

# Komunikowanie globalne – rewizja pojęcia<sup>1</sup>

**Beata Ociepka**

**K**omunikowanie globalne, zarówno w nauce o mediach, jak i w stosunkach międzynarodowych, należy do licznej grupy pojęć niejednoznacznych i niedodefiniowanych. Tymczasem warto się nad nim zastanowić, bo weszło już ono do słownika nauk społecznych, mimo że jak wskażę poniżej, autorzy zajmujący się międzynarodowym przepływem informacji niezbyt często się do niego odwołują. Potrzeba redefinicji komunikowania globalnego wynika z dążenia do jego lepszego zrozumienia. Brak jednoznacznych definicji wynika m.in. z dużego zakresu zjawisk, jakie się za jego pomocą opisuje.

Redefinicja to także próba podsumowania ponad dwudziestoletniego już wpływu internetu na przepływ informacji na świecie i zderzenia optymistycznych prognoz jego znaczenia dla komunikacji publicznej z rzeczywistością po 2001 r., kojarzącą się z ograniczaniem swobody wymiany informacji w skali globalnej. Ta cezura początkowa została wyznaczona przez atak na World Trade Center, jego zamierzoną medialność i fakt, że skutkiem tego ataku było odrodzenie wielu form komunikowania międzynarodowego, w tym powstanie rozgłośni radiowych i telewizyjnych nadających za granicę, które miały służyć jako narzędzia miękkiej siły w czasie, gdy prowadzono „globalną wojnę z terrorem”. Po 2001 r. te same nośniki informacji, które miały zapewnić ludzkości

niespotykaną dotąd wolność słowa i pozyskiwania informacji, stwarzając nowe więzi społeczne, zostały zastosowane do kontrolowania i ograniczania swobód tych obywateli. Są przy tym z wielkim powodzeniem wykorzystywane przez armie. Sprzyjają zacieraniu granic między wojną a pokojem, stają się istotnym narzędziem wojen hybrydowych. A jednocześnie konflikty ostatniego okresu pokazały wielki renesans telewizji w międzynarodowej komunikacji. Wojna na Ukrainie w 2014 r. ponownie uzmysłowiła jej znaczenie w propagandzie państw. Celem tego artykułu jest zrewidowanie dotychczasowego rozumienia komunikacji globalnej, po wzięciu pod uwagę zmian technologicznych i politycznych po 2001 roku.

## **Globalna sieć**

Globalny przepływ przekazów ma dziś strukturę sieci, w której państwa i ich rządy pełnią rolę węzłów i która potencjalnie łączy ze sobą (dzięki technologii cyfrowej) mieszkańców całego globu. Rządy nie mają pełnej kontroli nad przekazami i ich przepływem. W komunikowaniu globalnym, ze względu na takie technologie jak przekaz satelitarny oraz nadawanie online, granice administracyjne państw mają mniejsze znaczenie niż w klasycznym komunikowaniu międzynarodowym, którego główną cechą jest przepływ przekazów między społecznościami

<sup>1</sup> Badania zostały sfinansowane w części z grantu Narodowego Centrum Nauki nr 2013/11/B/HS5/03904.

podzielonymi tymi granicami. Komunikowanie globalne, mimo sieciowej struktury, nie eliminuje jednak nierówności, typowych także dla komunikowania międzynarodowego. Nadal wynikają one z nierównego rozwoju infrastruktury, który manifestuje się w małym dostępie do telewizji i internetu w wielu częściach świata; z analfabetyzmu; niskiego poziomu rozwoju gospodarczego, ale także z przyczyn politycznych związanych z międzynarodowymi rolami pełnionymi przez państwa – węzły – które prowadzą m.in. do politycznych ograniczeń swobody nadawania i odbioru przekazów. W komunikowaniu globalnym nadal dominują państwa Północy, ale jego cechą jest doprowadzenie do zmniejszenia tej dominacji. Obok państw i rządów aktorami komunikowania globalnego są koncerny medialne i media o światowym zasięgu, jak News Corporation, Time Warner, Facebook i Google, a także BBC World, CNN, Al Dżazira. Ich pozycja również może być związana z konkretnym państwem lub też mogą one być postrzegane jako reprezentanci bogatej Północy – oprócz Al Dżaziry – dzierżącej ciągle jeszcze władzę symboliczną w skali globalnej. W komunikowaniu globalnym zmienia się – w porównaniu z komunikowaniem międzynarodowym – pojęcie aktora komunikowania politycznego. W strukturze sieciowej państwa nie są bowiem wyłącznymi aktorami. Niezwykle istotne znaczenie ma komunikowanie za pomocą kultury popularnej, a dawni bierni odbiorcy propagandy zagranicznej stają się użytkownikami – jednocześnie nadawcami i odbiorcami przekazów – zgodnie z ideą *mass self communication* Manuela Castellsa<sup>2</sup>. Następuje więc zmiana modelu z transmisyjnego, dobrze oddającego hierarchiczną strukturę komunikowania międzynarodowego, na model sieciowy uwzględniający strukturę sieci i pojawienie się nowych aktorów – węzłów.

Mimo że media społecznościowe i nośniki mobilne dają podstawy do rozwoju sieciowej struktury komunikowania globalnego, nie oznacza to, że ta sieć jest powszechna. Procesy wykluczenia z komunikowania globalnego funkcjonują nadal. Biorąc pod uwagę te jednocześnie zachodzące zjawiska, można więc powiedzieć, że procesy typowe dla komunikowania międzynarodowego i globalnego odbywają się równoległe, w różnych częściach świata. Komunikowanie globalne można jednak w odniesieniu do państw wysoko rozwiniętych uznać za paradygmat następujący po komunikowaniu międzynarodowym, nawet przy założeniu, że nie jest ono geograficznie powszechne. Mimo sieciowego charakteru komunikowania globalnego narastają zjawiska „wyłączania” całych systemów narodowych z globalnej ekologii mediów: z przyczyn politycznych, za pomocą cenzury, z częstym uzasadnieniem opierającym się na zagrożeniu imperializmem kulturowym. Cezurą stał się także 11 września 2001 – „globalna wojna z terrorem” zakończyła erę idealistycznej swobody internetu. Ograniczenia dostępu, jak w Chinach, stały się narzędziem reżimów autorytarnych, wykluczającym obywateli wielu państw świata z globalnej sieci. Osobną kwestią stała się kontrola firm, jak Google, nad jej zawartością.

Skupienie się na znaczeniu internetu i mediów społecznościowych oraz nowej roli telewizji w redefinicji komunikowania globalnego wskazuje, że ta próba podsumowania zachodzących zmian opiera się głównie na funkcjonowaniu społeczeństw rozwiniętych i zamożnych na tyle, że poziom życia pozwala obywatelom na korzystanie z radia i telewizji, również dzięki nadawaniu online. Telewizja nie jest dominującym środkiem komunikacji politycznej w Afryce. Rozwój telefonii komórkowej na tym kontynencie wskazuje jednak, że jego mieszkańcy mogą uzyskać szybki dostęp do przekazów glo-

<sup>2</sup> M. Castells, *Communication power*, Oxford 2011; wydanie polskie: *Władza i komunikowanie*, Warszawa 2013.

balnych – w tym do przekazów telewizyjnych w wersji mobilnej – dzięki telefonom komórkowym i dostępowi WiFi do internetu. Telewizja nie jest też dominującym środkiem komunikacji politycznej w niektórych grupach wiekowych w krajach rozwiniętych.

Dostęp i korzystanie z infrastruktury są więc zróżnicowane – jak w historii – pod względem geograficznym, ale także pokoleniowym, które nie nakłada się na różnice wynikające z miejsca zamieszkania. W komunikowaniu globalnym lokalność zmienia znaczenie.

## Definicje

Przez globalność komunikowania rozumiem dostępność infrastruktury, powszechność korzystania ze środków komunikowania, bez względu na miejsce pobytu, oraz dekodowalność, bez względu na kontekst kulturowy.

Komunikowanie globalne petryfikuje nierówności. Krajobrazy medialne komunikowania globalnego są bowiem zróżnicowane nie tylko pod względem technologicznym (dostępu do mediów i mediów dominujących), ale i pod względem treści. Jest ono powszechne w odniesieniu do elit – politycznych, gospodarczych i kulturalnych – gdyż w skali całego świata mogą one w podobnym stopniu włączać się w obieg informacji, zwłaszcza przy założeniu, że posługują się językiem angielskim. Przykładem takiej globalnej sieci komunikacji elit jest Twitter. Raporty Burson-Marsteller<sup>3</sup>, poświęcone wykorzystaniu Twittera przez premierów i prezydentów na świecie, wskazują, że stał się on istotnym kanałem komunikacji liderów politycznych z wyborcami, ale także pomiędzy członkami elit politycznych w wymiarze globalnym. Z raportów Twiplomacy wynika także,

że najbardziej popularni na Twitterze politycy, jak Barack Obama (2016), jeśli reprezentują mocarstwa, to są znacznie mniej skłonni do utrzymywania symetrycznych kontaktów z innymi przywódcami. Jednocześnie Twitter jest niezwykle popularnym narzędziem przekazów kultury popularnej. To właśnie te ostatnie są najbliższej globalnej dostępności i dekodowalności, a nie przekazy komunikacji politycznej. Wynika to z preferencji większości uczestników komunikowania globalnego, których łączy brak zainteresowania polityką. W komunikowaniu globalnym przekazy, aby dotrzeć do jak największej liczby odbiorców, różnicuje się, biorąc pod uwagę ich oczekiwania. Ten proces wyjaśniał Pablo J. Boczkowski, gdy zwrócił uwagę, że media już nie koncentrują się na dziennikarzach, ale na odbiorcach („from journalist centred to audience centred media”)<sup>4</sup>. Ingrid Volkmer postrzega taką nową publiczność jako „uwolnioną” (*disembedded*)<sup>5</sup>.

Jedną z najprostszych definicji komunikowania globalnego jest stwierdzenie, że jest to przepływ informacji lub przekazów w skali całego świata. Cechą tego komunikowania nie jest już więc przekraczanie granic państw, ale przepływ mimo nich. W komunikowaniu globalnym ich znaczenie maleje. Elementami jego struktury, co pojawia się w wielu interpretacjach, jak u Castellsa, są sieciowość i horyzontalność, w przeciwieństwie do hierarchicznej wertykalności komunikowania międzynarodowego. Funkcjonowanie sieci globalnych mediów nie oznacza jednak, że mamy do czynienia z komunikowaniem globalnym, ponieważ ten jeden element nie wystarcza, aby mówić o ukonstytuowaniu się komunikowania globalnego jako modelu przepływu przekazów na świecie.

<sup>3</sup> Twiplomacy, [www.twiplomacy.com](http://www.twiplomacy.com) [dostęp: 30.07.2016].

<sup>4</sup> P. Boczkowski, *Digitizing the news. Innovation in online newspapers*, Boston 2004, s. 10.

<sup>5</sup> I. Volkmer, *The global public sphere. Public communication in the age of reflective interdependence*, Cambridge 2014, s. 10.

W latach 90. XX w. w literaturze panował dość duży optymizm w ocenie perspektyw rozwoju społecznego na świecie jako skutku pojawienia się globalnych mediów. Niektórzy autorzy przewidywali szybkie powstanie ponadnarodowej sfery publicznej (Jürgen Habermas), pogłębienie globalizacji kultury i wystąpienie hiperdetyerytorializacji, pojmowanych jako zjawisk pozytywnych<sup>6</sup>. Jak wskazał James Curran w *Misunderstanding the Internet*<sup>7</sup>, szczególnie wiele uwagi poświęcano rozwojowi internetu, oczekując, że wesprze on „globalizację kultury” i „hiperdetyerytorializację”, albo „denacjonalizację infrastruktury komunikowania”, co według Nancy Fraser miało doprowadzić do ukształtowania się „transnarodowej etyki”, „globalnych norm życia publicznego” i „międzynarodowej opinii publicznej”<sup>8</sup>. Arjun Appadurai przewidywał w 1996 r. rychłe powstanie „postnarodowego imaginarium”, jako następstwa kryzysu państwa narodowego, który był dodatkową zmienną w obserwowanych procesach<sup>9</sup>.

Przegląd literatury ostatnich lat, poświęconej komunikowaniu globalnemu lub przedstawiającej procesy komunikowania w globalnym kontekście, nie przynosi wielu nowych prób zdefiniowania tego zjawiska. Pojawia się natomiast idea globalizacji komunikowania, komunikowania w okresie globalizacji, globalnych mediów, globalnego systemu informacji oraz globalnego systemu mediów (globalnego

systemu medialnego)<sup>10</sup>. Nadal spotyka się optymistyczne interpretacje obserwowanych zmian, jak u Nathana Gardelsa i Mike’a Medavoy’a, którzy za Habermasem wprowadzili pojęcie „globalnej przestrzeni publicznej”. Jest ona „nową przestrzenią władzy, gdzie konkurują wizerunki i dyskutuje się koncepcje; jest miejscem gdzie zdobywa się i traci serca i umysły, i gdzie trwają procesy legitymizacji. To sfera starcia i fuzji, gdzie wykuwa się kosmopolityczna wspólnota XXI wieku”<sup>11</sup>. Po 2011 takie optymistyczne wizje są coraz rzadsze.

Miriam Meckel z perspektywy 2001 r. rozpoczęła rozważania nad komunikacją i globalizacją, przyjmując, że globalizacja to komunikacja, i nie definiując komunikowania globalnego, ani nawet nie wprowadzając tego pojęcia<sup>12</sup>. Używa przy tym określenia „globalna komunikacja medialna” i „globalne dziennikarstwo”<sup>13</sup>. Na przełomie tysiącleci więcej uwagi niż pojęcie globalnej komunikacji przyciągały takie sformułowania jak „globalny system mediów”<sup>14</sup>, „globalna polityka medialna”. W publikacji pod redakcją Thomasa L. McPhaila z 2010 r., pod tytułem *Global communication. Stakeholders and trends*, jest we wprowadzeniu mowa o komunikowaniu międzynarodowym, a autorzy nie podejmują próby zdefiniowania komunikowania globalnego<sup>15</sup>. W wydanej w 2012 r. książce *The handbook of global media research* także nie używa się tego pojęcia.

<sup>6</sup> J. Stratton, *Cyberspace and the globalization of culture* [w:] *Internet culture*, red. D. Porter, New York 1997, s. 258.

<sup>7</sup> J. Curran, *Reinterpreting the Internet* [w:] J. Curran, N. Fenton, D. Freedman, *Misunderstanding the Internet*, London–New York 2012, s. 8.

<sup>8</sup> N. Fraser, *Transnationalizing the public sphere*, “Theory, Culture and Society” Vol. 24 (2007), nr 4, s. 7–30.

<sup>9</sup> A. Appadurai, *Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, Kraków 2005.

<sup>10</sup> C.J. Hamelink, *Global communication*, London 2015, s. 6.

<sup>11</sup> N. Gardels, M. Medavoy, *American idol after Iraq. Competing for hearts and minds in the global media age*, Oxford 2009, s. 1.

<sup>12</sup> M. Meckel, *Die globale Agenda. Kommunikation und Globalisierung*, Wiesbaden 2001, s. 19 i nast.

<sup>13</sup> Tamże, s. 147.

<sup>14</sup> D. Winseck, *The WTO, emerging policy regimes and the political economy of transnational communications*. [w:] M. Raboy, *Global media policy in the new Millenium*, Luton 2002, ss. 19, 23.

<sup>15</sup> *Global communication. Theories, stakeholders and trends*, red. T.L. McPhail, Oxford 2010, s. 3 i nast.

Zamiast tego Volkmer identyfikuje w dziedzinie „zglobalizowanej komunikacji” (*globalized communication*) sześć nurtów, które odpowiadają na zmiany w komunikacji na świecie. Zalicza do nich paradygmat geopolityczny, którego przedstawiciele badają zjawiska miękkiej siły i dyplomacji publicznej; paradygmat ekonomii politycznej; trzeci określa jako „transnarodowe sfery konfliktu”; następny to „transnarodowe rozszerzenia mediów” (*transnational media extensions* – odnosi się głównie do badań nad transnacionalizacją przekazów politycznych dzięki telewizji satelitarnej); piąty, „translokalny”, wyłonił się z badań nad kulturami hybrydowymi i modalnymi; szósty skupia się na regionalnych sieciach rozumianych jako regiony świata<sup>16</sup>. Badaczka zwraca uwagę, że nauka o mediach i komunikowaniu dość późno – w porównaniu m.in. z politologią i socjologią – reaguje na związki między globalizacją a komunikowaniem międzynarodowym. Ta sama autorka w publikacji z 2014 r. (*The global public sphere*) ponownie używa określenia „zglobalizowana komunikacja”, ale koncentruje się na globalnej komunikacji publicznej, w której jednostki i organizacje komunikują się ze sobą przez „platformy”, którymi są zarówno klasyczne media, jak i media społecznościowe. Volkmer proponuje spojrzenie na „zglobalizowaną komunikację” jako już nie makrostruktury sieci opisane przez Castellsa na przełomie XX i XXI wieku, ale sieci mikro-, których „węzły są usytuowane w uniwersum subiektywnych, spersonalizowanych struktur sieciowych, łączących jednostki we wszystkich regionach świata”<sup>17</sup>. Te sieci nie funkcjonują w opozycji do mediów masowych, ani też media masowe nie są ich

węzłami: taką rolę pełnią jednostki, niezależnie od tego, z jakich platform przekazywania informacji korzystają. Zgodnie z tym podejściem, nawiązującym do klasycznego Habermasowskiego rozumienia sfery publicznej (Volkmer podkreśla znaczenie tradycji Habermasowskiej w swych badaniach), globalna sfera publiczna tworzy się na poziomie subiektywnych mikro-sieci, w których jednostki są połączone zainteresowaniami lub wspólnymi interesami, niezależnie od tego, w jakich państwach żyją, czy do jakich narodów się przypisują.

Cees J. Hamelink w wydanym w 2015 r. podręczniku pt. *Global communication* uznaje określenie „globalna” w połączeniu z „komunikacją” raczej za obietnicę, niż za opis rzeczywistości. Globalna komunikacja według tego autora sugeruje „istnienie społeczeństwa globalnego, w którym uczestniczą i są tak samo ważni wszyscy mieszkańcy Ziemi”<sup>18</sup>. Idąc tropem Nicka Couldry’ego, Hamelink proponuje, aby komunikowanie globalne pojmować jako „translokalną praktykę komunikacyjną” i badać, jak ta „praktyka” wchodzi w relacje z gospodarką, polityką i kulturą<sup>19</sup>. W obu ostatnich przypadkach wyraźnie rysuje się trend do definiowania komunikowania globalnego (zglobalizowanego) jak procesu społecznego. Translokalności poświęcają uwagę także inni autorzy, jak Marwan Kraidy i Patrick D. Murphy, którzy na przykładzie globalnych formatów telewizyjnych, jak *Big Brother*, wskazali na skutki badania nie tylko ich związków z pierwotną wersją, na podstawie której powstała „biblia” formatu, ale także na istotność studiów porównawczych między ich lokalnymi wersjami. Takie podejście nazywają „translokalnym”<sup>20</sup>. Powyższe ujęcia

<sup>16</sup> I. Volkmer, *Introduction* [w:] *The handbook of global media research*, red. I. Volkmer, Oxford 2012, s. 2–3.

<sup>17</sup> Tamże, *The global public sphere*, s. 4 i nast.

<sup>18</sup> C.J. Hamelink, *Global communication*, dz. cyt., s. 3.

<sup>19</sup> Tamże, s. 42.

<sup>20</sup> M.M. Kraidy, P.D. Murphy, *Shifting Geertz. Toward a theory of translocalism in global communication studies*, „Communication Theory”, Vol. 18 (2008), nr 3, s. 348–349.

sygnalizują, że w komunikowaniu globalnym pojęcie globalnej publiczności, wywodzące się z badań nad komunikowaniem masowym, może zostać zastąpione Volkmerowskimi mikrospołecznościami, o charakterze zdelokalizowanym. Globalna sfera publiczna rozwija się więc przez wewnętrzne zróżnicowanie, jak Luhmanowskie subsystemy. Platformy, z których te mikro sieci korzystają, pozwalają im jednak na stałą komunikację między sobą.

### **Komunikowanie globalne z perspektywy paradygmatu geopolitycznego**

Ponieważ reprezentuję nurt badań nazwany przez Volkmera geopolitycznym, skupionym na zjawiskach miękkiej siły i dyplomacji publicznej, przedstawię wnioski z moich badań nad tymi zjawiskami dla pojmowania komunikowania globalnego. Badania były skupione na Polsce i jej dążeniu do uzyskania pozycji państwa średniej rangi w polityce europejskiej po 2004 r. za pomocą narzędzi miękkiej siły i w oparciu o zasoby tejsze, wobec ograniczonych zasobów twardych, zarówno militarnych, jak i ekonomicznych. Kraje średnie często sięgają po miękką siłę, aby poprawić swoją międzynarodową pozycję. W komunikowaniu globalnym są niemal niewidoczne, dlatego ich działania są skierowane na pozyskanie tejsze widoczności. W tym celu wprowadzają do polityki zagranicznej takie narzędzia, jak kształtowanie marki kraju, skupionej na wizerunku i postrzeganiu za granicą, oraz dyplomację publiczną, w której pozyskuje się interesariuszy dla budowania długotrwałych relacji. Ponieważ państwa średniej rangi zwykle nie są w stanie wpływać na międzynarodowy przepływ informacji przy wykorzystaniu własnych

mediów (nadających w językach szerszej komunikacji za granicę), więc kierują swoje przekazy do mediów globalnych lub znaczących mediów regionalnych, przyciągając ich uwagę.

Postrzeżenie międzynarodowe i widoczność państw stały się istotnymi kategoriami badawczymi, gdyż media koncentrują się w ramach komunikowania globalnego tylko na niektórych regionach świata, przede wszystkim na Stanach Zjednoczonych i mocarstwach regionalnych w Europie oraz na punktach zapalnych, jak np. po 2011 r. – na krajach Arabskiej Wiosny, potem Syrii, Iraku i Ukrainie. Polska, razem z całą Europą Środkową i Wschodnią, nie należy do regionów dostrzeganych w komunikowaniu globalnym<sup>21</sup>, co jeszcze pogłębia problem braku widoczności w stosunkach międzynarodowych. Informacje płynące z tego regionu mają niską wartość dla mediów, gdyż kraje, z których pochodzą, nie są postrzegane jako wpływowe i widoczne w systemie międzynarodowym. Prowadzi to do efektu błędnego koła – kraj o słabej pozycji międzynarodowej nie będzie jej w stanie poprawić przez media, gdyż rzadko jest w stanie przyciągnąć ich uwagę. Te zjawiska były badane przez politologów i medioznawców co najmniej od lat 60. XX wieku<sup>22</sup>. Wyjaśnia je koncepcja wartości informacyjnej wydarzeń, w której jedną ze zmiennych niezależnych jest miejsce pochodzenia wiadomości. Jak wskazuje Winfried Schulz, w przypadku Polski to pochodzenie wiadomości działa na niekorzyść widoczności kraju w mediach globalnych. Siła przyciągania uwagi mediów (jeden z wymiarów miękkiej siły) według Schulza zależy od międzynarodowej pozycji kraju, ale także od poczucia bliskości geograficznej, kulturowej i politycznej<sup>23</sup>. Polska może

<sup>21</sup> W. Schulz, *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*, Wiesbaden 2008, s. 71.

<sup>22</sup> Koncepcja informacyjnej wartości wydarzeń była rozwijana m.in. przez J. Galtunga i M.H. Ruge w latach 60. ub. wieku na przykładzie prasy. Jej aktualizacje włączyły do analizy media elektroniczne. Patrz szerzej: J. Galtung, M.H. Ruge, *The structure of foreign news* [w:] *Media sociology*, red. J. Tunstall, London 1970, s. 259–300.

<sup>23</sup> W. Schulz, *Politische Kommunikation...*, dz. cyt., s. 90.

przyciągać większą uwagę mediów w krajach sąsiedzkich, sprawując w nich rolę informacyjnego sąsiada, nie pełni natomiast roli regionalnego centrum informacyjnego.

W pierwszych piętnastu latach XXI w. coraz więcej uwagi poświęcano wydarzeniom w krajach grupy BRICS. Rosja, Indie i Chiny zajmują przy tym dość stabilną pozycję w globalnym przepływie informacji, dzięki swoim twardym zasobom i wpływowi na sytuację na świecie. W 2015 r. państwa BRICS zorganizowały swój pierwszy szczyt medialny, na którym zdecydowano o ściślejszej współpracy mediów tych krajów, m.in. po to, aby wpływać na globalny przepływ informacji. W takich działaniach pobrzmiewa echo dyskusji nad wolnością przepływu informacji na świecie i metodami jego regulacji. Tradycyjnie w badaniach nad komunikowaniem globalnym silny był nurt skupiający się na inicjatywie Nowego Międzynarodowego Ładu Informacyjnego i Komunikacyjnego (New World Information and Communication Order, NWICO), do 1989 r. wspierającej państwa rozwijające się w działaniach na rzecz przełamania informacyjnej dominacji bogatej Północy. W epoce internetu platformą dyskusji nad światowym przepływem informacji stał się szczyt społeczeństwa informacyjnego (World Summit on the Information Society, WSIS), który w dwóch turach, w 2003 r. w Genewie i 2005 r. w Tunisie, debatował nad metodami przeciwdziałania procesom cyfrowego wykluczenia. O ile jednak NWICO koncentrował się na wykluczeniu państw i regionów świata z obiegu informacji, o tyle WSIS bardziej skupia się na prawach jednostki w komunikowaniu globalnym.

Jak widać z tego wprowadzenia, nurt geopolityczny w badaniach nad komunikowaniem globalnym nadal uwzględnia wpływ zmien-

nych politycznych i ekonomicznych na pozycje państw w przepływie informacji na świecie. Przy czym idea utraty znaczenia przez granice narodowe wynika z tradycji medioznawstwa zachodnioeuropejskiego i amerykańskiego, co nie sprawdza się już poza tymi obszarami – na wschodzie Europy. Mimo że w tym nurcie napięcie między tym, co globalne i lokalne – jako jeden z głównych problemów badań nad komunikowaniem globalnym – nie jest kwestią pierwszoplanową, to jednak znajduje odzwierciedlenie m.in. w badaniach nad uwarunkowaniami rozwoju globalnych mediów. Wspólnym trendem na świecie jest ich komercjalizacja, urynkowanie, a nawet do pewnego stopnia liberalizacja rynków, ale to nie oznacza takich samych efektów dla zawartości mediów, zwłaszcza w relacji do tożsamości kulturowej i narodowej. Michael Curtin idzie tym tropem, opisując i wyjaśniając niepowodzenie Ruperta Murdocha i jego firmy News Corporation przy budowie chińskiej TV Phoenix<sup>24</sup>. Na nowo też należałoby się zastanowić nad integrującą – dla narodowej kultury – rolą mediów, biorąc pod uwagę ich rosnące zróżnicowanie i specjalizacje, czyli przejście – według Wayne Wanty – od mediów dla elit, przez media masowe, do wyspecjalizowanych<sup>25</sup> (jak w *mass self communication* Castellsa).

### **Telewizja: stare nowe medium komunikowania globalnego**

W nurcie geopolitycznym państwo jest nadal uwzględniane jako znaczący aktor komunikowania globalnego, m.in. ze względu na zaangażowanie w nadawanie za granicę w ramach zmediatyzowanej dyplomacji publicznej. To zjawisko zilustruję na przykładzie rozwoju glo-

<sup>24</sup> M. Curtin, *Murdoch's dilemma, or „What's the price of TV in China”?*, „Media, Culture & Society”, Vol. 27 (2005), nr 2, s. 157.

<sup>25</sup> W. Wanta, *Fox News and the polarization of attitudes in the U.S.*, „Central European Journal of Communication”, Vol. 1 (2008), nr 1, s. 111–121.

balnych i regionalnych telewizji sponsorowanych przez rządy po 2001 roku.

Skupianie się mediów, nazywanych globalnymi, na określonych regionach przełamują telewizje, wraz z serwisami online, które mają ogólnoświatowy zasięg, ale także lokalne językowe wydania. Takim przykładem jest Al Dżazira, która w wersji arabskiej wywarła istotny wpływ na kształtowanie się arabskiej sfery publicznej. Wpływ na agendę mediów przez sposób pokazywania przez tę stację wydarzeń w świecie arabskim, m.in. Arabskiej Wiosny w 2011 r., zyskał miano „efektu Al Dżaziry”. Przypadek jest o tyle istotny dla dalszych rozważań, że Al Dżazira jest tworem państwa małego, ale o poważnych zasobach siły ekonomicznej. Niewątpliwie świat nie dowiedziałby się tak wiele o wydarzeniach m.in. w Egipcie i Tunezji w 2011r., gdyby nie rozbudowana sieć biur i liczni, stali korespondenci Al Dżaziry w tym regionie (wersja angielska od 2006 r.). Stacja zyskała również uznanie, nadając bezpośrednio z miejsc wydarzeń, jak plac Tahrir w Kairze w 2011 r., a nie z biur i hoteli, jak to robili korespondenci BBC. Jej wiadomości pochodziły od samych uczestników wydarzeń, o których stacja wiedziała dzięki mediom społecznościowym, i przekazywała te informacje dalej. Al Dżazira w wersji angielskiej jest postrzegana jako medium odwracające kierunek przepływu informacji z Północy na Południe dominujący w globalnym komunikowaniu. Telewizja koncentruje się bardziej na wiadomościach z Południa (chodzi tu o „Południe” w rozumieniu Al Dżaziry)<sup>26</sup>. Panarabskiej telewizyjnej sfery publicznej nie można jednak traktować jako monolitu. Jest ona zróżnicowana zarówno pod

względem własności mediów (są stacje państwowe i prywatne – w 2013 r. na ponad 1320 stacji 168 należało do państw), jak i politycznie i kulturowo. Mają one zarówno charakter religijny (sunnickie i szyickie, ale także chrześcijańskie), jak i świecki. Najbardziej popularne z nich nadają laicki program uniwersalny<sup>27</sup>.

Podobny skutek, zmieniający globalny krajobraz medialny, mają działania takich telewizji jak rosyjska RT i chińska CCTV, ale także Tele SUR w Ameryce Łacińskiej i irańska Press TV. Łamią one monopol na nadawanie w skali globalnej prywatnych stacji z USA i publicznych z Wielkiej Brytanii. Skierowane są do anglojęzycznej (Tele Sur do hiszpańsko- i portugalskojęzycznej) publiczności na całym świecie, którą w badaniach określa się jako publiczność globalną. W globalnym krajobrazie medialnym występują więc procesy wzrastania liczby mediów o znaczeniu globalnym i regionalno-językowym, które potencjalnie mogą pełnić rolę aktorów stosunków międzynarodowych w wymiarze globalnym. Samo powołanie do życia stacji telewizyjnej lub platformy informacyjnej 24/7 w języku angielskim nie zapewnia jednak ich twórcom lub właścicielom wpływu na globalny przepływ informacji. Mogą one bowiem znaleźć się w morzu medialnego „planktonu”<sup>28</sup>, bez większego znaczenia dla globalnych narracji i bez wpływu na międzynarodową agendę mediów.

Sposób korzystania z oferty globalnych telewizji jest zlokalizowany, co widać na skrajnych przykładach w badaniach nad źródłami informacji mieszkańców Syrii w czasie wojny z ISIS i Ukraińców w czasie konfliktu z Rosją po 2014 r. Największą popularność w Syrii zdobyły telewizje arabskie: Al Arabija<sup>29</sup>

<sup>26</sup> T.U. Figenschou, *Al Jazeera and the global media landscape. The South is talking back*, London 2014.

<sup>27</sup> E. Galal, *Introduction* [w:] *Arab TV – Audiences. Negotiating religion and identity*, red. E. Galal, Frankfurt am Main 2014, s. 9 i 16.

<sup>28</sup> To pojęcie czerpię ze *Strategii państwa* Wojciecha Lamentowicza (Warszawa 2015), który rozróżnia w systemie globalnym „superpodmioty” i „masę planktonową”, między którymi rośnie asymetria (s. 59).

<sup>29</sup> Al Arabija to panarabska telewizja informacyjna nadająca od 2003 r. z Dubaju, związana z Saudyjczykami.

(26% respondentów) i Al Dżazira (16%). Ich informacje były weryfikowane w programach BBC (4% respondentów), France 24 (1,6%) i rosyjskiej RT (1,2% respondentów)<sup>30</sup>. Motywy poszukiwania informacji w globalnych mediach są zróżnicowane i zależne od sytuacji. W przypadku kryzysu widzowie deklarują, że sięgają do źródeł informacji, z których na co dzień nie korzystają, aby uzyskać bardziej wyważony obraz. O przewadze informacyjnej telewizji w okresie konfliktów świadczy wojna tocząca się od 2014 r. na Ukrainie. Dla publiczności na Ukrainie i w Rosji jest ona głównym źródłem wiadomości i narzędziem propagandy wojennej wszystkich zaangażowanych stron. Jednocześnie jednak telewizje działają w tym konflikcie jak platformy informacyjne, docierając do odbiorców w skali globalnej przez swoje strony internetowe, obecność na Facebooku i Twitterze. Ukraina w czasie konfliktu od 2014 r. stała się przykładem na to, jak kraj ogarnięty konfliktem musi w przyspieszonym tempie włączyć się do globalnego obiegu wiadomości. Z Majdanu bezpośrednio nadawały niezależne internetowe stacje telewizyjne (jak Hromadskie), a rząd Ukrainy powołał w lipcu 2014 r. anglojęzyczną stację UT. W tym czasie coraz większą popularność na świecie zyskiwała rosyjska RT, która, jak sama twierdziła, w Wielkiej Brytanii miała w 2015 r. więcej widzów niż Euronews i dzięki temu rozpowszechniała rosyjską interpretację wydarzeń na wschodzie Ukrainy.

Badania przeprowadzone po aneksji Krymu dla amerykańskiej Rady Zarządzającej Mediami (Broadcasting Board of Governors, BBG) pokazały, że zmieniła ona zachowania odbiorcze około jednej piątej mieszkańców Krymu i ponad 10% mieszkańców pozostałych części Ukrainy. Pierwszym powodem reorientacji było

zakończenie nadawania programów ukraińskich na Krymie i rosyjskich w pozostałych częściach Ukrainy. W efekcie spośród mieszkańców Krymu, którzy zmienili swoje zachowania odbiorcze, ponad 70% zaczęło częściej oglądać media rosyjskie. Poza Krymem proces był odwrotny – prawie 70% częściej korzystało z mediów ukraińskich. Natomiast z mediów zagranicznych zaczęło częściej korzystać 5,8% odbiorców na Krymie, a w drugiej grupie respondentów ten wzrost wyniósł 6,2%. W tym przypadku konflikt zbrojny nie wywołał więc znaczącego zainteresowania zagranicznymi mediami. Wynika to jednak po części z częstego korzystania z internetu, który stał się na Ukrainie – po telewizji, a przed radiem i prasą – drugim źródłem informacji o polityce<sup>31</sup>.

Popularność telewizji w wielu regionach świata sprzyja jej wykorzystaniu przez rządy państw. Aby zapewnić temu medium globalny zasięg, nowo tworzone stacje są dostępne online. Ma to znaczenie w przypadku, gdy w państwie, do którego są kierowane przekazy, są ograniczenia dla odbioru stacji telewizyjnych z zagranicy. Rządy, które nie są w stanie inwestować w telewizję i radio nadające program 24/7 w języku angielskim, aktywizują się w mediach społecznościowych (jak na Twitterze), próbując wpływać na mikrosieci jako podstawę globalnej sfery publicznej.

### **Wnioski z badań nad nową dyplomacją publiczną dla definiowania komunikowania globalnego**

Badania nad nową dyplomacją publiczną (NPD) wskazują jednak, że i w tym nurcie komunikowania globalnego są uwzględniane relacje horyzontalne, powstające nie tylko dzięki obecności rządów w mediach społecznościowych,

<sup>30</sup> Syria Audience Research, August 2014, Media in Cooperation and Transition, Berlin 2014, s. 25 i 27.

<sup>31</sup> *Contemporary media use in Ukraine*, <https://www.bbg.gov/wp-content/media/2014/06/Ukraine-research-brief.pdf> [dostęp: 30.05. 2016].

ale także dzięki medialnej aktywności aktorów niepaństwowych, w tym zaangażowanych grup tematycznych (*issue alliances*) online. Wzrost znaczenia aktorów niepaństwowych w stosunkach międzynarodowych znalazł odzwierciedlenie w rozwoju nowej dyplomacji publicznej, w której coraz więcej uwagi poświęca się formom relacyjnym, dialogowym. Zakładają one zaangażowanie obu stron – partnerów – na rzecz osiągnięcia wspólnych celów. Wiele inicjatyw nowej dyplomacji publicznej jako cel pośredni wymienia „sieciowanie” (*networking*), a więc budowanie relacji między aktorami państwowymi i niepaństwowymi, zagranicznymi i wewnętrznymi (krajowymi) podczas realizacji strategii dyplomacji publicznej. Jej cele – w porównaniu z erą komunikowania międzynarodowego – nie zmieniają się w sposób istotny. NDP nadal wspomaga realizowanie interesów danego państwa w stosunkach międzynarodowych przy wykorzystaniu perswazji. Jej oddziaływanie jednak, podobnie jak w symetrycznym modelu public relations, powinno prowadzić do powstania wzajemnie korzystnych relacji pomiędzy uczestnikami tego procesu, nazywanymi obecnie interesariuszami. W NPD, rozumianej jako sieć, rządy są istotnymi węzłami, ale taką rolę mogą także pełnić aktorzy niepaństwowi, w tym organizacje pozarządowe lub media komercyjne. Nurt geopolityczny, mimo jego przywiązania do hierarchicznej perspektywy makro, uwzględniając proces sieciowania, zakłada zmianę pozycji państwa w komunikowaniu globalnym z kontrolnej na koordynującą.

Badania, które prowadziłam nad polskim modelem dyplomacji publicznej wskazują, że NPD w wersji sieciowej występuje równolegle z modelem transmisyjnym. W komunikowaniu globalnym utrzymują się więc zarówno asymetryczne modele transmisji (reklama, promocja państwa za granicą, kształtowanie marki kraju, nadawanie za granicę), jak również powstają modele sieciowe (dyplomacja kulturalna, dyplomacja samorządowa, dyplomacja obywatelska). W niektórych obszarach, jak np. zagra-

niczna polityka historyczna, oba modele mogą występować w tym samym czasie. Sieciowanie w NDP zdaje się przy tym potwierdzać istotność mikrosieci dla globalnej sfery publicznej w ujęciu Volkmer. Również w ujęciu NPD komunikowanie globalne rozwija się na poziomie mikro-, a nie jedynie przez sponsorowane przez rząd nadawanie za granicę. Dla rządów zastosowanie symetrycznej NPD oznacza więc włączanie się w globalne mikrosieci i komunikację zaangażowanych grup tematycznych. Udział w komunikacji na poziomie mediów społecznościowych pozwala poświęcić więcej uwagi treści i tworzeniu relacji z potencjalnymi interesariuszami. Ten proces pokazuje także, że NPD w ramach komunikacji globalnej zmienia postrzeganie publiczności przez rządy. Wizja wielkich audytoriów, do których kieruje się homogeniczne przekazy, odchodzi do przeszłości. Ważne staje się rozpoznanie preferencji członków mikrosieci i umiejętność współpracy z nimi.

Szczególnym przypadkiem wielopoziomowego procesu włączania w komunikowanie globalne w NPD jest dyplomacja samorządowa. Badałam rozwój tego obszaru na przykładzie Polski w latach 2004–2015. Wyniki tych badań wskazują, że sieciowanie w tym przypadku było skuteczne, bo wsparte przez rosnące zaangażowanie samorządów lokalnych w proces nawiązywania międzynarodowych kontaktów. Dawne wertykalne relacje samorządów z MSZ zostały uzupełnione przez horyzontalne związki między samorządami oraz połączenia z instytucjami rządowymi, jak np. Polska Organizacja Turystyczna (z jej oddziałami lokalnymi, regionalnymi i zagranicznymi), która jest odpowiedzialna za promocję turystyczną, w tym – za kształtowanie marki Polski, oraz z organizacjami pozarządowymi, jak np. Fundacja Rozwoju Samorządności Lokalnej. Sieciowanie było możliwe dzięki zmianom w polskim prawie zapoczątkowanym uchwaleniem Konstytucji z 1997 r., która zagwarantowała samorządom prawo współpracy z partnerami zagranicznymi

na poziomie lokalnym i regionalnym. Dzięki temu powstały silne relacje z interesariuszami za granicą, które zgodnie z powyższymi rozważaniami należy nazwać translokalnymi. Sieciowej strukturze towarzyszyła różnorodność przekazów wynikająca ze zróżnicowanej motywacji do współpracy z partnerami za granicą i z MSZ. Wiele polskich samorządów podejmowało taką współpracę z regionami, które zamieszkuje polska mniejszość, ale równie ważne były motywacje ekonomiczne lub chęć pozyskania *know how* w zarządzaniu gminami lub dzielenia się taką wiedzą, m.in. z partnerami w krajach Partnerstwa Wschodniego. Nie mniej istotne były dążenia do promocji turystycznej gmin i regionów za granicą.

Przypadek Polski, jako państwa średniej rangi, pokazuje natomiast, że w obszarze zmediatyzowanej dyplomacji publicznej efekty włączania w globalny przepływ informacji są mniejsze. Dyplomacja publiczna Polski, w latach 2004–2015 okresowo skupiona na asymetrycznym branding, miała za zadanie poprawić widoczność średniego kraju położonego w centrum Europy. Jak to podkreślono wcześniej, widoczność stała się istotną zmienną komunikowania globalnego i dla rządów jest ona znaczącą wartością, która łączy się m.in. z międzynarodowym bezpieczeństwem państwa. Takie rozumienie widoczności sygnalizują m.in. państwa małe, jak sąsiedzi Polski nad Bałtykiem.

W badanym okresie Polska nie była w stanie stworzyć mediów, które funkcjonowałyby jako regionalne europejskie media informacyjne, nie wspominając o mediach globalnych. W 2007 r. powstała telewizja Bielsat nadająca na Białoruś w języku białoruskim, w większości finansowana przez MSZ i realizowana we współpracy z nadawcą publicznym TVP SA, co nadało jej status polskiego projektu nadawania za granicę. Główna instytucja rządowa polskiej dyplomacji publicznej i kulturalnej – Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej (DDPiK) w MSZ nie była jednak odpowiedzialna za działalność tej telewizji. Mimo że podstawowe rządowe do-

kumenty, jak sformułowane w 2009 r. *Kierunki polskiej promocji do 2015*, przypisywały nadawaniu za granicę istotne znaczenie w promocji Polski, to nie znalazło to odzwierciedlenia w działaniach polskiej NPD. Bielsat był w badanym okresie przede wszystkim narzędziem promowania demokracji na Białorusi przez zastępowanie niezależnych źródeł informacji o polityce brakujących w tym kraju. Departament Dyplomacji Publicznej i Kulturalnej koordynował zaś nadawanie Polskiego Radia dla Zagranicy.

Braki wynikające z pozycji państwa średniego, o ograniczonych zasobach i języku, który nie pełni roli języka szerszej komunikacji, nadrabiano brandingowym nastawieniem polskiej dyplomacji publicznej, a więc jej silną koncentracją na promocji (gospodarczej i turystycznej) i kształtowaniu marki kraju, a także na reklamie. Są to formy jednostronne, podające, które jak się wydaje były preferowane ze względu na oczekiwanie szybkiego efektu. Tymczasem w środowisku międzynarodowym dotarcie z takimi przekazami do szerszych publiczności było trudne w okresie komunikowania masowego, a w dobie *mass self communication* skomplikowało je jeszcze rozproszenie i „uwolnienie” publiczności.

Badania nad NPD weryfikują pojmowanie komunikowania globalnego. Wskazują przede wszystkim, że poszukiwane globalnej publiczności, a więc i globalnej opinii publicznej, to poszukiwanie świętego Graala. Komunikowanie globalne to wielopoziomowy proces wyrównywania się szans dostępu do informacji o potencjalnie globalnym zasięgu. Bariery dla osiągnięcia tego zasięgu nadal tkwią w kulturze, począwszy od języka komunikacji, a skończywszy na uwarunkowaniach dekodowania przekazu. Przeciwstawienie sobie tego, co lokalne i globalne przez funkcjonowanie mikrosieci zdaje się mieć jednak mniejsze znaczenie, niż w koncepcjach z optymistycznych lat 90. ubiegłego wieku. „Uwolnione” publiczności nie muszą

się przemieszczać, aby tworzyć nowe mikro-sieci. Marwan M. Kraidy i Patrick D. Murphy<sup>32</sup> sugerowali, aby badania nad komunikowaniem globalnym zaczynać od tego, co lokalne. W ujęciu tego artykułu oznacza to rozpoczynanie badań od tego, co dzieje się w zdelokalizowanych mikrosieciach.

Specyfiką komunikowania globalnego jest równoległe funkcjonowanie modeli transmisyjnych i sieciowych. Ograniczenia wolności internetu na świecie wskazują, że jego siecią część można zredukować. Brak swobody wypowiedzi, obok zmiennych infrastrukturalnych, to największe bariery rozwoju komunikowania globalnego.

---

<sup>32</sup> M.M. Kraidy, P.D. Murphy, *Shifting Geertz...*, dz. cyt., s. 351.