysta ze źródeł telewizyjnych, szybszych w zdobywaniu i przekazywaniu informacji. Natychmiastowy przekaz telewizyjny powoduje, że politycy nie mają czasu na dłuższe zastanawianie się nad rozwiązaniem sytuacji, zanim dowie się o niej publiczność. Funkcja przyspieszenia podjęcia decyzji politycznych opiera się więc na założeniu, że obywatele – publiczność mediów, dowiadują się o ważnych wydarzeniach w tym samym momencie co politycy. Ten mechanizm sprzyja powstawaniu dyplomacji telewizyjnej. CNN w czasie wojny w Zatoce Perskiej przyspieszyła i zupełnie zmieniła dzienny harmonogram zbierania i przekazywania informacji, doprowadziła m.in. do wyścigu wiadomości. Główni aktorzy oświadczeń telewizyjnych: G. Bush i S. Husajn komunikowali się wielokrotnie za pomocą CNN, a jednocześnie dbali o to, aby to właśnie ich oświadczenia ukazały się jako ostatnie danego dnia i dzięki temu mocniej utrwaliły się w świadomości odbiorców. Podobną rolę odegrało Radio Moskwa w 1962 r. w czasie kryzysu w Zatoce Świń. J.F. Kennedy i N. Chruszczow komunikowali się za pośrednictwem oficjalnych oświadczeń radiowych, gdyż przekaz informacji drogą dyplomatyczną zabierał wraz z tłumaczeniem 6-8 godzin.

Środki masowego przekazu mogą także być przeszkodą w komunikowaniu międzynarodowym w sytuacjach konfliktów zbrojnych. Pierwszy taki przypadek dotyczy sytuacji, gdy przekaz wywołuje emocje i przyczynia się przez to do zmiany nastawienia obywateli wobec wojny. Obraz martwego amerykańskiego żołnierza wleczonego po drodze w Somalii przywołał sceny z wojny w Wietnamie. Wyniki badań opinii publicznej dowiodły, że ponad połowa respondentów nie akceptowała postępowania prezydenta B. Clintona wobec interwencji w Somalii. W takich sytuacjach politycy obawiają się niecenzurowanego przekazu informacji z miejsc konfliktów i dlatego starają się

¹⁴ S. Livingston, Clarifying the CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention Research paper R-18, Harvard College, June 1997, s. 2.

kontrolować dziennikarzy np. przez akredytację korespondentów zagranicznych i odmowę wiz. Drugi przypadek dotyczy sytuacji, gdy globalny przekaz medialny zagraża bezpieczeństwu akcji militarnej lub zachowaniu tajemnicy. Klasyczną przeszkodą media są wtedy, gdy ujawniają informacje o działaniach tajnych. Dzisiaj jednak ze względu na uwarunkowania techniczne utajenie działań wojennych jest praktycznie niemożliwe.

S. Livingstone, analizując wpływ CNN na politykę międzynarodową, zestawiał tabelę zależności między rodzajami konfliktu, postawą państwa wobec mediów i zachowaniami mediów. Największe zainteresowanie mediów według tej klasyfikacji wywołują klasyczne wojny, w takich też sytuacjach media najczęściej pełnią funkcję akceleratora i przeszkody. Sytuacja druga, nazwana przez autora „strategicznym odstraszeniem” (strategic deterrence, np. zimna wojna), charakteryzuje się perswazją skierowaną do przeciwnika: przeciwnikowi komunikuje się, że użyje się siły po to, aby on jej nie użył. Obraz długo trwających konfliktów w przekazach medialnych jest skrajnie zrutynizowany, opiera się na relacjach stałych korespondentów. Efekt działania mediów w tym przypadku jest słaby. Następny typ to odstraszanie taktyczne (tactical deterrence): nagła odpowiedź na zamierzenia taktyczne, to właśnie jej nagłość przyciąga uwagę mediów. Rola środków przekazu w takich sytuacjach może być kluczowa, zwłaszcza gdy niewiele jest czasu do podjęcia decyzji. Mogą one więc pełnić funkcję wzmocnienia, wsparcia stosowanych w konflikcie środków. Następna grupa obejmuje akcje specjalne i konflikty o słabym natężeniu: konflikty przy udziale małych wyspecjalizowanych grup do walki, np. akcje antyterrorystyczne. Akcje te często utrzymywane są w tajemnicy, więc nie wiążą się z działaniem mediów, ujawnienie ich przebiegu oznacza bowiem klęskę. Osobną kategorię stanowią wszystkie przypadki rokowań pokojowych. Charakteryzują się one początkowo dużym zainteresowaniem mediów, które może stanowić przeszkodę w negocjacjach, zwłaszcza gdy media pokażą ofiary konfliktu w momencie, gdy zaprzestano działań wojennych. Także wojskowym misjom pokojowym towarzyszy zanikające stopniowo zainteresowanie mediów, zwłaszcza gdy nie dochodzi do ważnych wydarzeń lub zaostrzenia konfliktów. Humanitarne interwencje wojska początkowo budzą duże zainteresowanie mediów, o ile jednak dziennikarzom daje się możliwość dotarcia do obszarów operacji¹⁵. Pracownicy Międzynarodowego Czerwonego Krzyża, organizacji, która zwykle pierwsza dociera do

¹⁵ Tamże, s. 12.

WOJNA W JUGOSŁAWII

ofiary klęsk żywiołowych i klęsk głodu, od dawna zdają sobie sprawę z konieczności i celowości współpracy ze środkami masowego przekazu. Nie wszyscy dziennikarze według MCK nastawiają się na szybką sprzedaż zdobytych materiałów (taki typ dziennikarstwa w miejscach klęsk uprawiają tzw. informacyjne hieny) i współpraca często jest konieczna. Organizacje typu Czerwony Krzyż są traktowane przez dziennikarzy jako źródło informacji, szczególnie w tych sytuacjach, gdy na miejscu nie ma zagranicznych korespondentów. MCK nie zawsze jest jednak w stanie przyciągnąć uwagę mediów. Zdaniem pracowników tej organizacji dziennikarze najbardziej opiniotwórczych środków przekazu nie są w stanie równolegle relacjonować więcej niż dwóch ważnych globalnie kryzysów, tymczasem MCK jednocześnie zajmuje się czasem 30-40 sytuacjami kryzysowymi na całym świecie. Niektóre cele środków przekazu nie są jednak zbieżne z celami organizacji niosących pomoc. MCK widzi m.in. potrzebę, aby media podjęły temat niezdolności społeczności międzynarodowej do radzenia sobie z wielkimi katastrofami humanitarnymi. Jednocześnie przedstawiciele wszystkich organizacji niosących pomoc stwierdzają, że ich funkcjonowanie nie byłoby możliwe bez pomocy mediów¹⁶.

3 maja 1996 r. Komitet Ministrów Rady Europy przyjął Deklarację o Ochronie Dziennikarzy w Sytuacji Konfliktów i Napięć. Wydanie tej deklaracji było wywołane rosnącą liczbą zabójstw, uprowadzeń i ataków na dziennikarzy. Rada Europy wezwała wszystkich swoich członków do uznania prawa publiczności do pełnej informacji na temat wojen i konfliktów i jednocześnie do objęcia pracujących w takich warunkach dziennikarzy pełną ochroną zgodną z międzynarodowymi prawami człowieka. Rada zarezerwowała sobie również możliwość podjęcia akcji w przypadkach naruszenia praw dziennikarzy¹⁷.

W czasie wojny w Jugosławii umiejętność mobilizowania i wykorzystania mediów odegrała kluczową rolę wobec stron konfliktu, miała także wpływ na społeczność międzynarodową. Propagandowe kampanie dbały o wewnętrzne poparcie wojny i przyczyniły się do zaostrzenia konfliktów na tle etnicznym. Ze względu na wciąż utrzymu-

¹⁶ „Red Cross Crescent”, 1, 1996, s. 4, 7.

¹⁷ Council of Europe, Committee of Ministers. Declaration on the Protection of Journalists in Situation of Conflict and Tension, 3rd May 1996, www.coe.fr/cm/ta/decl/1996/96dec2.html.

jące się napięcie na Bałkanach opinia publiczna zadaje sobie pytanie, jaka była w rzeczywistości rola środków przekazu w tym konflikcie. Należy przede wszystkim wprowadzić rozróżnienie, podobnie jak we wszystkich tego typu przypadkach, na rolę wewnętrzną środków przekazu i na ich wpływ na społeczność międzynarodową. W Wielkiej Brytanii ugruntowało się przekonanie, że wiadomości podawane w telewizji miały olbrzymi wpływ na przebieg wojny w Bośni. Media pokazywały jednak przede wszystkim ofiary i cierpienie, a nie działania wojenne¹⁸. Dziennikarze relacjonujący wydarzenia w czasie wojny na Bałkanach, także korespondenci z Polski, zwracali uwagę, że dziennikarstwo w Jugosławii było nie tylko ofiarą wojny, ale i jednym z jej sprawców. T. Mazowiecki w swych raportach podkreślał, że niektóre gazety i rozgłośnie można uznać za bezpośrednio współwinnie zbrodni w tej wojnie¹⁹.

Media jawnie propagowały w Jugosławii ideologię nacjonalistyczną. Po śmierci J. Bros-Tito następowały procesy dezintegracji i odrzucenia silnych ruchów nacjonalistycznych, które znajdowały wsparcie w ostrej i nacjonalistycznej publicystyce prasowej. Z obserwacji zachowania środków przekazu reprezentujących wszystkie strony konfliktu wynika, że media i dziennikarze stali się aktywnymi uczestnikami konfliktu na Bałkanach. W relacjonowaniu działań wojennych pojawiają się więc liczne pytania dotyczące praktyki dziennikarskiej. Dziennikarze w przypadku relacjonowania wojny w Jugosławii byli jednostronni, co według obserwatorów wynikało z „psychologii stada dziennikarskiego”. W tej sytuacji odrzucona została podstawowa zasada bezstronności, dokonano nadinterpretacji pojedynczych faktów. Nie jest to praktyka typowa tylko dla wojny na Bałkanach, gdyż już w czasie pierwszej wojny światowej fotoreporterzy pozorowali zdjęcia śmiertelnie rannych żołnierzy w okopach²⁰.

Cechą charakterystyczną relacji z wojny na Bałkanach była ostra cenzura prowadzona przez wszystkie jej strony, represje wobec dziennikarzy, sprowadzające się do nieudostępniania miejsc wydarzeń i źró-

del informacji, a z drugiej strony silny rozwój alternatywnych źródeł informacji: liczna obecność dziennikarzy – wolnych strzelców, którzy często z narażeniem życia i dla celów komercyjnych przygotowywali materiały filmowe, oraz pojawienie się dzięki Internetowi i nowoczesnym technikom kręcenia i montażu filmów wideo amatorskich źródeł informacji. Internet w wojnie na Bałkanach stał się miejscem konfrontacji propagandowej stron konfliktu, a jednocześnie dał możliwość ujawnienia poglądów opozycji i zwykłych ludzi, często ofiar działań wojennych.

K. Gebert kojarzy początek kampanii nienawiści w mediach byłej Jugosławii z wystąpieniami S. Miłoszewicia. W czasie wojny na Bałkanach problemem stała się cenzura, jaką stosował przywódca Serbów. Typowym środkiem zastosowanym przez Jugosławię było wydalenie stamtąd wszystkich dziennikarzy zachodnich, stało się to w czasie nalotów na Belgrad w 1999 r. Wydalanie zagranicznych dziennikarzy z krajów objętych konfliktem jest niezgodne z dokumentem Rady Ministrów Rady Europy z 1996 r., który wyraźnie mówi, że dziennikarzom w sytuacji konfliktu zbrojnego nie wolno odmawiać akredytacji. Natomiast Serbia w czasie nalotów na Belgrad w 1999 r. ogłosiła również blokadę informacji. Wiadomości pochodzące zaś z państwowej agencji Tanjug były traktowane przez świat podejrzliwie. W pierwszych dniach nalotów źródłem informacji były więc kontakty telefoniczne, internetowe i publikacje oficjalnych środków przekazu Miłoszewicia. Opozycja została odcięta od świata: w stolicy Kosowa Prisztinie zostały wyłączone telefony, zamknięto największy w prowincji dziennik „Koha Ditore”, następnie zamknięto belgradzkie radio B-92. Po dwóch dniach nalotów ministerstwo informacji Jugosławii zezwoliło na powrót korespondentów²¹. Liczono przede wszystkim na oddziaływanie ich przekazów, pokazujących ofiary cywilne bombardowań, na opinię publiczną w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej. Metody stosowane w czasie konfliktu na Bałkanach wobec opozycyjnych dziennikarzy były bardziej brutalne. Polowały na nich oddziały bośniackich Serbów, także Bośniacy traktowali ich jak swych wrogów.

W czasie nalotów NATO na Belgrad w 1999 r. w telewizji RTS z Belgradu wyemitowano teledyski, których tłem dźwiękowym był „Kalasznikow” Gorana Bregovica: „*Na ekranie żołnierze jugosłowiańscy ćwiczą na poligonie. Są młodzi, silni i uśmiechnięci. Nagle obraz znika. Widać zakłócenia. Po chwili wraca, ale jest czarno-biały.*”

¹⁸ A. Preston, Television News and the Bosnian Conflict. Distance, Proximity, Impact. [w:] Bosnia by Television, Ed. By James Gow, Richard Paterson, Alison Preston, British Film Institute, BFI London 1996, s. 89.

¹⁹ K. Gebert, Między swobodą a mordem. Rola mediów w konflikcie jugosłowiańskim. [w:] Wolne media dla Europy. Międzynarodowa konferencja pod auspicjami Sekretarza Generalnego Rady Europy Daniela Tarschysa. 7-10 XII 1994, Kraków, s. 83, 84.

²⁰ J. Burnes, The Media as Impartial Observers or Protagonists. Conflict Reporting or Conflict Encouragement in Former Yugoslavia. [w:] Bosnia by Television..., s. 56.

²¹ M. Wojciechowski, NATO jak III Rzesza. „Gazeta Wyborcza”, 23 IV 1999.

Pojawiają się migawki z wojny w Zatoce z nalożoną przez realizatora pomarańczową tarczą z napisem „target”, czyli cel. W następnym ujęciu amerykańscy marines lądują w Somalii. Brutalnie tłumią zamieszki miejscowej ludności. Napis „target” pulsuje. Klip kończy się białym krzyżem NATO na błękitnym tle, z serbskim napisem „NATO agresor!”

„Komputerowo animowana eskadra myśliwców NATO, która leci w kluczu, powoli przekształca się w gigantyczną swastykę. Na dole apel: „NATO stop bombings!”

W wojnie na Bałkanach bardzo istotne znaczenie miała także integrująca i mobilizująca funkcja telewizji. Ujawniła się ona ponownie w 1999 r. w czasie konfliktu między Serbami i Albańczykami z Kosowa. Z 11 kanałów telewizyjnych, do których dostęp mieli mieszkańcy Belgradu przed wojną w 1999 r., pozostały trzy programy RTS, kontrolowane całkowicie przez S. Miloszevicia. NATO atakowało także maszty przekaźnikowe w symbolicznej akcji wojny przeciwko serbskiej propagandzie. Mieszkańcy Belgradu w tym czasie zjednoczyli się wokół S. Miloszevicia, a wyrazem ich woli przetrwania stały się codzienne koncerty w Belgradzie, przyciągające tysiące ludzi.

Wojna w Kosowie często była nazywana „wojną internetową”, bo tak jak telewizja w przypadku wojny w Wietnamie, tak i tu Internet odegrał istotną rolę. O działaniach Serbów można było przeczytać na oficjalnych stronach rządowych oraz na stronach WWW prowadzonych przez Albańczyków. Dobór i ocena przedstawianych faktów były w obu przypadkach skrajnie odmienne²². Strony informujące o kryzysie w Kosowie prowadziło również NATO oraz m.in. amerykańskie i brytyjskie departamenty obrony. Serwer NATO stał się także celem ataku ze strony Serbów: został zbombardowany przez 2 tys. informacji z wirusami, co spowodowało jego wyłączenie na cały dzień.

Nowość Internetu jako źródła relacji o wojnie polega na tym, że rządy nie mogą go tak łatwo kontrolować jak radio i telewizję. Relacje naocznych świadków w tym medium pojawiają się najszybciej, co oznacza potężną możliwość manipulacji. Internet zyskał w tym konflikcie na znaczeniu, gdy władze Jugosławii zaczęły utrudniać pracę dziennikarzom, zwłaszcza z państw członków NATO. Stacja radiowo-telewizyjna z Prisztiny, która nie mogła nadawać w czasie konfliktu (RTPSAT), przeniosła swój program do Internetu, podobnie uczy-

²² P. Kościelniak, Propagandowa wojna w sieci. „Rzeczpospolita”, 13 IV 1999.

niła redakcja Radio 21 i belgradzka stacja B-92. Swoją stronę miało serbskie Ministerstwo Informacji oraz serbski MSZ. Na stronie <http://www.inet.co.yu/kamera> można było obejrzeć zniszczenia spowodowane nalotami NATO²³. W Internecie zamieszczono najwięcej pisemnych raportów i gazet, m.in. „Kosowa Sot” i „Koha Ditore”. Jeden z zakonników prawosławnego klasztoru w kosowskim Visokim Decani, występujący pod pseudonimem Cybermonk, ojciec Sawa w czasie walk w Kosowie umieścił w Internecie obszerny serwis anglojęzyczny pt. „Kosovo Daily News” (www.decani.yunet.com). W czasie konfliktu w Kosowie nie było praktycznie ograniczeń korzystania z sieci.

Nowością tej wojny z punktu widzenia relacjonowania jej przez środki masowego przekazu były informacje wysyłane przez zwykłych, często anonimowych świadków wydarzeń. Zmontowane samodzielnie dzięki carmocoderom filmy docierały do publiczności globalnej. Jugosławia ze względu na czynnik terytorialny, a także czynnik kulturowy, była na tyle bliska Zachodowi, dodajmy, że przed wojną licznie odwiedzana przez zachodnioeuropejskich, zwłaszcza niemieckich turystów, że po wybuchu wojny nie tylko dziennikarze pojawili się tam ze swoim sprzętem, aby dokumentować rozwój wypadków, ale także turyści szukający wojennych przygód. Również i oni stali się źródłem niezależnych relacji.

Fragmenty listów 16-letniej Albanki Adony z Kosowa do rówieśników w USA, skierowanych pocztą elektroniczną do rozgłośni radiowej Youth Radio z Berkeley.

„Nawet nie wiesz, jakie masz szczęście, mogąc normalnie żyć. My wszyscy chcemy być wolni, żyć tak jak ty, mieć swoje prawa i nie być ciągle popychani i popychani. To nie tylko moje odczucia. Moi koledzy i koleżanki czują to samo...”

„Tak przemoc w dalszym ciągu trwa. Ostatnio wydarzyło się kilka tajemniczych morderstw. Kilka dni temu został zamordowany mężczyzna w Prisztinie. Wiele ludzi zginęło w nieznanach okolicznościach w innych miastach. Niedawno mój przyjaciel miał urodziny. Nie świętowaliśmy tego. Czuliśmy, że nie jest to w porządku w tej sytuacji. Solidaryzowaliśmy się z ofiarami”

„Na plecaku mojego kolegi można zauważyć napis: „Pokój to czas między wojnami”. Na pierwszy rzut oka brzmi to głupio, ale kiedy pomyślę głębiej, ma to logiczny sens. Naprawdę...”

²³ www.radio21.com, www.b92.net, www.serbia-info.com, www.inet.co.yu/kamera.