

# TERRORYZM W MEDIACH: SENSACJA I SPEKTAKL, ODPOWIEDZIALNOŚĆ I INFORMACJA

*o. prof. dr hab. Leon Dyczewski,  
kierownik Katedry Socjologii Kultury,  
Wydział Nauk Społecznych KUL*

Słowo terroryzm pochodzi od łacińskiego słowa „terror” i oznacza „strach”. W powszechnym użyciu pojawiło się w czasie Rewolucji Francuskiej i określało metodę rządów, które miały na celu zaprowadzić porządek i umocnić idee tej rewolucji. Metody, jakie stosowano, to zastraszanie ludności, szczególnie kontrrewolucjonistów, poprzez publiczne egzekucje i aresztowania. Był to terror państwowy, legitymowany i stosowany przez organy posiadające władzę. Stosowano go także w czasach rewolucji październikowej, faszyzmu, hitleryzmu i stalinizmu. Generalnie terroryzm stosują rządy totalitarne i dyktatorskie. Dzisiejszy terroryzm jest odwrotnością terroryzmu państwowego, zwraca się bowiem przeciwko aktualnej władzy, ale najczęściej giną ludzie nieuczestniczący we władzy. To przez ich śmierć, kalectwo i cierpienia, poprzez opinię społeczną terroryści wymuszają na władzy spełnienie swoich żądań.

Terroryzm stał się jednym z najtrudniejszych problemów dzisiejszego świata. Szczególnie po zamachach z 11 września 2001 roku politolodzy, socjologowie, psychologowie, politycy, dysponenci mass mediów i dziennikarze czekają na kolejne ataki Hezbollahu, Al-Kaidy, Hamasu oraz innych grup terrorystycznych. I o nich, w dość częstych odstępach czasu, donoszą nam media, 4 listopada 2008 roku w Bagdadzie 6 osób zginęło, a 23 zostały ranne w zamachach bombowych; 8 listopada 2008 roku co najmniej 8 osób zginęło, a 14 zostało rannych w podwójnym zamachu samobójczym na posterunek policji w środkowym Iraku; 16 listopada 2008 roku w wybuchu samochodu-pułapki w mieście Tal Afar na północy Iraku zginęło 10 osób, a 20 zostało rannych.

Media donoszą także o aktywności grup terrorystycznych i groźbie nowych ataków terrorystycznych. Na przykład 8 listopada 2008 roku prezydent Rosji Dmitrij Miedwiediew stwierdził, że Rosji wciąż zagrażają terroryści i zaapelował o czujność; 10 listopada „Sunday Telegraph” podał, że w Wielkiej Brytanii działa kilka tysięcy islamskich ekstremistów, w większości urodzonych na Wyspach, najczęściej w wieku 18–30 lat; 15 listopada 2008 roku szef amerykańskiej Centralnej Agencji Wywiadowczej (CIA) informował, że choć lider Al-Kaidy, Osama bin Laden, jest odizolowany od codziennych operacji swojej siatki terrorystycznej, to nadal stanowi on największe zagrożenie dla bezpieczeństwa Stanów Zjednoczonych. Jeśli wziąć pod uwagę takie fakty, to nie dziwnego w tym, że żyjemy w ciągłym zagrożeniu terrorystycznym, choć jest ono różnie odczuwane. Sondaż przeprowadzony w 2006 roku wśród 23,5 tys. respondentów z 41 krajów wykazał, że co piąty (21 proc.) Brytyjczyk wymienia terroryzm jako jedną z dwóch największych obaw w swoim życiu, a tylko nieliczni Polacy (1,6 proc.) wymienili ataki terrorystyczne jako największą obawę.

Media informują nas także o podejmowaniu działań przeciwko terroryzmowi i zapobieganiu nowym atakom. I tak na przykład Rada Unii Europejskiej na posiedzeniu 1–2 grudnia 2005 roku przyjęła dokument *Strategia UE w zakresie zwalczania terroryzmu*, a 19 września 2006 roku przedstawiciele 192 państw na posiedzeniu Zgromadzenia Ogólnego NZ w Nowym Jorku uchwalili rezolucję *Globalna strategia zwalczania terroryzmu wraz z Planem Działania*. Barack Obama jeszcze przed objęciem urzędu prezydenta Stanów Zjednoczonych wśród priorytetowych zadań swoich rządów wymienił zwalczanie terroryzmu i wytrzebienie Al-Kaidy raz na zawsze.

Terroryzm, ataki terrorystyczne, terroryści oraz działania obronne i niszczące – te zjawiska są częstym tematem mediów. Również dzięki mediom wiemy dzisiaj o nich wiele.

## POWIĄZANIA MEDIÓW Z TERRORYZMEM

Media informują nas o terroryzmie jako zjawisku dzisiaj bardzo groźnym. Z kolei terroryści wykorzystują media dla swojej działalności. Posiadają własne media i umiejętnie posługują się tymi niezależnymi od nich. Grupy terrorystyczne (np. Hesbollah) mają własne stacje telewizyjne,

radiowe, tytuły prasowe, ale głównym medium, przez które terroryści docierają dzisiaj do odbiorców, jest Internet. Niemal wszystkie ugrupowania terrorystyczne (muzułmańskie, arabskie, nacjonalistyczne, nazistowskie) mają własne witryny internetowe. Jest to medium o wiele tańsze od tradycyjnych środków masowego przekazu, a gwałtowny rozwój technologii elektronicznej ułatwia jego wykorzystanie.

W ciągu niespełna 15 lat Internet ewoluował od słabo działającej ciekawostki dla garstki zapaleńców do medium skupiającego wszystkie pozostałe. Filmy wysłane przez terrorystów do telewizji umieszczane są także w Internecie, skąd bez cenzury mogą być pobrane właściwie przez każdego człowieka na świecie. Tak szerokiego zasięgu oddziaływania terroryści nie mieli nigdy dotąd. Jeszcze nie tak dawno znalezienie filmu z egzekucji wykonywanych przez terrorystów było bardzo trudne. Tego rodzaju filmy umieszczone były z reguły na trudno dostępnych serwerach, skąd często były szybko zdejmowane przez ich administratorów, bo przez większość dostawców usług internetowych umieszczanie tak brutalnych obrazów jest uważane za łamanie regulaminu. Dzisiaj sytuacja jest inna. Istnieją serwisy wyspecjalizowane w ukazywaniu przemocy. Trzymane są one najprawdopodobniej na serwerach prywatnych lub firmowych przez ich właścicieli. W sytuacji, gdy ktoś prowadzi taki serwis internetowy i trzyma go na swoim prywatnym serwerze, u siebie w domu, właściwie nie ma możliwości zabronienia mu publikowania treści niezabronionych przez prawo.

Internet dla międzynarodowego terroryzmu jest doskonałym środkiem propagandy i promocji, rozprzestrzeniania strachu, rekrutowania nowych członków i planowania zamachów terrorystycznych na całym świecie. Jest to środek szybki, tani, o zasięgu globalnym i niemal nie do wykrycia. Siatki takie jak Al-Kaida, funkcjonując na zasadzie luźnych powiązań wielu osób o wielu twarzach, komunikują się poprzez pocztę elektroniczną, fora i inne programy udostępniane przez WWW. Stwierdzenie, że Internet stał się podstawowym środkiem komunikacji międzynarodowego terroryzmu, potwierdzają różne badania, między innymi Gabriela Weimanna i jego współpracowników z uniwersytetu w Haifie w Izraelu<sup>1</sup>. W globalnym cyberświecie, dostępnym o każdej porze dnia i nocy, spotykają się zwolennicy terroryzmu, wymieniają informacje i mobilizują neofitów obojga płci w różnym wieku do rozmaitych działań terrorystycznych. Internet – łącząc tekst, obraz, grafikę, dźwięk i film – jest świetną bronią terrorystów do prowadzenia wojny psychologicznej. Lista sposobów użycia przez nich Internetu jest

długa: wyszukują informacje na temat rozkładu jazdy każdego ze środków transportu publicznego czy dokładnej lokalizacji potencjalnych celów ataku (elektrownie nuklearne, porty, dworce, lotniska, domy handlowe, hotele itp.), komunikują się wzajemnie, korzystają z instrukcji i książek *online*, np. jak skonstruować bombę.

Za przykład wykorzystywania Internetu przez terrorystów może służyć fakt, że już w grudniu 2003 roku, na trzy miesiące przed atakami bombowymi w Madrycie (które pozbawiły życia 201 osób, a 1240 zostało rannych), szczegółowe informacje na ten temat dostępne były w *Global Islamic Media*, stronie internetowej prowadzonej przez Al-Kaidę. Wymieniony został tam nie tylko motyw ich działania, czyli zmuszenie oddziałów Stanów Zjednoczonych do wycofania się z Iraku, ale także potencjalny cel, czyli Hiszpania. Autor tego tekstu, członek *Media Commitee for the Victory of Iraqi People*, stwierdzał także, że nadchodzące wybory w Hiszpanii to idealny czas na działanie, i szczegółowo opisał jak zastraszyć Hiszpanię – według autora najsłabsze ogniwo łańcucha zwolenników wojny w Iraku. „To konieczne – pisał – by maksymalnie wykorzystać zbliżające się wybory w Hiszpanii w marcu przyszłego roku. Wydaje się nam, że rząd hiszpański nie jest w stanie tolerować jeszcze dwóch, maksymalnie trzech wybuchów, będzie więc musiał wycofać swoje oddziały na powszechne żądanie”<sup>2</sup>. I tak też się stało.

Internet stał się ważnym narzędziem w realizacji szeregu śmiertelnych ataków terrorystycznych, które miały miejsce w ostatnich latach. W ciągu kilku lat nastąpiła prawdziwa eksplozja w liczbie stron internetowych założonych i prowadzonych przez grupy terrorystyczne – z 12 w 1998 roku do 4800 w 2006 roku. Wzrasta też liczba grup islamskich ekstremistów używających tych stron. Kilka lat temu tylko połowa z 37 organizacji terrorystycznych, zidentyfikowanych przez Departament Stanu USA, prowadziła strony internetowe, w 2004 roku robiły to już wszystkie z nich, przy czym wiele oferowało nawet kilka portali internetowych jednocześnie.

---

1) G. Weimann, *Terror on the Internet: The New Arena, the New Challenges*, United States Institute of Peace Press, Washington 2006.

2) *Ibidem*, s. 134.

Terrorystyci wykorzystują swoje media, ale też bardzo dbają o to, by zaistnieć w mediach od nich niezależnych (publicznych, prywatnych, obywatelskich). Doskonale zdają sobie sprawę z tego, że własne media mają określony zasięg odbiorców, a oni chcą, by jak najwięcej ludzi wiedziało o nich i bało się ich. Sukces swoich akcji terrorystycznych mierzą między innymi ilością czasu, jaki poświęcają im media, przede wszystkim niezależne od nich.

Osama bin Laden, przemawiając za pośrednictwem stacji Al-Jazeera, wie, że słucha go świat arabski, natomiast retransmisja w CNN zapewnia mu widzów w Ameryce, NBC – w Europie. Najszerszym zatem kanałem, którym terrorystyci komunikują swoje istnienie, są media niezależne. To właśnie one zapewniają im najszersze audytorium. Kiedy CNN pokazywał samolot wlatujący w wieżę WTC, widzieli to ludzie na całym świecie. Do wywierania wpływu na władzę i świadomość przeciętnych obywateli terrorystom niezbędne są przede wszystkim niezależne media komercyjne i publiczne.

Media pełnią jeszcze inną ważną rolę dla terrorystów. Nie tylko informują o atakach terrorystycznych, ale często nieświadomie upowszechniają i wspierają żądania terrorystów oraz ich ideologię. A dzieje się tak dlatego, ponieważ ataki terrorystyczne są prezentowane w sposób fragmentaryczny, sensacyjny, spektakularny, często przesadzony. Przykładem może być liczba ofiar podawana przez media zaraz po ataku na USA w 2001 roku. Najpierw słyszało się o 50 tys. ofiar, o wielu samolotach, które zmierzały do swoich celów. Liczby były mocno przesadzone, ale ich upowszechnianie potęgowało efekt zamierzony przez terrorystów.

Przekazy medialne, prezentując wydarzenie terrorystyczne, często sugerują, a nawet domagają się natychmiastowej reakcji odpowiednich władz, wywierają nacisk na rządy, by jak najszybciej reagowały. Powoduje to często wiele pochopnych decyzji, niewłaściwych deklaracji złożonych pod presją terrorystów i opinii społecznej. Informacja jest tu wymieszana z propagandą, co działa na korzyść terrorystów i wzmacnia ich działania.

Oczywiście nie można z tego wnioskować, że media są sprzymierzeńcami terrorystów. Zawsze przecież ataki są potępiane. Dzięki otrzymywanym przez media informacjom cały świat natychmiast i niemal równocześnie wie, co się w danej chwili stało, ludzie się konsolidują, narasta społeczny głos sprzeciwu. Ludzie czują, że obok są miliony ludzi w tej samej

sytuacji. To ważny czynnik psychologiczny, obniżający poziom psychozy strachu. Niemniej atak terrorystyczny jest swoistym spektaklem dla mediów. Tak go też terroryści organizują, by przyciągał uwagę międzynarodowych mediów. Robią wszystko, by media się nimi zainteresowały i poprzez nie jak najwięcej ludzi wiedziało o nich i o organizowanych przez nich atakach. Ta intencja terrorystów świetnie koresponduje z interesem dzisiejszych właścicieli i dysponentów mediów, którzy z kolei robią wszystko, by jak najwięcej ludzi korzystało z ich mediów. Walka o jak największą oglądalność, o sprzedaż własnego kanału telewizyjnego, radiowego czy tytułu prasowego sprawia, że właściciele i dysponenci oraz dziennikarze tych mediów chętnie interesują się atakami terrorystycznymi, bo przyciągają one odbiorców. Ponadto, aby jeszcze zwiększyć odbiór swoich mediów, przy przekazywaniu ataków terrorystycznych łamane są normy etyczne, przekracza się prywatność, widoczny jest brak szacunku dla ludzkiego bólu i intymności, ludzką tragedię przedstawia się w sposób atrakcyjny i spektakularny, nie biorąc pod uwagę, że tego rodzaju przekazy mogą przełamać próg wrażliwości na cierpienie i śmierć, co u wielu osób może skutkować pojawieniem się tzw. znieczulicy na te zjawiska. Terroryści w sposób instrumentalny wykorzystują podatność właścicieli i dysponentów mediów oraz nieodpowiedzialnych dziennikarzy na atrakcyjne medialne wydarzenia, jakimi są ataki terrorystyczne. Tym samym wciągają ich w nagłaśnianie organizowanych przez siebie ataków, a także ich ideologii. Doskonale ilustrują to następujące przykłady:

- W 1975 roku, podczas okupacji kwatery głównej OPEC w Wiedniu i porwania ministrów krajów produkujących ropę, Carlom „Szakal” uprzejmie zaczekał na przybycie ekip telewizyjnych i dopiero wtedy uciekł z budynku wraz z zakładnikami;
- W 1979 roku tłum przed ambasadą amerykańską w Teheranie, gdzie przetrzymywano 52 zakładników, ożywił się nagle, kiedy zjawiała się ekipa Canadian Broadcasting Company, włączyła światła i kamery, wtedy też demonstranci zaczęli wołać „śmierć Carterowi”, unosili pięści, wyglądali groźnie i palili amerykańskie flagi. Po dwóch minutach kamerzyści dali znak, że koniec „ujęcia”, więc tłum się uciszył. Tę samą scenę powtórzono dla ekipy francuskojęzycznej telewizji kanadyjskiej. Przez pierwsze trzy tygodnie kryzysu po zajęciu ambasady USA w Teheranie przez fundamentalistów islamskich oglądalność jednej z głównych stacji telewizyjnych (NBC) w Stanach Zjednoczonych wzrosła o 18 proc.;

- W 1985 roku libańscy terroryści, członkowie ugrupowania Hezbollah, uprowadzili samolot linii TWA, lecący z Rzymu do Kairu, i domagali się uwolnienia 776 szyitów z więzień w Izraelu. Po serii międzylądowań i zwolnień zakładników samolot ostatecznie wylądował w Bejrucie, gdzie 39 zakładników amerykańskiego pochodzenia ukryto w trzech różnych częściach miasta. Do Bejrutu przyjechali reporterzy, kamerzyści, montażyści, dźwiękowcy. Po kilku dniach było już ich 85. W miarę, jak przedłużało się przetrzymywanie zakładników, nowych wiadomości brakowało. Dziennikarze wzięli więc w obroty rodziny zakładników. Godzinami trwały wywiady, wspomnienia, prośby o uwolnienie. Niewiele było o tym, co robi rząd, by kryzys rozwiązać. Podczas siedemnastu dni przetrzymywania zakładników trzy główne sieci telewizyjne USA (*ABC – American Broadcasting Corporation*, *NBC – National Broadcasting Corporation* i *CBS – Columbia Broadcasting System*) nadały niemal 500 odcinków informacyjnych, czyli średnio 28,8 dziennie. Przeciętnie trzy czwarte głównych wydań wieczornych wiadomości (14 z 21 minut) skupiało się codziennie na temacie zakładników. Inne programy telewizji przerywano co najmniej 80 razy w ciągu tych 17 dni specjalnymi relacjami czy biuletynami informacyjnymi.

Biorąc pod uwagę tak gorliwe włączanie się mediów w wydarzenia terrorystyczne i zwracanie uwagi przede wszystkim na ich spektakularny charakter, niektórzy twierdzą, że media, w szczególności telewizje, w jakimś zakresie współpracują z terroryzmem. Terroryści dają mediom to, czego one oczekują, a one chętnie to biorą. Pojawia się zatem pytanie, czy media powinny milczeć na temat terroryzmu. Zapewne nie. Ale ważny jest tu problem, jak o nim mówić. Ważna jest tu jakość dziennikarskiego rzemiosła, kompetencja i odpowiedzialność dziennikarzy. Oni decydują o tym, co i w jaki sposób pokazać z działania terrorystów. Schlebianie gustom odbiorców i pokazywanie im przede wszystkim tego, co sensacyjne i spektakularne, by ich zatrzymać przy swoich mediach, jest najgorszą przysługą dla odbiorców i całego społeczeństwa.

Media, przekazując ogromną liczbę informacji o terroryzmie, jednocześnie nagłaśniają jego istnienie i znaczenie w dzisiejszym świecie, a w sposób niezamierzony mogą także upowszechniać jego ideologię. Słusznie stwierdza Maciej Piątek, że istnieje bardzo cienka granica między informowaniem o terroryzmie przez media a propagowaniem idei terroryzmu<sup>3</sup>. Wielu

odbiorcom może się podobać ideologia terroryzmu, szczególnie w społeczeństwach o kryzysowej sytuacji. Czy tak być powinno? Na pewno nie. Trzeba zdawać sobie sprawę z niewłaściwego przekazu informacji o terroryzmie i – chcąc skutecznie zwalczać to zjawisko – trzeba mieć pełną świadomość, jak nie należy, a jak powinno się informować o nim w mediach.

Trzeba też powiedzieć, że same media mogą stać się celem ataku terrorystycznego. W przypadku stacji telewizyjnej i radiowej czy redakcji pisma sprawa jest stosunkowo łatwa. Ale także w przypadku nowych mediów elektronicznych nie jest trudna. Wystarczy wysłać do sieci 165 smsów na sekundę, by zablokować łączność komórkową na obszarze wielkości Manhattanu.

## MANKAMENTY INFORMACJI MEDIALNEJ O TERRORYZMIE

Aby wyraźnie uświadomić sobie mankamenty przekazów medialnych na temat terroryzmu, warto przypomnieć, czym on jest, jakie są jego cechy podstawowe, a zatem warto sięgnąć do jego definicji. A jest ich dzisiaj wiele. Najpełniejszą podał Bruce Hoffman, szef sekcji zajmującej się terroryzmem w RAND Corporation. Według niego terroryzm to działanie „nieuchronnie polityczne w zakresie celów i motywów; akt przemocy lub – co równie ważne – zagrożenie aktem przemocy; przemyślane, aby osiągnąć szeroko pojęte reperkusje psychologiczne wykraczające poza bezpośrednie ofiary czy cele ataku; dokonane przez organizację z identyfikowalnym łańcuchem dowodzenia lub konspiracyjną strukturą komórkową (której członkowie nie noszą mundurów lub insygniów umożliwiających ich identyfikację); dokonane przez grupę subnarodową lub podmiot niepaństwowy”<sup>4</sup>.

---

3) M. Piątek, *Terroryzm w mediach / czy media przyczyniają się do propagowania terroryzmu*, <http://www.portalliteracki.pl/artukul,4064.html>

4) B. Hoffman, *Oblicza terroryzmu*, Grupa Wydawnicza Bertelsmann Media, Warszawa 2001. Z kolei Tadeusz Hanausek definiuje terroryzm jako „planowaną, zorganizowaną i zazwyczaj ideologicznie uzasadnianą, a w każdym razie posiadającą polityczne podłoże działalność osób lub grup mającą na celu wymuszenie od władz państwowych, społeczeństwa lub poszczególnych osób – określonych świadczeń, zachowań lub postaw, a realizowaną w przystępnych formach obliczonych na wywołanie szerokiego i maksymalnie zastraszającego rozgłosu w opinii publicznej, oraz z reguły polegającą



W myśl tej definicji, jak też wielu opracowań na temat terroryzmu, terroryzm ma swoiste cechy. Ich znajomość jest tu o tyle ważna, że media, które informują nas o atakach terrorystycznych, terrorystach i terroryzmie, zamiast nas o nich uświadamiać w sposób wszechstronny, w rzeczywistości nas dezinformują, może nie całkowicie, ale w dużym zakresie. Oto one:

1. Działania terrorystów mają ścisły związek z polityką, są działaniami politycznymi wymierzonymi przeciwko aktualnej władzy. Przekazy medialne natomiast, które otrzymujemy z telewizji, radia i prasy codziennej, wiążą je przede wszystkim z religią, najczęściej z islamem. Tymczasem dwie trzecie znanych dzisiaj terrorystów to ludzie niereligijni.
2. Działania terrorystów są przemyślane, wykalkulowane, precyzyjnie zaplanowane. Terrorysty to jednostki inteligentne, logicznie myślące, w większości rekrutowane na uczelniach wyższych (66,7 proc. terrorystów na świecie posiada wykształcenie wyższe), którzy dokładnie planują każdy swój krok. W działaniach terrorystycznych nie ma miejsca dla przypadkowości czy spontaniczności. Każda wykonana akcja jest uprzednio dokładnie planowana, a następnie trenowana. Najwięcej czasu zajmuje rozpoznanie terenu i celu ataku. Nie można więc mówić o szaleńcach działających na oślep. Tymczasem media najczęściej ukazują terrorystów jako szaleńców, osoby psychicznie nie zrównoważone, społecznie zmarginalizowane, które nie zdają sobie sprawy z tego, co robią.
3. Działania terrorystów są nacechowane przemocą o nieobliczalnej skali, wykraczają poza bezpośrednie ofiary czy cele ataku. Bardzo ważną cechą działań terrorystów jest świadome operowanie natężeniem przemocy, którą stosują. Natomiast media ukazują najczęściej tylko bezpośrednie skutki ataku terrorystycznego: zniszczenie, śmierć, ból z powodu śmierci bliskich osób. Nie ukazują tego, co atak poprzedza, i tego, co następuje po nim. Nie ukazują całościowo kontekstu ideowego, politycznego i logistycznego.
4. Działania terrorystów są nieprzewidywalne, nie wiadomo dokładnie, gdzie i kiedy będą miały miejsce. Terrorysty nie uznają granic, terenem ich działania może być każdy kraj, często niezwiązany bezpośrednio z celem postulatów organizacji, ponadto nigdy nie prowadzą

akcji mających na celu zdobycie i utrzymanie terytorium. To media względnie dobrze ukazują, choć zbyt silnie działania terrorystów wiążą tylko z miejscem ataku terrorystycznego.

5. Działania terrorystyczne są spektakularne, terroryści bardzo o to dbają, bowiem im bardziej spektakularna akcja, tym większy rozgłos i lepszy efekt. Lepiej zatem wysadzić budynek w Londynie czy w Paryżu niż na przykład w Warszawie czy Bratysławie. Najczęściej są to miejsca, które zapewnią spektakularność akcji, na przykład WTC, ambasady znaczących państw, słynne kurorty wypoczynkowe, wielkie dworce, ważne lotniska. Tę cechę terroryzmu media doskonale ukazują.
6. Organizacje terrorystyczne są to grupy międzynarodowe. Ten charakter terroryzmu media ukazują raczej słabo. Najczęściej terrorystów przedstawiają jako grupy islamsko-arabskie. Nie więc dziwnego, że przeciętny odbiorca mediów w Polsce kojarzy terrorystów przede wszystkim, a może niemal wyłącznie, z islamem i Arabami, a tymczasem terroryści są w krajach Europy, obydwu Amerykach, w Japonii.
7. Organizacje terrorystyczne nie posiadają mundurów, które umożliwiłyby ich identyfikację, nie ma w nich podziału na bataliony, kompanie i oddziały. Wynajdują dla siebie różne nazwy i działają anonimowo, choć niemal po każdym zamachu prawie natychmiast mamy przyznających się do winy terrorystów. Często sytuacja jest wręcz paradoksalna, gdyż do jednego ataku terrorystycznego przyznaje się kilka ugrupowań jednocześnie. To media doskonale ukazują.
8. Osiągnięcie maksymalnego zniszczenia odbywa się przy minimalnych środkach ekonomicznych, często za cenę ludzkiego życia, także własnego (terroryści samobójcy). Tę cechę terroryzmu media dobrze nagłaśniają.

---

na zastosowaniu środków fizycznych, które często naruszają dobra osób postronnych, tj. takich, które nie dały wyrazu swemu negatywnemu nastawieniu do aktu terrorystycznego, jego celu lub uzasadnienia, ani nawet do określonej ideologii czy zapartywai”. T. Hanausek, *Wybrane zagadnienia kryminalistycznej metodyki zwalczania terroryzmu*, [w:] K. Stawik (red.), *Terroryzm – aspekty prawno-międzynarodowe, kryminalistyczne i policyjne*, Poznań 1993, s. 83.

Wymienione cechy terroryzmu jednoznacznie mówią, że główną intencją działań terrorystycznych jest wywołanie ogólnego strachu, psychozy lęku. Tworząc taką atmosferę, terroryści chcą zdobyć dominację i kontrolę. Cele terrorystów oraz ich realizacja są bardzo medialne, według kryteriów dzisiejszych ludzi mediów, dlatego też mają one zapewnione, i to znaczące, miejsce w mediach, tzn. są relacjonowane często i obficie. Ale w przekazach medialnych relacjonujących zamachy terrorystyczne dość często występują trzy zjawiska, które utrudniają rzetelny przekaz na temat terroryzmu:

1. Dominacja spektaklu i sensacyjności nad rzetelną informacją. Stosuje się tu technikę kojarzenia, selekcji i sklejanía atrakcyjnych zachowań, osób, wypowiedzi, przedmiotów, budynków, fragmentów otoczenia przyrodniczego itp. To sklejanie dokonuje się bez troski o spójną całość, przede wszystkim według intencji przyciągnięcia odbiorcy. Fragmenty wyrwane z całościowej rzeczywistości ani się wzajemnie nie dopełniają, ani nie objaśniają.
2. Doborowi poszczególnych fragmentów z ataku terrorystycznego przyświeca nie tyle rzetelne odtworzenie tego, co się wydarzyło (choć także), lecz zdobycie jak najwięcej odbiorców. Stosuje się tu więc zasadę animowania destruktywnych obrazów, która jest dzisiaj powszechnie przyjmowana w mediach, a której stosowanie jest pochodną innej zasady, mianowicie tej, że zła wiadomość dobrze się sprzedaje. A zatem z natury zła wiadomość, jaką jest atak terrorystyczny, jest jeszcze wzmacniana przez jej montaż według zasady, że zła informacja jest najlepszą informacją.
3. Autorzy przekazów medialnych o terroryzmie, terrorystach i atakach terrorystycznych robią wszystko, by samemu dobrze wypaść. A osiągają to poprzez atrakcyjną prezentację siebie w ruchach, mimice, słowie, uśmiechu. Często też służą swoim mocodawcom i zgodnie z ich poglądami i postawami wobec określonych grup terrorystycznych montują przekazy o atakach terrorystycznych.

Przekazy medialne o terroryzmie charakteryzujące się wymienionymi cechami sprawiają, że przeciętni odbiorcy mediów nie mają właściwego pojęcia o tym zjawisku i nie potrafią wyrobić sobie na jego temat własnego

zdania. Łatwo też manipulować ich postawą wobec określonych grup terrorystycznych. Tym między innymi można tłumaczyć tak małe w polskim społeczeństwie poczucie zagrożenia terroryzmem.

## POŻĄDANE WŁAŚCIWOŚCI INFORMACJI O TERRORYZMIE

Dostarczanie informacji o terroryzmie, atakach terrorystycznych i terrorystach jest dzisiaj obowiązkiem każdego medium, a więc telewizji, radia, prasy, Internetu. I one to czynią, ale stopień rzetelności informacji na te tematy może być i jest bardzo różny. Pojawia się zatem pytanie, co decyduje o rzetelności informacji, czyli jakie cechy powinna ona mieć, aby odbiorcy o wymienionych zjawiskach wiedzieli to, co powinni wiedzieć, aby mogli kształtować właściwe postawy wobec określonych ugrupowań terrorystycznych.

Często wymienia się niemal jednym tchem takie cechy informacji, jak: pełna, ważna, dokładna. Przypatrzmy się jednak bliżej cechom informacji, które składają się na jej rzetelność. Są to cechy zawarte w samej informacji, jak też cechy osób, które ją tworzą i upowszechniają.

Denis McQuail, Maciej Howiecki, Maciej Mrozowski wymieniają kilkanaście cech tkwiących w samej informacji, które decydują o jej jakości<sup>5</sup>. Oto najbardziej podstawowe, ważne dla naszego tematu:

1. Prawdziwość – informacja referuje o czymś, co zaistniało, co się faktycznie wydarzyło.
2. Adekwatność (dokładność) – informacja zawiera jak najpełniejszą treść, czyli daje jak najpełniejszą wiedzę o wydarzeniu, bez dodawania lub odejmowania czegokolwiek. Treść informacji jest tak bogata, że odbiorca na jej podstawie może sobie wyobrazić wydarzenie, o którym donosi informacja, rozumie je i potrafi o nim innych poinformować.

---

5) D. McQuai, *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Buchole, A. Szulżycka, red. naukowa T. Goban-Klas, PWN, Warszawa 2007, s. 371–372; M. Howiecki, *Krzywe zwierciadło. O manipulacji w mediach*, Gaudium, Lublin 2003, s. 47–49, 113–142; M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2001, s. 261–262; M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Scholar, Warszawa 2000, s. 110.

3. **Kontekstowość** – informacja mówi nie tylko o wydarzeniu i jego pojedynczych elementach, ale umieszcza je w jak najpełniejszym kontekście, a więc wskazuje na powiązania z innymi wydarzeniami, uwarunkowaniami, z dotychczasową wiedzą. Przekazywana informacja nie jest wyizolowana.
4. **Wiarygodność** – informacja podaje fakty oparte na źródłach godnych zaufania, są one w pełni udokumentowane. Ten, kto formułuje i upowszechnia daną informację o czymś, nie poprzestaje na jednym źródle, lecz szuka dla swojej informacji potwierdzenia lub zaprzeczenia w kilku źródłach.
5. **Jednoznaczność** – informacja określa precyzyjnie rodzaj, charakter, miejsce i czas, zasięg i skutki wydarzenia.
6. **Wolność od komentarza** – ten, kto formułuje i upowszechnia informację, niczego nie dodaje od siebie.
7. **Zrozumiałość i jasność językowa** – używane są takie słowa, które najlepiej oddają wydarzenie i jego okoliczności, nie ma wyrażen niezrozumiałych, wieloznacznych, wartościujących, wulgarnych, o wyraźnym ładunku emocjonalnym.
8. **Poszanowanie godności osoby ludzkiej i prawa** – informacja w swojej treści i formie nie narusza godności osób, o których mówi, które w niej występują, do których jest przesyłana, ani nie narusza prawa stanowionego czy zwyczajowego w społeczeństwie.
9. **Ważność** – relacjonowane wydarzenie może mieć wpływ na życie jednostek, grup społecznych, poszczególnych społeczności lokalnych lub całego społeczeństwa.
10. **Przewidywalność** – informacja zawiera treści, które mogą wystąpić w dalszej lub bliższej przyszłości, wydarzenia, które mogą być nieprzewidywalne lub pojawiają się w wyniku zmian politycznych, gospodarczych, kulturalnych, demograficznych (np. na skutek dużego napływu imigrantów z krajów wschodnich).

Trudno sobie wyobrazić, by informacje o terroryzmie, terrorystach i atakach terrorystycznych miały wszystkie wyżej wymienione cechy. W praktyce mamy do czynienia z informacjami, które cechują się tylko kilkoma z nich, ale najlepsze są te, które kumulują ich jak najwięcej. Ponadto wymienione cechy są stopniowalne. Są zatem informacje mniej i bardziej ważne, mniej i bardziej bliskie odbiorcy, ściśle powiązane z innymi lub fragmentaryczne, itp.

Informacje mające wymienione cechy pełnią także rolę komunikacyjną, czyli są ważnym czynnikiem kształtującym więź między ludźmi. Jest to niezmiernie ważne, gdyż informacje pozbawione właściwości komunikacyjnych traktowane są najczęściej jako towar i wówczas mogą być czynnikiem wzajemnej izolacji, anomii społecznej i nowych podziałów społecznych.

Aby informacja posiadała wyżej opisane cechy, muszą też odznaczać się odpowiednimi cechami ci, którzy ją tworzą i upowszechniają. Oto najważniejsze z nich:

1. Kompetencja – osoba dokonująca wyboru informacji (*gatekeeper*), formułująca ją i upowszechniająca, dokonuje tego na bazie swojej ogólnej wiedzy oraz wiedzy z dziedziny, której dotyczy informacja, znajomości funkcjonowania mediów, umiejętności opisu wydarzenia i kodowania medialnego. Im kompetencja w tych dziedzinach jest większa, tym jakość informacji jest wyższa.
2. Niezależność – wolność od właścicieli i dysponentów mediów, organów państwowych, partii politycznych i polityków, reklamodawców, agencji informacyjnych, grup nacisku. Tak rozumiana niezależność podkreśla, że dziennikarstwo jest wyborem, a nie przymusem, ściśle wiąże się z powołaniem, że od tych, którzy je uprawiają, wymaga się osobistej wolności i niezależności od jakichkolwiek nacisków. Dobrzy dziennikarze wielce sobie cenią tak rozumianą wolność i mocno to podkreślają.
3. Bezstronność – to umiejętność zachowania dystansu do wydarzenia i przekazywanych treści, swoistego rodzaju „oddestylowanie” od własnych przekonań, sympatii politycznych, opinii własnych lub innych osób czy grup. Te czynniki nie mają wpływu na wybór informacji, na jej treść i formę.

4. Odpowiedzialność – wyrasta ona ze świadomości, jaką rolę pełni informacja w rozwoju osoby ludzkiej, z poczucia więzi z drugim człowiekiem, ze społeczeństwem i państwem, w ramach którego informacje są upowszechniane.
5. Uczciwość i fachowość w sensie warsztatowym – w zbieraniu materiału i jego montażu, w formułowaniu informacji i jej upowszechnianiu są przestrzegane reguły sztuki dziennikarskiej, by informacja jak najwierniej oddawała wydarzenie, które relacjonuje, była wolna od interpretacji osób nią zainteresowanych, by dziennikarz opierał się na materiale dowodowym, tak jak sędzia, oraz powstrzymywał się od własnych interpretacji.
6. Dokładność – najważniejszym zadaniem dziennikarza jest dawanie świadectwa prawdzie, relacjonowanie wydarzeń zgodnie z rzeczywistością. Amerykańska tradycja dziennikarska nakazuje unikać fragmentarycznego relacjonowania wydarzeń. Dla ułatwienia doradza się dziennikarzowi takie konstruowanie przekazu, aby odpowiadał on na sześć pytań według tzw. zasady 5W i 1H, czyli *who, what, when, where, why* oraz *how*: kto, co, kiedy, gdzie, dlaczego, jak<sup>6</sup>.
7. Wiarygodność źródeł – materiał stanowiący podstawę do formułowania informacji pochodzi z „pierwszej ręki”, a jeżeli z agencji informacyjnych, to z takich, które mają najmniej odwołań i sprostowań, a materiał jest weryfikowany na podstawie innych źródeł.
8. Obiektywizm – ta cecha łączy w sobie niemal wszystkie poprzednie. Denis McQuail, na podstawie badań przeprowadzonych przez J.H. Boyera, wyróżnił sześć cech obiektywności<sup>7</sup>: równowaga w przedstawianiu różnych treści; dokładność, precyzja i realizm opisu; przedstawianie wszystkich głównych punktów widzenia; oddzielenie faktów od opinii; minimalizowanie wpływu własnych poglądów i opinii; unikanie zbyt dużej poufałości, złośliwości oraz innych pośrednich celów. Obiektywizm nie wyklucza komentarza, ale musi on być wyraźnie zaznaczony w przypadku informacji.

Powyższe cechy informacji oraz tych, którzy je tworzą i upowszechniają, są ogólne, ale ich przypomnienie tutaj i stosowanie w referowaniu zjawiska terroryzmu przez media jest ważne z dwóch podstawowych

powodów. Po pierwsze, samo zjawisko ma niezmiernie doniosłe znaczenie dla życia setek, tysięcy, a być może milionów ludzi. Po drugie, terroryzm jest silnie powiązany z polityką, a także z wielkim biznesem, a w tych dziedzinach trudno o obiektywizm. Dominuje w nich walka własnych interesów.

Troska o jakość informacji jest dzisiaj ważnym problemem i jednocześnie postulatem. Ryszard Kapuściński szczególnie niebezpieczeństwo dla jakości informacji widział w jej komercjalizacji, spektakularności i sprzedajności dziennikarzy. W drugiej połowie XX wieku, zwłaszcza w ostatnich latach, mówił w *Rozmowie trzeciej* z Witoldem Beresiem i Krzysztofem Brunetko: „Dzięki rewolucji elektronicznej i komunikacyjnej, świat biznesu odkrył, że prawda nie jest tak istotna i nieistotna jest nawet walka polityczna; tym, co ważne w informacji, stał się spektakl. I w momencie, kiedy stworzyliśmy tę informację–spektakl, możemy ją wszędzie sprzedać. Im bardziej widowiskowa, tym więcej pieniędzy możemy zarobić. (...)”

Z tego właśnie powodu, nagle, na czele największych grup telewizyjnych spotykamy ludzi, którzy nie mają nic wspólnego z dziennikarstwem, którzy są jedynie wielkimi ludźmi biznesu, związanymi z wielkimi bankami albo firmami ubezpieczeniowymi, albo jakąkolwiek inną instytucją mającą w założeniu przynieść duży dochód. Informacja zaczęła się opłacać i to bardzo szybko”<sup>8</sup>.

Jakość informacji o terroryzmie jest dzisiaj ważnym problemem i tematem mass mediów. Informacje, jakie otrzymujemy na rynku medialnym, należy nieustannie weryfikować poprzez pytania:

- 
- 6) P. Kwiatkowski, *Przedsiębiorstwo Apokalipsa. O etyce dziennikarskiej*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2003, s. 43–44.
  - 7) J.H. Boyer, *How Editors View Objectivity*, „Journalism Quarterly” 1981, nr 58, s. 24–28; D. McQuail, *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest*, London 1993, s. 184–185.
  - 8) R. Kapuściński, 1994. *Rozmowa trzecia. Innego świata nie będzie, czyli media, dusza i pieniądze*, [w:] *Kapuściński: nie ogarniam świata. Z Ryszardem Kapuścińskim spotykają się Witold Beres i Krzysztof Brunetko*, Świat Książki, Warszawa 2007, s. 147.



- Jaka jest skala zgodności informacji z rzeczywistością, o której ona mówi?
- Czy autor informacji jest kompetentny do opisu i kodowania wydarzenia, które przekazuje?
- Czy autor był wolny w formułowaniu i przekazie informacji?
- Czy autor miał poczucie odpowiedzialności za formułowanie i przekaz informacji?
- Czy informacja jest pożyteczna dla poszczególnych osób, podstawowych grup społecznych, społeczeństwa i państwa, w którym jest upowszechniana?

Jeżeli chodzi o informacje na temat terroryzmu w mediach masowych, to wydają się pożyteczne dwa postulaty:

1. O atakach terrorystycznych przekazywać tylko to, co istotne i ważne dla odbiorców, bez sensacji i spektaklu, w poczuciu odpowiedzialności.
2. Przekazy umieszczane w mediach przez samych terrorystów należy kontrolować i blokować, szczególnie w Internecie, choć tu najtrudniej o blokadę.

Warto też postawić szereg pytań: dlaczego media tak obficie informują o atakach terrorystycznych? Dlaczego nie relacjonują ich w inny sposób? Dlaczego pokazują martwe ciała ludzkie w zbliżeniu? Dlaczego prowadzą wywiad z najbliższymi krewnymi ofiar, poszkodowanymi? Czyżby ludzki dramat był najciekawszym tematem dla mediów? Czy odbiorcy chcą tego, czy koją media za dramaty w nich ukazywane?

Zastanawiając się nad jakością informacji o terroryzmie, atakach terrorystycznych i terrorystach, warto przywołać zdarzenie z odległej przeszłości, kiedy nie było tak wiele informacji, jak dzisiaj:

*Do Sokratesa, znanego mędrca w starożytności greckiej, przybiega znajomy i zdyszany zaczyna opowiadać:*

*Sokratesie, muszę ci coś powiedzieć, twój przyjaciel...*

*Poczekaj – przerywa mu mędrzec. Czy to, co chcesz powiedzieć, przesiałeś przez trzy sита?*

*Trzy sита? – zdziwił się sprawozdawca.*

*Tak, przez trzy sита.*

*Pierwsze to prawda. Czy jesteś pewny, że wszystko, co chcesz mi powiedzieć, jest zgodne z prawdą?*

*No nie wiem. Opowiedział mi to...*

*Ale – przerywa filozof – z pewnością przesiałeś to przez drugie sito, a jest nim dobro. Czy to, co chcesz mi powiedzieć, jest przynajmniej dobre i pożyteczne?*

*Przeciwnie...*

*To weźmy jeszcze trzecie sito i zapytamy, czy to, co chcesz mi powiedzieć, jest niezbędne?*

*Niezbędne? Chyba nie...*

*A więc – uśmiecha się Sokrates – jeżeli to, co chcesz mi powiedzieć, nie jest ani prawdziwe, ani dobre, ani niezbędne, to nie obciążaj tym ani siebie, ani mnie.*

Z tej opowieści wypływa niezmiernie ważny postulat dla twórców i odbiorców informacji: zbieranie, formułowanie i przekazywanie informacji musi być związane z aksjologią, przede wszystkim z tak podstawowymi wartościami, jakimi są prawda i dobro, oraz z poczuciem odpowiedzialności i roztropnością.