

Przyczyny sukcesu Al-Jazeera English po roku 2011 i jej miejsce na medialnej mapie świata

MICHALINA GUZIKOWSKA

Uniwersytet Warszawski

Streszczenie

Katarska stacja telewizyjna Al-Jazeera przez wiele lat była postrzegana jako tuba propagandowa różnych ugrupowań terrorystycznych, na czele z Al-Kaidą. To właśnie za pośrednictwem tej stacji do zachodnich mediów docierały przekazy przygotowywane przez Osamę bin Ladena i to on na długie lata stał się twarzą Al-Jazeera. Jednak od 2011 roku diametralnie zmieniło się postrzeganie stacji przez zachodnie media, które szczególnie w okresie „arabskiej wiosny” bardzo często powoływały się na przekazy katarskiej telewizji jako na rzetelne źródło informacji. W artykule wskazano jedynie kilka przyczyn niewątpliwego sukcesu Al-Jazeera po roku 2011 – przede wszystkim wskazano, jak duże znaczenie miało utworzenie kilka lat wcześniej anglojęzycznej wersji kanału. Omówiono również sposób pozyskiwania i przekazywania informacji, które znacząco wpłynęły na uatrakcyjnienie przekazu i dostosowanie go do zmieniającego się krajobrazu mediów na świecie. Nie pominięto ukazania negatywnych i manipulacyjnych praktyk stosowanych przez stację, wskazując jednocześnie przyczyny takich zachowań. W podsumowaniu podjęto próbę odpowiedzi na pytanie o to, czy Al-Jazeera ma szansę stać się prawdziwym medium globalnym, co jest jej wielką ambicją.

Słowa-klucze: Al-Jazeera, media w świecie arabskim, media na Bliskim Wschodzie, media arabskie, arabskie stacje telewizyjne

Abstract

The reasons of Al Jazeera English success after 2011 and its place on the world media map

The Qatari TV station Al-Jazeera was for many years seen as a mouthpiece for propaganda of various terrorist groups, led by Al-Qaeda. It was through this station that made the western media reach remittances made by Osama bin Laden, and he for a long time became the face of Al-Jazeera. However, from 2011 the perception of the station by the Western media have radically changed, especially during the "Arab Spring" when that often relied on remittances form Qatari television as a reliable source of information. The article shows only a few reasons of undoubted success of Al-Jazeera after 2011 – it was especially indicated how important was the creation of the English version of the channel a few years before. Also, it is discusses how to collect and transmit the information, which significantly contributed to the attractiveness of the message and adapting it to the changing media landscape in the world. The negative and manipulative practices used by the station weren't omitted too, but there is an indication the reasons for such behavior. In summary, the author attempts to answer the question whether Al-Jazeera has a chance to become a truly global medium, which is its great ambition.

Keywords: Al-Jazeera, media in the Arab World, media in the Middle East, Arab media, Arab TV stations

I. SPECYFIKA PRZEKAZU AL-JAZEERY PRZED ROKIEM 2011

Zachodnie media, powołując się na informacje przekazywane przez katarską stację telewizyjną, wykreowały w społecznej świadomości swoich odbiorców specyficzny wizerunek tego medium. Po zamachach z 11 września 2001 roku Al-Jazeera Arabic (AJA) była stacją, do której trafiały nagrania przygotowywane przez Osamę bin Ladena i Al-Kaidę, postrzegano ją jako tubę propagandową islamskich terrorystów, którzy za jej pośrednictwem docierali ze swoim przesłaniem do szerokiej grupy odbiorców¹. Krajowe media drukowane, które pisały o Al-Jazeerze w kontekście nowych nagrań z udziałem lidera organizacji odpowiedzialnej za zamachy, szczególnie chętnie wskazywały na kontekst współpracy stacji z terrorystami. W badaniu, które obejmowało recepcję Al-Jazeery przez media w Czechach, Polsce, na Słowacji i Węgrzech w roku 2001, wykazano, że w ponad połowie analizowanych tekstów prasowych pojawiają się informacje o związkach stacji z terrorystami².

Jednoznacznie negatywny wizerunek Al-Jazeery w mediach zachodnich został utrwalony w kolejnych latach, gdy arabskojęzyczna stacja (anglojęzyczna wersja stacji powstała dopiero w 2006 roku – czytaj poniżej) swoimi twarzami uczyniła islamskich

¹ Por. K. Jałoszyński, J. Skosolas, *Media wobec współczesnego zagrożenia terroryzmem*, Warszawa 2008, s. 64.

² J. Hanzel, A. Balogh, M. Guzikowska, G. Mezeiova, *Al Jazeera in Central European media*, „Central European Journal of Communication”, vol. 8, no. 1 (14)/2015, s. 70.

radykałów i postaci skrajnie negatywnie kojarzone przez społeczność międzynarodową³. Warto przypomnieć chociażby przemówienie Osamy bin Ladena z 19 października 2003 roku, które zostało wyemitowane na antenie, a w którym szef Al-Kaidy wsparł działania wszystkich grup walczących z Amerykanami w Iraku. „Cieszcie się dobrymi wieściami – Ameryka jest pogrążona w bagnach między Tygrysem i Eufratem. George W. Bush (...) jest łatwą zdobyczą. Teraz jest tu w niezręcznej sytuacji i to tutaj Ameryka jest rujnowana przed całym światem”⁴. Podobne słowa, które często padały podczas serwisów informacyjnych Al-Jazeera, ukształtowały w powszechnej świadomości obraz tej stacji jako medium wspierającego terroryzm oraz będącego platformą wyrazu dla antyamerykańskich i antyizraelskich postaw, promującą ekstremizm polityczny w świecie arabskim⁵.

W tym kontekście nie dziwi fakt publicznego krytykowania stacji przez najważniejszych polityków świata. Szczególnie ostro na temat działalności stacji wypowiadali się przywódcy USA. W 2004 roku, gdy w Iraku i Afganistanie trwały operacje wojskowe pod przywództwem Stanów Zjednoczonych, prezydent George W. Bush mówił o tym, że Al-Jazeera stosuje „nienawistną propagandę”⁶ w stosunku do jego państwa, a sekretarz stanu ds. obrony Donald Rumsfeld nazywał przekaz stacji „niewybaczalnie tendencyjnym”⁷. Mając do czynienia z tak mocno zakorzenionym i wciąż powtarzaniem przekonaniem o swojej roli w promowaniu terroryzmu władze Al-Jazeera podjęły bardzo odważną decyzję o utworzeniu anglojęzycznej wersji kanału, której przekaz trafi do zachodniego odbiorcy i będzie dla niego zrozumiały. W 2006 roku powołano do życia Al-Jazeera English (AJE), przed którą postawiono szalenie ambitne zadanie zdobycia miliardowej widowni na całym świecie⁸ i przełamania hegemonii medialnej duetu mediów anglosaskich, czyli CNN i BBC.

Niestety nie istnieją globalne dane dotyczące oglądalności stacji we wszystkich krajach, w których jest nadawana. Dlatego nie można ustalić, jak daleko jest Al-Jazeera do zyskania satysfakcjonującego miliarda odbiorców. Wydaje się, że zachodnia widownia woli poznawać przekaz Al-Jazeera za pośrednictwem mediów krajowych, co udowadnia chociażby przykład Wielkiej Brytanii. Na Wyspach Al-Jazeera ogląda niewiele ponad cztery miliony odbiorców⁹, podczas gdy już w roku 2001 jej rozpoznawalność wśród Brytyjczyków wynosiła 99 procent¹⁰.

³ M. Guzikowska, *Islam w przekazie medialnym Al-Jazeera*, [w:] *Sacrum w mediach*, red. M. Chmielewski, M. Jodkowski, D. Sonak, J. Woźniak, Lublin 2015, s. 230.

⁴ R. B. Herath, *A New Beginning for Humankind: A Recipe for Lasting Peace on Earth*, Bloomington 2012, s. 81.

⁵ T. Flew, *Media globalne*, Kraków 2010, s. 215.

⁶ O. Kessler, *The Two Faces of Al Jazeera*, „Middle East Quarterly”, Winter 2012, s. 48.

⁷ [Online:] <http://www.foxnews.com/story/2004/02/06/rumsfeld-al-jazeera-is-causing-deaths.html> [dostęp: 5.06.2015].

⁸ T. Samuel-Azran, *Al-Jazeera and US War Coverage*, New York 2010, s. 18.

⁹ [Online:] <http://www.statista.com/statistics/290874/al-jazeera-english-viewers-reached-quarterly-united-kingdom/> [dostęp: 5.06.2015].

¹⁰ *War and the Media: Reporting Conflict 24/7*, red. D. Kishan Thussu i D. Freedman, London – Thousand Oaks – New Delhi 2003, s. 155.

Można zatem z dużą dozą prawdopodobieństwa stwierdzić, że to właśnie inne media, powołując się na informacje przekazywane przez AJA, przyczyniły się do wzrostu jej popularności. Jednocześnie zostały do tego niejako zmuszone – w 2001 roku to właśnie katarska stacja jako pierwsza pokazywała nagrania przygotowane przez Al-Kaidę z Osamą bin Ladenem w roli głównej, więc naturalnym było wspomnianie o niej w depeszach agencyjnych i przekazach medialnych. Zdobyta wówczas rozpoznawalność marki udowodniła władzom stacji, że aby dołączyć do grona najbardziej znaczących mediów na świecie powstająca AJE musi również mieć do zaoferowania odbiorcom przede wszystkim unikatowość i szybkość przekazu. W roku 2011 działająca od kilku lat anglojęzyczna stacja dostała niebywałą szansę na stanie się światowym centrum informacji i udowodnienie, że dotychczas popularna koncepcja przepływu informacji z centrum do peryferii przestaje mieć zastosowanie.

Zanim jednak zostanie przedstawiona zmiana sytuacji stacji w czasie „arabskiej wiosny”, warto zatrzymać się na chwilę przy teorii przepływu informacji i przyjrzeć się tak zwanemu „efektowi Al-Jazeera”. Pojęcie to zostało wprowadzone do literatury pod koniec pierwszej dekady XXI wieku przez Philipa Seiba, jednego z najbardziej cenionych znawców mediów arabskich. W wydanej w 2008 roku książce *The Al Jazeera Effect: How the New Global Media Are Reshaping World Politics* autor wyjaśnia mechanizmy rządzące procesem przekazywania informacji, który odbywa się poza kontrolą władz państwa, a co więcej, niekiedy zmusza je do podjęcia określonych działań. Nie byłoby to możliwe bez licznych kanałów pozyskiwania i dystrybucji informacji, w tym bez korzystania z nowych mediów opartych na wysokiej jakości przekazie satelitarnym oraz na internecie, w tym blogach i radiu internetowym. Dzięki błyskawicznemu przepływowi informacji ludzie mogą ostrzegać się przed niebezpieczeństwami, jednak Seib zauważa również niebezpieczeństwo wynikające z tego, że bez wiedzy, czy dana informacja jest prawdziwa, można przyjąć za prawdziwą wiadomość kompletnie fałszywą¹¹.

Konieczność posługiwania się kompleksowymi rozwiązaniami w procesie kształtowania kierunku przepływu informacji podkreślają również Houman A. Sadri i Madelyn Flammia, którzy to właśnie tę cechę uważają za wyznacznik istnienia „efektu Al-Jazeera”¹². Z kolei William Lafi Youmans, który już na początku obecnego wieku starał się uchwycić specyfikę „efektu Al-Jazeera”, już we wstępnej fazie badań nad sformułowaniem odpowiedniej koncepcji podkreślił to, co zostało później wykorzystane również przez Seiba, a mianowicie fakt, że istnienie popularnych mediów poza mainstreamem to szansa dla grup dotąd marginalizowanych na zaistnienie w powszechnej świadomości¹³. Z kolei Zofia Sawicka

¹¹ Ph. Seib, *The Al Jazeera Effect: How the New Global Media Are Reshaping World Politics*, Washington D.C. 2008, s. 176.

¹² H. A. Sadri, M. Flammia, *Intercultural Communication: A New Approach to International Relations and Global Challenges*, New York 2011, s. 229.

¹³ W. L. Youmans, *Al Jazeera Effect*, [w:] *Encyclopedia of Social Media and Politics*, red. K. Harvey, Los Angeles 2014, s. 41-43.

rozszerza termin „efekt Al-Jazeera” na stosowany przez stację sposób relacjonowania wydarzeń, który w krótkim czasie zyskał wielu zwolenników i naśladowców¹⁴.

II. DZIENNIKARSTWO I ŹRÓDŁA INFORMACJI

Należy zauważyć, że katarska stacja swój model pozyskiwania informacji oparła na znanej w Stanach Zjednoczonych sieci afiliacyjnej, w ramach której lokalne stacje telewizyjne współpracują ze stacjami ogólnokrajowymi. Dzięki takiemu rozwiązaniu CNN czy NBC nie muszą mieć w każdym stanie własnego oddziału, a gdy coś szczególnie istotnego dzieje się w którymś z mniejszych miast kanał ogólnokrajowy kupuje materiał od stacji lokalnej i w ten sposób zaoszczędza na prowadzeniu licznych biur. W podobny sposób działa Al-Jazeera, w której nadzoruje się działania lokalnych współpracowników, by mieć pewność, że najważniejsze informacje docierają jako pierwsze. Stacja ma obecnie ponad 70 biur na całym świecie, podczas gdy BBC tylko 50, a CNN – 40¹⁵. Jednym z najbardziej jaskrawych przykładów na to, że Al-Jazeera opłacało się zainwestować w gęstą sieć informatorów i współpracowników świadczy fakt, że katarska stacja jako jedyna miała swojego korespondenta w Strefie Gazy opanowanej przez izraelskie wojsko w ramach operacji „Płynny Ołów” w lata 2008-2009. To wydarzenie sprawiło, że katarska stacja zaczęła być postrzegana jako ważne źródło informacji. Nie można jednak nie zauważyć, że cytując informacje podawane przez Al-Jazeera w tym okresie, należało mieć na uwadze dość wyraźne zaangażowanie stacji po stronie palestyńskiej, która tematowi poświęca więcej newsów niż CNN i BBC razem wzięte, natomiast w cytowaniu źródeł dwa razy częściej powoływała się na dane uzyskane od strony palestyńskiej. Potrzeba dostępu do lokalnych źródeł informacji wynika również z zasad wyznawanych przez Al-Jazeera, które znajdują odzwierciedlenie w strategii stacji, której najważniejsze punkty wskazała Tine Ustad Figenschou.

Norweska badaczka, dzięki swoim badaniom prowadzonym wśród pracowników Al-Jazeera, wyodrębniła sześć kluczowych strategii, które mają doprowadzić do uzyskania miliardowej widowni na całym świecie:¹⁶ „głębokie dziennikarstwo” - szeroka prezentacja kontekstu wydarzeń, dziennikarstwo śledcze, jak najrzadsze posługiwanie się informacjami agencyjnymi; „każdy kąt, każda strona” - dzielenia czasu antenowego między przeciwne opcje, dawania głosu każdej stronie konfliktu, odejście od posługiwania się materiałami prasowymi; „głos tych, którzy go nie mają” - zapraszanie gości spoza mainstreamu, udostępnienie czasu antenowego przedstawicielom organizacji pozarządowych, nieufność wobec autorytetów, opowiadanie się przeciwko obowiązującemu systemowi; „być tam, gdzie nie ma innych” - przedstawianie informacji, które nie pojawiają się w innych mediach, bycie

¹⁴ Z. Sawicka, *Milczące media: rola i miejsce mediów w świecie arabskim*, „Global Media Journal – Polish Edition”, Spring 2010, s. 51-70.

¹⁵ T. Ustad Figenschou, *Al Jazeera and the Global Media Landscape*, Nowy Jork 2014, s. 57.

¹⁶ M. Guzikowska, *Recenzja książki T.U. Figenschou, Al Jazeera and the Global Media Landscape*, [w:] „Studia Medioznawcze” 2015, nr 3 (62), s. 155-156.

tam, gdzie rozgrywają się najważniejsze wydarzenia, otwieranie biur w jak największej liczbie miejsc; „perspektywa Południa” - przedstawianie większej liczby informacji z krajów rozwijających się (głównie Afryki i Ameryki Południowej), unikanie konwencjonalnej „zachodniej” perspektywy, zarzucenie posługiwania się perspektywą postkolonialną na rzecz perspektywy lokalnej, skupienie się na kluczowych elementach rozwoju, czyli żywności, paliwach i finansach; „pozwolić światu mówić w swoim imieniu” - mówienie o wydarzeniach z perspektywy ludzi uczestniczących w nich i miejsc, w których się rozgrywają, tworzenie materiałów wokół historii jednostek, zaproszenie nieprofesjonalistów do współpracy, posługiwanie się materiałami amatorskimi¹⁷.

III. SPECYFIKA ZAWARTOŚCI RELACJI AL-JAZEERY

W kontekście szukania przyczyn sukcesu Al-Jazeera szczególnie warto zwrócić uwagę na dwa punkty, ponieważ działalność stacji udowadnia, że popularny na przełomie wieków XX i XXI model przepływu informacji z centrów w kierunku peryferii ulega rozpadowi. Badacze zajmujący się teoriami komunikacyjnymi wskazują, że dzięki dynamicznemu rozwojowi technologii i coraz powszechniejszemu dostępowi do internetu odbiorca i nadawca to jedna osoba określana mianem „użytkownika”¹⁸, która mówiąc w swoim imieniu może dotrzeć do szerokiego grona odbiorców. Co więcej, relacja przygotowana przez nieprofesjonalnego pracownika mediów (np. film nagrany telefonem komórkowym) i pokazana w ogólnokrajowej lub globalnej telewizji uwiarygodnia przekaz, dzięki czemu stacje takie jak Al-Jazeera zyskują odbiorców zainteresowanych tym, co „naprawdę” dzieje się szczególnie w sytuacjach konfliktowych, choć często niezdarzących sobie sprawy z tego, że dzięki kreowaniu *agenda setting* media narzucają określony odbiór poszczególnych informacji. Najbardziej jaskrawym przykładem wykorzystania treści amatorskich przez Al-Jazeera w relacjach dotyczących rewolucji libijskiej, która rozgrywała się po obaleniu rządów Muamara Kaddafiego.

W Al-Jazeera dominuje kontrowersyjny sposób relacjonowania wydarzeń. Poświęcono znaczącą ilość czasu antenowego na emisję amatorskich filmów dostarczanych przez reporterów-amatorów w terenie, które często pokazywały brutalne działania sił reżimu wobec protestujących. Al-Jazeera odeszła od uprawiania dziennikarstwa na rzecz nadawania relacji „naocznych świadków”. W ten sposób chciała nie tylko jeszcze mocniej podkreślić własną postawę antyreżimową, ale także podnieść znaczenie dziennikarstwa obywatelskiego dla arabskich mediów. Chętne emitowanie amatorskich nagrań posłużyło jako zachęta dla rebeliantów, którzy w ten sposób otrzymali międzynarodową platformę do wygłaszania własnego stanowiska i przekazywanie światu swojego przesłania. Podczas burzliwych pierwszych miesięcy rewolucji w Libii Al-Jazeera była bliżej libijskiej ulicy niż krajowy kanał

¹⁷ Tamże, s. 55-56.

¹⁸ *Nowe media a praktyki komunikacyjne*, red. Katarzyna Pokorna-Ignatowicz, Stanisław Jędrzejewski, Joanna Bierówka, Kraków 2013, s. 91.

Al-Ahrar, który również wspierał działania rebelii¹⁹. W ten sposób katarska stacja udowodniła, że „daje głos tym, którzy do tej pory go nie mieli”.

Warto zastanowić się nad samym sposobem komunikowania przez Al-Jazeera informacji, który bezpośrednio przekłada się na wspomniany powyżej sposób kreowania rzeczywistości. Szczególnie znamienym jest przywoływany już wcześniej przykład relacjonowania wydarzeń w Libii. Pozbawiona kontroli w postaci obecności innych mediów Al-Jazeera kilkakrotnie została przyłapana na manipulowaniu faktami i podawaniu takiej wersji wydarzeń, by pasowały z przyjętym założeniem o konieczności pomocy rebelii. Na przykład 22 lutego Al-Jazeera poinformowała o nalotach rządowych samolotów na zbuntowane miasta – Trypolis i Bengazi. Informację powtórzyło brytyjskie BBC, jednak rosyjscy obserwatorzy wojskowi, monitorujący sytuację, zaprzeczyli tym doniesieniom²⁰. Innym przykładem manipulacji było informowanie o tym, że wojska Kaddafiego w dużej mierze składają się z najemników z Czarnej Afryki, ponieważ „prawdziwi” Libijczycy odmówili walki pod rozkazami zniechęconego dyktatora i nie chcieli występować w bratobójczych walkach. Jednym z głównych „dostawców” najemników miał być Czad, którego prezydent zapewniał Al-Jazeera o znaczącym udziale jego obywateli w libijskiej rewolucji²¹. Prawdą jest, że przedstawiciele Afryki Subsaharyjskiej brali udział w walkach, a nawet otrzymywali za to wynagrodzenie²². Tym informacjom kategorycznie zaprzeczył Saif Al-Islam, jeden z synów Kaddafiego, który wskazał, że nieprawdą jest twierdzenie o znacznym udziale czarnych w oddziałach „najemników”, a osoby podsycające takie doniesienia nazwał „bandytami”²³.

Wątpliwości budzi również częste powoływanie się na relacje „naocznych świadków” bez informowania o ich tożsamości. Rodzi to podejrzenia, że część wypowiedzi została sfalszowana i dopisana po to, by uwiarygodnić przekaz. Produkowanie niepotwierdzonych informacji o atakowanych szpitalach, gwałconych kobietach, zabijaniu rannych oraz prezentowanie zawyżonych statystyk zabitych miało przekonać świat, że wojska reżimowe występują przeciwko własnym obywatelom i należy podjąć interwencję zbrojną przeciwko dyktatorowi. Na potwierdzenie tego, jak okrutnie Kaddafi rozprawia się z opozycją, Al-Jazeera chętnie zaczęła posługiwać się słowem „ludobójstwo”, po raz pierwszy wypowiedzianym w kontekście Libii przez przedstawiciela tego kraju w ONZ, Ibrahima Dabbasiego²⁴. W ten sposób podkreślono niebezpieczeństwo, które jeśli nie zostanie

¹⁹ A. Wollenberg, J. Pack, *Rebels with a pen: observations on the newly emerging media landscape in Libya*, „The Journal of North African Studies”, 2013, s. 195.

²⁰ [online:] <http://rt.com/news/airstrikes-libya-russian-military/> [dostęp: 5.06.2015].

²¹ [online:] <http://www.aljazeera.com/news/africa/2013/04/2013427173751845270.html> [dostęp: 5.06.2015].

²² [online:] <http://www.alarabiya.net/articles/2011/03/03/140004.html> [dostęp: 5.06.2015].

²³ L. Garland, *2011 Libyan Civil War*, Delhi 2012, s. 109.

²⁴ [online:] <http://www.aljazeera.com/news/africa/2011/02/201122261251456133.html> [dostęp: 5.06.2015].

zdużone w zarodku, może doprowadzić do upadku Libii. Dlatego z wielką radością Al-Jazeera zaczęła przyjąć informację o interwencji natowskiej i w swoich serwisach informacyjnych gorliwie popierała działania Zachodu²⁵. Tym samym jeszcze mocniej zaakcentowała swoje stanowisko wobec rozgrywających się w Libii wydarzeń.

Przekładając zaobserwowaną tendencję na skalę globalną nie można nie zgodzić się z wysuwanymi m.in. przez Dayę Kishana Thussu tezami o tym, że w pierwszej dekadzie XXI wieku zmienił się globalny krajobraz medialny, w który zaczęły dominować media oferujące multimedialny przekaz wielogłosowy, płynący z różnych kierunków²⁶, ponieważ przedstawiciele różnych kręgów kulturowych chcą na światowym forum mówić swoim głosem. Jeśli zgodzić się z postulatem konieczności zdefiniowania na nowo kierunku przepływu informacji, to niewątpliwie Al-Jazeera będzie jednym z mediów kreujących nowy porządek – *contraflow*, który w kontekście jej działalności oznacza tyle, że „globalne Południe zaczęło mówić samo o sobie”. Warto przywołać tu wyniki badań prowadzonych przez Figenshou. Dokonana analiza zawartości przekazu Al-Jazeera jasno wykazała, że stacja zdecydowanie większy nacisk kładzie na prezentację perspektywy Południa niż Północy. Badania wspomnianej Figenshou, Paintera, An-Najjara i Uysala, prowadzone w latach 2008-2011 wykazały, że proporcja newsów dotyczących Południa i Północy to odpowiednio ok. 65 do 35 procent.

KONKLUZJE

Al-Jazeera stała się pierwszą telewizją arabską o znaczeniu międzynarodowym, z której przekazem liczą się najważniejsze media na świecie. „Arabska wiosna” udowodniła, że Bliski Wschód i Afryka Północna to regiony, które potrzebują własnego głosu na arenie międzynarodowej. Jednocześnie nie należy podchodzić do informacji katarskiej stacji zupełnie bezkrytycznie. Ludzie, którzy stoją za działalnością stacji, za pomocą odpowiednio kreowanego przekazu starają się kształtować rzeczywistość. Z pewnością można mówić o tym, że choć działalność Al-Jazeera budzi wiele wątpliwości, to jej pojawienie się na globalnej mapie medialnej zmieniło zastany porządek. Przede wszystkim globalne Południe zaczęło „mówić swoim głosem”, zacierając tym samym granice między centrum i peryferiami. Jednocześnie konieczność powoływania się na informacje przekazywane przez katarską stację stawiają ją w pierwszej lidze najważniejszych światowych mediów, których doniesienia są powtarzane pod każdą szerokością geograficzną. Czy jest więc szansa na to, że Al-Jazeera stanie się

²⁵ M. Lynch, *The Arab Uprising: The Unfinished Revolutions of the New Middle East*, New York 2012, s. 174.

²⁶ D. Kishan Thussu, wystąpienie pt. *Contra-Flow in Global Media: An Asian Perspective* wygłoszone podczas konferencji *Media in Asia: Aspirations, Choices and Realities. AMIC Annual Conference* w Penang (Malezja), 17-20 lipca 2006, [online:] http://www.amic.org.sg/Resources/Research_Materials/Broadcasting/Contra%20Flow%20in%20Global%20Media%20An%20Asian%20Perspective.pdf [dostęp: 5.06.2015].

autentycznym medium globalnym? Zdaniem autorki niniejszego opracowania katarska stacja dołączy do tandemu BBC-CNN, wobec którego będzie w opozycji geokulturowej. Wskazane w pracy przyczyny jej niewątpliwego sukcesu sugerują, że globalna komunikacja informacyjna potrzebuje przekazu nowej jakości, którego standard sukcesywnie wypracowuje Al-Jazeera.

Literatura

1. Figenschou T. U., *Al Jazeera and the Global Media Landscape*, Routledge, New York 2014.
2. Flew T., *Media globalne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010.
3. Garland L., *2011 Libyan Civil War*, White World Publications, Delhi 2012.
4. Guzikowska M., *Islam w przekazie medialnym Al-Jazeera*, [w:] *Sacrum w mediach*, red. M. Chmielewski, M. Jodkowski, D. Sonak, J. Woźniak, Katolicki Uniwersytet Lubelski, Lublin 2015.
5. Guzikowska M., *Recenzja książki T. U. Figenschou, Al Jazeera and the Global Media Landscape*, „*Studia Medioznawcze*” 2015, nr 3 (62).
6. Hanzel J., Balogh A., Guzikowska M., Mezeiova G., *Al Jazeera in Central European media*, „*Central European Journal of Communication*” 2015, vol. 8, no 1 (14).
7. Herath R. B., *A New Beginning for Humankind: A Recipe for Lasting Peace on Earth*, iUniverse, Bloomington 2012.
8. Kessler O., *The Two Faces of Al Jazeera*, „*Middle East Quarterly*”, Winter 2012.
9. Lynch M., *The Arab Uprising: The Unfinished Revolutions of the New Middle East*, PublicAffairs, New York 2012.
10. *Nowe media a praktyki komunikacyjne*, red. K. Pokorna-Ignatowicz, St. Jędrzejewski, J. Bierówka, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Kraków 2013.
11. Sadri H. A., Flammia M., *Intercultural Communication: A New Approach to International Relations and Global Challenges*, The Continuum International Publishing Company, 2011.
12. Samuel-Azran T., *Al-Jazeera and US War Coverage*, Peter Lang, New York 2010.
13. Sawicka Z., *Milczące media: rola i miejsce mediów w świecie arabskim*, „*Global Media Journal – Polish Edition*”, Spring 2010.
14. Seib Ph., *The Al Jazeera Effect: How the New Global Media Are Reshaping World Politics*, 2008.
15. *War and the Media: Reporting Conflict 24/7*, red. D. Kishan Thussu i D. Freedman, 2003.
16. Wollenberg A., Pack J., *Rebels with a pen: observations on the newly emerging media landscape in Libya*, „*The Journal of North African Studies*” 2013.
17. Youmans W. L., *Al Jazeera Effect*, [w:] *Encyclopedia of Social Media and Politics*, red. K. Harvey, SAGE Publishing, Los Angeles 2014.
18. <http://www.alarabiya.net/articles/2011/03/03/140004.html> [dostęp: 5.06.2015].
19. <http://www.aljazeera.com/news/africa/2013/04/2013427173751845270.html> [dostęp: 5.06.2015].
20. <http://www.aljazeera.com/news/africa/2011/02/201122261251456133.html> [dostęp: 5.06.2015].
21. <http://www.foxnews.com/story/2004/02/06/rumsfeld-al-jazeera-is-causing-deaths.html> [dostęp: 5.06.2015].
22. <http://rt.com/news/airstrikes-libya-russian-military/> [dostęp: 5.06.2015].

23. <http://www.statista.com/statistics/290874/al-jazeera-english-viewers-reached-quarterly-united-kingdom/> [dostęp: 5.06.2015].