

IDEA GLOBALNEJ ETYKI MEDIÓW W UJĘCIU STEPHENA J.A. WARDA

Małgorzata Laskowska

 orcid.org/0000-0003-2192-9006

Instytut Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

ABSTRACT

The Idea of Global Media Ethics as Approached by Stephen J.A. Ward

The aim of this article is to define the understanding of global media ethics in terms of its initiator and the world's leading populariser – Stephen J.A. Ward. This article is therefore an attempt to answer the following questions: How is global media ethics understood by Stephen J.A. Ward? Why is it so necessary from his scientific perspective? What is the state of research on global media ethics in the research activities of Stephen J.A. Ward? Who among the researchers – apart from Ward – undertakes this topic? In order to implement the basic methodological assumptions, the methods of content analysis and systematic literature review were used. The research material – to define the theory of global media ethics by Stephen J.A. Ward – consists of the scientific publications of Stephen J.A. Ward.

Keywords: global media ethics, global journalistic ethics, Stephen J.A. Ward, global journalism, global information dimension

Wprowadzenie

Globalna etyka mediów (*Global Media Ethics*) należy do idei popularyzowanych szczególnie przez Stephena J.A. Warda, kanadyjskiego etyka mediów, znanego na arenie międzynarodowej. Jest to badacz i analityk kondycji etycznej dziennikarstwa, zaangażowany w popularyzację wiedzy z zakresu etyki komunikacji i dziennikarstwa w Kanadzie, Stanach Zjednoczonych, a także w innych rejonach świata. Niniejszy artykuł ma za zadanie określić rozumienie oraz istotę globalnej etyki mediów (również globalnej etyki dziennikarskiej) w ujęciu właśnie Stephena J.A. Warda.

Ward jest czołowym na świecie inicjatorem oraz popularyzatorem idei globalnej etyki mediów. Potwierdzeniem tego są m.in. jego liczne publikacje na ten temat: „Handbook of Global Media Ethics” (2021), „Global Journalism Ethics” (2010), „Ethics and the Media: An Introduction” (2011), „Objectively Engaged Journalism An Ethic” (2020), „Radical Media Ethics: A Global Approach” (2015), „Ethical Journalism in a Populist Age: The Democratically Engaged Journalist” (2018), „Global Media Ethics: Problems and Perspectives” (2013; książka pod redakcją Warda), „Media Ethics Beyond Borders: A Global Perspective” (2014; książka pod redakcją Warda oraz Hermana Wassermana)¹.

Ten emerytowany profesor (ur. 1951) nadal jest bardzo aktywny naukowo – dużo pisze, wygłasza wykłady czy referaty na temat współczesnych wyzwań etyki dziennikarskiej oraz globalnej etyki mediów. Pracuje również dydaktycznie – obecnie na Uniwersytecie Kolumbii Brytyjskiej w Kanadzie (www.jwam.ubc.ca, 2022). Tu należy dodać, że wcześniej był związany z następującymi ośrodkami akademickimi (choć do dziś nieustannie przy różnych okazjach z nimi współpracuje): Szkoła Dziennikarstwa i Komunikacji Masowej na Uniwersytecie Wisconsin–Madison (USA), Uniwersytet Oregonu (USA). Na Uniwersytecie Wisconsin–Madison w 2008 roku założył Centrum Etyki Dziennikarskiej². Misją centrum – od początku jego istnienia – było:

- promowanie najwyższych standardów etyki dziennikarskiej na całym świecie poprzez organizowanie debat z teoretykami i praktykami, wykładów, szkoleń;
- prowadzenie strony internetowej: www.ethics.journalism.wisc.edu;
- przyznawanie nagrody Shadid Ethics Award dziennikarzom wyróżniającym się pracą na wysokim etycznym poziomie dziennikarskim³. Ward był dyrektorem tegoż centrum od 2008 do 2016 roku⁴.

Jako ekspert w zakresie etyki dziennikarskiej bierze także aktywny udział w pracach Komisji Etycznej Kanadyjskiego Stowarzyszenia Dziennikarzy (CAJ), jest także współautorem dwóch dziennikarskich kodeksów etycznych CAJ. Ten uczony nie należy tylko do teoretyków, ale zajmuje się również praktyką. Przez 14 lat był reporterem oraz korespondentem wojennym. Relacjonował konflikty m.in. w Jugosławii oraz w Bośni (www.jwam.ubc.ca, 2022).

1 Tu warto wyraźnie zaznaczyć, że globalną etyką mediów zajmują się także inni badacze, np. Clifford Christians (2008; 2009; 2011; 2019), Herman Wasserman (2006; 2007), Ivanka Pjesivac, Katerina Spasovska, Iveta Imre (2017).

2 Strona internetowa Centrum to: <https://ethics.journalism.wisc.edu/>.

3 Zanim Stephen J.A. Ward założył Centrum Etyki Dziennikarskiej, pracował na kanadyjskiej uczelni, na Uniwersytecie Kolumbii Brytyjskiej, następnie przeniósł się właśnie na Uniwersytet Wisconsin–Madison, gdzie objął kierownictwo pierwszej Katedry Etyki Dziennikarskiej założonej przez Jamesa E. Burgessa, badacza niezwykle wpływowego i ważnego w amerykańskim środowisku etyków komunikacji i dziennikarstwa (zmarł on 20 grudnia 2021 roku). Obecnie dyrektorem centrum jest Kathleen Culver (<https://kathleenculver.com/>).

4 Oprócz pracy dydaktycznej i naukowej Ward popularyzuje ideę globalnej etyki mediów w internecie, pisząc felietony, artykuły itp. Przez wiele lat prowadził stronę internetową: www.mediamorals.org (ostatni wpis został zamieszczony w 2015 roku). Wiele również jego wypowiedzi i tekstów (analiz współczesnych wyzwań etyki dziennikarskiej) można odnaleźć na stronie Centrum Etyki Dziennikarskiej na Uniwersytecie Wisconsin–Madison (www.ethics.journalism.wisc.edu).

Założenia metodologiczne

Artykuł ma charakter przeglądowny. Jego głównym celem poznawczym jest określenie i scharakteryzowanie teorii globalnej etyki mediów w ujęciu Warda. Aby zrealizować to zamierzenie, posłużono się metodami analizy treści – wykorzystywanej często w naukach o komunikacji społecznej i mediach – oraz dokonano systematycznego przeglądu literatury (*systematic literature review*). Zadane pytania badawcze to:

- Jak jest rozumiana globalna etyka mediów przez Warda?
- Jakie są jej najważniejsze założenia?
- Dlaczego – w przekonaniu Warda – środowisko dziennikarskie na świecie tak jej potrzebuje?
- Jak przedstawia się stan badań na temat globalnej etyki mediów w działalności badawczej Warda?

Materiał badawczy poddany analizie treści, która miała udzielić odpowiedzi na wymienione pytania, stanowią publikacje naukowe Warda: artykuły oraz książki dostępne w internecie oraz w bibliotekach: Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie oraz Uniwersytetu Warszawskiego. Kategorie analityczne składające się na klucz kategoryzacyjny to:

- Kategoria 1: definicja „globalnej etyki mediów” (Jak jednoznacznie określa globalną etykę mediów Ward? Jaki sposób Ward definiuje globalną etykę mediów? Czym konkretnie jest globalna etyka mediów według Warda?).
- Kategoria 2: wyjaśnienie/interpretacja tej definicji (Jaka jest interpretacja globalnej etyki mediów Warda? Jak on rozumie, wyjaśnia globalną etykę mediów? Czym jest, a czym nie jest globalna etyka mediów według Warda?).
- Kategoria 3: uzasadnienie rozumienia globalnej etyki mediów Warda (Jakich argumentów używa Ward do uzasadnienia swojego rozumienia globalnej etyki mediów? W jaki sposób Ward uzasadnia definicję globalnej etyki mediów?).

Tak opisane założenia metodologiczne posłużyły do przeprowadzenia analizy zgromadzonego materiału badawczego. Treści zebrane dla poszczególnych kategorii pozwoliły opracować rozumienie globalnej etyki mediów w ujęciu Warda, jego propozycję zasad w niej obowiązujących oraz formy popularyzacji.

Globalny wymiar informacji i dziennikarstwa

Globalizację rozumie się jako proces

tworzony przez zjawiska lub działania o wymiarze ogólnoświatowym. Szerzej ujmując, globalizacja to historyczny i spontaniczny proces liberalizacji i postępującego wraz z nią scalania funkcjonujących rynków towarów, kapitału i siły roboczej oraz technologii i informacji w jeden współzależny rynek. Jest ona zjawiskiem coraz większych związków i rosnących współzależności pomiędzy państwami,

grupami państw, ich gospodarek i przedsiębiorstw. Globalizacja oznacza więc wzrost internacjonalizacji gospodarek krajowych oraz wyraźne przenikanie i konwergencję rynków (Dach 2009, s. 13).

Ze względu na jej duże powiązanie z informacją ma ona ogromny wpływ na przemiany w świecie komunikacji i odwrotnie – nowe formy komunikacji, a tym samym nowe formy przekazu informacji, przyczyniają się do pogłębiania globalizacji. Żyjemy zatem, jak pisał klasyk medioznawstwa, w „jednej, ściśnionej przestrzeni, w której rozbrzmiewają plemienne bębny” (McLuhan 2017, s. 87–88). Współcześnie mówi się już o czwartej fali globalizacji (*globalization 4.0*), czyli o kolejnym etapie rozwoju gospodarki, w którym technologia (AI, nowe media itd.) zaczyna w większym stopniu dominować nad światem i ludzkością (Postel-Vinay 2020).

W kontekście mediów można wspomnieć o kilku ważnych elementach ich globalnego wymiaru. Pierwszym z nich jest globalizacja tematyki medialnej czy dziennikarskiej. Zarówno w przestrzeni światowej, jak i lokalnej występują takie tematy, który są wspólne znaczeniowo dla wielu społeczności na świecie. Do przykładów takiej problematyki należy m.in. pandemia COVID-19, wojna na Ukrainie, migracja, zmiany klimatyczne. Tego rodzaju tematy określa się jako informacje globalne, ponieważ stanowią one problem bardzo ważny dla wielu społeczności czy państw lub dla całego świata (Marcyński 2021; Malara, Rzęchowski 2011). Zdaniem Warda zbyt często w mediach funkcjonuje wyraźne rozróżnienie między informacjami „krajowymi” i „zagranicznymi”, mimo że żyjemy w coraz bardziej zglobalizowanym świecie. Problematyki globalnej, według tego badacza, nie da się dokładnie omówić i zrozumieć ani jedynie z perspektywy krajowej, ani zagranicznej. Każdej informacji – przekazywanej za pośrednictwem mediów – powinna towarzyszyć perspektywa globalna. Oznacza to, że współczesne dziennikarstwo domaga się reinterpretacji oraz zmiany podstawowych paradygmatów przekazu na bardziej uniwersalny wymiar (Ivanič 2018).

Drugi ważny wymiar globalizacji mediów obejmuje globalny charakter pozyskiwania źródeł informacyjnych. Do tego typu źródeł można zaliczyć m.in. media mające światowy zasięg i tym samym oddziaływanie: CNN, Fox News, UPI, *The New York Times*, *Time*, Reuters itd.⁵ Tego typu media traktuje się jednocześnie jako mające globalny zasięg. Informacje przez nie relacjonowane realnie wpływają na światowe działania polityczne czy gospodarcze (Nowak 2011; Misiura 2017; Marcyński 2017; Guzikowska 2015; Malinowski 2009).

Inny ważny wymiar globalizacji mediów polega na ponadgranicznym i ponadkulturowym charakterze pracy dziennikarskiej. W tym znaczeniu dziennikarstwo stanowi w wielu obszarach profesję „bez granic”. Dotyczy to m.in. przestrzeni i warunków, w jakich może dowolnie pracować dziennikarz. Znający dobrze warsztat, języki (przynajmniej język angielski) może on pracować w niemalże każdym miejscu na świecie. Pracę może więc wykonywać w dowolnym kraju (w którym jest

5 O globalnym zasięgu mediów amerykańskich pisał m.in. Jeremy Tunstall w swojej słynnej książce „*The Media Were American: U.S. Mass Media in Decline*” z 2008 roku.

zezwoleń na pracę międzynarodową dziennikarzy). Współcześnie dziennikarz może również wykonywać swoją pracę w domu, będąc jednocześnie we współpracy z redakcjami geograficznie odległymi. W tym m.in. znaczeniu można postrzegać dziennikarstwo ponadkulturowo i ponadgranicznie (Thussu 2008).

Do wyżej opisanej sytuacji przyczyniły się i coraz bardziej ją pogłębiają nowe media, wprowadzane formy komunikowania, które wciąż ulegają zmianie i ciągłemu doskonaleniu. Badacze wprost piszą, że media współczesne przyczyniły się do rozbicia starych granic geograficznych (regionów, narodów, kontynentów) oraz czasowych (tradycyjnie pojętych terminów w praktyce dziennikarskiej). I ten zglobalizowany wymiar dziennikarstwa biorą pod uwagę także etycy, pracując nad aktualizacją czy reinterpretacją niektórych kodeksów etycznych lub tworząc nowe (Merrill 1991).

W tak usytuowanym ponad granicami dziennikarstwie odbiorców postrzega się jako „obywateli świata”, których – poprzez informacyjny przekaz globalny – włącza się w globalną sferę publiczną (*global public sphere*). Co jednak ciekawe, jak zauważają Johan Lindell i Michael Karlsson na przykładzie badań wśród dziennikarzy szwedzkich, nie mają oni w pełni świadomości, że wykonują na co dzień dziennikarstwo na skalę światową (Lindell, Karlsson 2016).

Wielu spośród tych badanych dziennikarzy przygotowuje informacje o zasięgu krajowym oraz międzynarodowym, co zbliża ich do urzeczywistnienia dziennikarstwa światowego. Inni natomiast zajmują się wyłącznie informacją krajową. Zarówno jedna, jak i druga grupa dziennikarzy nie nazywa swej profesji dziennikarstwem globalnym (Lindell, Karlsson 2016). Ogólnoświatowy kontekst medialny stanowi przyczynę konieczności dokonywania wciąż reinterpretacji standardów etycznych w zawodzie dziennikarza (Laskowska 2011; Christians 1989).

Rozumienie globalnej etyki mediów

Według Warda globalna etyka mediów obejmuje zbiór uniwersalnych zasad etycznych dla dziennikarzy pracujących w różnych mediach na świecie (Ward 2013). Nie są to tylko zasady obowiązujące dziennikarzy, ale także innych pracowników mediów, mających wpływ na funkcjonalność i działalność instytucji medialnych (Ward 2005; Ward 2011; Ward 2021).

Podając definicję, rozumienie globalnej etyki mediów, kanadyjski badacz często uzasadnia potrzebę rozpowszechniania tej teorii wśród praktyków – ludzi mediów i tym samym konieczność jej realizacji, czyli wdrażania jej istoty m.in. do dziennikarskich kodeksów etycznych. Ward podaje najczęściej dwie przesłanki tworzenia globalnej etyki mediów. Są one następujące:

- praktyczne – dziennikarskie standardy etyczne o charakterze lokalnym są często niewystarczające w rozumieniu, a tym bardziej w rozwiązaniu dylematów etycznych o charakterze globalnym;
- etyczne – nowe globalne obowiązki dziennikarzy wymuszają reinterpretację znanych zasad etycznych z uwzględnieniem dylematów etycznych

wynikających m.in. z globalnego zasięgu pracy dziennikarza, jej światowego wpływu (Ward 2008, s. 137–149).

W koncepcji globalnej etyki mediów w ujęciu Warda ponadnarodowe zasady ochrony praw człowieka i sprawiedliwości społecznej mają pierwszeństwo przed interesami indywidualnymi czy narodowymi (Ward 2021).

W książce „Radical Media Ethics: A Global Approach” Ward pisze, że w świecie połączonym mediami, w którym historia, a także informacje przekraczają granice, potrzebujemy globalnego dziennikarstwa i tego też rodzaju etyki mediów (Ward 2015a). Potrzebę tej ostatniej autor uzasadnia następująco:

Media informacyjne zamieszkują obecnie radykalnie pluralistyczną, globalną społeczność, w której wpływ ich doniesień może mieć długofalowe skutki – dobre lub złe. Wiadomości za pośrednictwem satelity lub internetu docierają do ludzi na całym świecie i wpływają na działania rządów, wojska, organizacji humanitarnych i walczących ze sobą grup etnicznych. Odpowiedzialna globalna etyka jest potrzebna w świecie, w którym media łączą wiele różnych religii i tradycji (Ward 2015a).

Pomimo globalnych uwarunkowań pracy dziennikarskiej większość kodeksów etycznych na świecie zawiera standardy dla redakcji czy dziennikarzy o charakterze głównie lokalnym regionalnym lub krajowym, z uwzględnieniem kulturowych lub politycznych uwarunkowań zawodu dziennikarza i pracy w mediach oraz szeroko pojętego obiegu informacji. W związku z powyższym Ward wyraźnie podkreśla, że światowe organizacje medialne (informacyjne) oraz dziennikarskie stowarzyszenia nie przyjęły do tej pory żadnego dziennikarskiego globalnego kodeksu (Ward 2010). Poza tym Ward twierdzi, że obecne dziennikarstwo jest najczęściej ugruntowane w granicach jednego kraju, a zatem nie może skutecznie informować opinii publicznej o zglobalizowanym świecie (Ward 2010).

Ward, gdy uzasadnia potrzebę tworzenia globalnego kodeksu dziennikarskiego, zaznacza, że warto zwrócić szczególną uwagę na ogromny wpływ wydarzeń międzynarodowych. Wszelkie incydenty (działania oraz słowa), które mają oddziaływanie globalne, zawsze – jak zaznacza Ward – przynoszą moralnie dobre lub złe skutki. Media, relacjonując zatem te wydarzenia międzynarodowe, odpowiadają w ogromnym stopniu za rzeczywisty rezultat tych informacji. I ta zależność ostatecznego odbioru informacji od mediów stanowi poważny argument za tym, aby taki dziennikarski kodeks globalny przygotować. Poza tym, jak zauważa badacz, odpowiedzialna globalna etyka jest potrzebna w świecie, w którym to media właśnie łączą bądź też dzielą wiele różnych religii i tradycji (Ward 2011, s. 215–233).

W innym miejscu, gdy Ward pisze o argumentacji za przygotowaniem i przyjęciem globalnych zasad etycznych dla dziennikarzy, wspomina o tym, że jej idea wynika w dużym stopniu z próby zmiany, zreformowania globalnego systemu medialnego w celu wyeliminowania nierówności w technologii medialnej i ograniczenia kontroli mediów globalnych przez kraje zachodnie. Jak badacz podkreśla, debata

na ten temat trwa do dziś, gdyż nie każdy tego rodzaju argumentację przyjmuje, a poza tym wielu obecnej sytuacji globalnego systemu medialnego wcale nie chce zmieniać w myśl partykularnych korzyści (Ward 2011, s. 215–233).

Jak przypomina Ward, od początku praktykowania dziennikarstwa, czyli od XVII wieku, stopniowo poszerzano zakres odbiorców, którym ma to właśnie dziennikarstwo służyć – od niewielkich społeczności, przez określone coraz większe klasy społeczne, aż po społeczeństwa całych narodów. Dziennikarska zasada „służenia interesowi publicznemu” była zatem rozumiana różnie – w zależności od ujmowania dziennikarstwa. Idę tę pojmowano jako służenie własnej zbiorowości lokalnej, klasie społecznej lub narodowi. Tu warto dodać ciekawe spostrzeżenie Warda. Rozumienie dziennikarstwa i jego celowości (komu i czemu dziennikarstwo ma służyć) w ogromnym stopniu wpływało – szczególnie w początkach dziennikarstwa – na postrzeganie i przede wszystkim praktykowanie dziennikarskich zasad etycznych takich, jak np. zasada obiektywizmu, bezstronności i niezależności redakcyjnej. Dla wielu postrzegających dziennikarstwo bardziej lokalnie „bezstronność” oznaczała bycie bezstronnym w relacjach dziennikarskich w odniesieniu do rywalizujących grup w obrębie własnego społeczeństwa, ale niekoniecznie wobec grup znajdujących się poza granicami kraju (Ward 2010; Ward 2011, s. 215–233).

Podsumowując, globalną etykę dziennikarską można rozumieć zdaniem Warda jako pewnego rodzaju dopełnienie klasycznie rozumianej etyki dziennikarskiej, traktując odbiorców pracy dziennikarskiej jako obywateli świata i interpretować zasady etyczne (np. prawdy, obiektywizmu) w sposób międzynarodowy. W takim ujęciu etyka dziennikarska staje się wówczas bardziej „kosmopolityczna” (Ward 2011). Po wyjaśnieniu, czym jest według Warda globalna etyka mediów, można zapytać, jakie konkretnie zasady etyczne wymienia on w swoich opracowaniach czy wypowiedziach. Badacz ten przedstawia wiele propozycji takich zasad. Wybrane z nich zostaną niżej przedstawione.

1. Relacjonowanie informacji z uwzględnieniem kontekstu światowego

Zdaniem Warda jedną z ważnych zasad etycznych w dziennikarstwie o wymiarze globalnym jest przekazywanie wydarzeń w sposób, który odzwierciedla ponadnarodową różnorodność poglądów. Już na etapie przygotowania do zawodu dziennikarza powinno się dużą uwagę przykładać do wiedzy o świecie (globalnym kontekście religii, polityki, gospodarki i kultury), aby dzięki temu dziennikarz sam lepiej rozumiał świat i pomagał w tym także innym (Ward 2013, s. 8). Warto tu dodać, że świat złożony z siedmiu kontynentów, wielu odrębnych państw z odmiennymi ustrojami politycznymi, religiami itd. stanowi zawsze kontekst także dla regionalnych, lokalnych czy krajowych informacji.

2. Komentarz dziennikarski powinien zawierać perspektywę międzynarodową

Ta zasada odnosi się przede wszystkim do komentarzy na temat problemów globalnych. Interpretowane wydarzenia jedynie z perspektywy jednego kraju czy określonego środowiska politycznego, kulturowego lub ekonomicznego jest oczywiście – jak podaje badacz – dopuszczalne, jednakże warto pamiętać o szerszym kontekście podejmowanego tematu. Odbiorca, aby móc w miarę możliwości w pełni zrozumieć dane wydarzenie czy problem, powinien posiadać jak najwięcej informacji na temat kontekstu światowego. Tu warto dodać, jak podkreśla Ward, że zaściankowe dziennikarstwo, tj. skoncentrowane jedynie na bardziej lokalnej perspektywie, może powodować więcej strat niż korzyści w globalnym świecie (Ward 2021). Jako przykład niebezpieczeństwa tego rodzaju sytuacji Ward podaje media patriotyczne, które są niekiedy tak bardzo zamknięte na zewnętrzne wpływy, że mogą w dużej mierze przyczyniać się do pogłębiania agresji wobec innych społeczności, wydarzeń i zjawisk. Brak bowiem wiedzy na temat tego, co pochodzi „z zewnątrz”, stanowi często źródło dyskryminacji i wszelkich konfliktów, co w pracy dziennikarskiej nie powinno mieć miejsca. W tym zatem kontekście Ward wyraźnie podkreśla, że „potrzeba dziennikarstwa z globalną perspektywą, aby pomóc obywatelom zrozumieć [...] ponadnarodowe problemy ubóstwa, degradacji środowiska, nierówności technologicznych i niestabilności politycznej” (Ward 2015a). A jeśli potrzeba takiego rodzaju dziennikarstwa, to jednocześnie konieczne staje się przygotowanie adekwatnej do niej, międzynarodowej etyki dziennikarskiej. Każda bowiem forma dziennikarstwa (dziennikarstwo informacyjne czy publicystyczne) wymusza niejako reinterpretację uniwersalnych dziennikarskich zasad etycznych.

Poza tym Ward wymienia inne zasady etyczne składające się na globalną deontologię dziennikarską: promowanie godności ludzkiej w odniesieniu do każdego obywatela świata, znoszenie nierówności społecznej i kulturowej, umożliwianie dialogu między różnymi społecznościami, monitorowanie wolności w różnych rejonach świata (Ward 2010).

Popularyzacja globalnej etyki mediów

Ward, podejmując temat globalnej etyki mediów, podpowiada, w jaki sposób można tę ideę rozwijać i propagować na świecie nie tylko w środowisku etyków mediów, ale także praktyków: dziennikarzy, redaktorów, redaktorów naczelnych i innych pracowników środków przekazu. W popularyzacji tak pojętej etyki mediów, również w procesie jej wdrażania w działalność dziennikarską oraz naukową, badacz zwraca szczególną uwagę na następujące zadania dla teoretyków i praktyków (Ward 2013):

- Zadania o charakterze filozoficznym, tj. globalną reinterpretację etycznej roli dziennikarstwa oraz istniejących już zasad i standardów etycznych w dziennikarstwie, m.in. takich, jak obiektywność, prawda, bezstronniczość, a ponadto

proponowanie nowych norm etycznych dla praktykowania dziennikarstwa światowego.

- Zadania badawcze (prowadzenie badań nad kondycją dziennikarstwa w epoce globalizacji), czyli badanie mediów informacyjnych w odmiennych regionach świata, wpływu globalizacji na media informacyjne, ze szczególnym uwzględnieniem własności, technologii i praktyki, standardów etycznych nowych mediów w różnych krajach, studiowanie informacji o problematyce międzynarodowej.
- Zadania praktyczne (działania mające na celu wdrożenie globalnych standardów etycznych w codzienną praktykę dziennikarską), a w tym przyjmowanie globalnej perspektywy w relacjach dziennikarskich na temat międzynarodowych wydarzeń i problemów, tworzenie koalicji wśród dziennikarzy i wszelkich osób zainteresowanych przygotowaniem uniwersalnego kodeksu etycznego dla dziennikarzy, organizacja i popularyzacja wszelkich inicjatyw mających na celu obronę i wzmocnienie wolnych i odpowiedzialnych mediów informacyjnych, zwłaszcza w obszarach, w których problemy są największe.

Pisząc o praktycznym wdrażaniu w życie zawodowe idei dziennikarskiej etyki globalnej, kanadyjski badacz przedstawia różne wskazówki dziennikarzom. Po pierwsze, sugeruje on, aby dziennikarz zawsze myślał i działał globalnie. Nawet gdy relacjonuje on wiadomości lokalne, również powinien uwzględniać ich perspektywę ponadnarodową, czyli odnosić istotę określonej informacji do kontekstu światowego. Ward używa pojęcia globalnej infosfery (*global info-sphere*) do ukazania informacji z uwzględnionym kontekstem światowym (Ward 2015b; Zion, Craig 2013, s. 34). Perspektywa globalnej infosfery może odgrywać ważną rolę w obronie np. praw człowieka, w tym prawa do informacji w krajach zamkniętych na wolność słowa. Dziennikarz mający taką właśnie perspektywę otwiera niejako redakcję, w której pracuje, na świat – na inne, niekiedy nowe rozwiązania.

Po drugie, Ward zachęca dziennikarzy, aby pielęgnowali w sobie postawę służenia obywatelom świata. Pisząc o tym, podkreśla szczególnie wartość lojalności w zawodzie dziennikarza wobec potrzeb informacyjnych tak zdefiniowanych odbiorców. Lojalność ta polegałaby przede wszystkim na byciu ponad wszelkimi podziałami: politycznymi, terytorialnymi oraz kulturowymi, ponieważ zdaniem badacza „służenie społeczeństwu oznacza służenie więcej niż tylko lokalnym czytelnikom lub publiczności, a nawet społeczeństwu swojego kraju” (Ward 2021a).

Po trzecie, Ward pisze o potrzebie uprawiania dziennikarstwa kosmopolitycznego, czyli pozostającego daleko od „wąskiego etnocentryzmu lub patriotyzmu” (Ward 2021)⁶. Dziennikarz – w takim rozumieniu badacza – szeroko omawia,

6 To nie oznacza, że Ward traktuje patriotyzm jako przeszkodę w rozwijaniu idei globalnego dziennikarstwa czy etyki globalnej mediów. O tym, w jakim stopniu postawa patriotyzmu może być dostosowana do dziennikarstwa etycznego, krajowego i globalnego, pisze ten badacz w książce „A Theory of Patriotism for Global Journalism”. W publikacji tej Ward pisze o globalnym dziennikarstwie, w którym zachowuje się w pełni szacunek dla wartości

wykorzystując różnorodne źródła oraz perspektywy, w tym szczególnie międzynarodowe. Omawiając określoną kwestię, dokonuje przy okazji reinterpretacji dziennikarskiego obiektywizmu. Zasada ta, wpisana niemalże w każdy dziennikarski kodeks etyczny, zwykle bywa rozumiana jako obowiązek unikania uprzedzeń wobec różnych grup społecznych, politycznych i kulturowych we własnym kraju. W dziennikarstwie kosmopolitycznym dziennikarski globalny obiektywizm zawiera w sobie dodatkowy element, jakim jest odpowiedzialność za obywateli świata, czyli obiorców żyjących w różnych państwach, i brak uprzedzeń wobec nich.

Podsumowanie

Etyka dziennikarska stanowi wbrew pozorom niezwykle prosperujący, interesujący i dynamiczny obszar badawczy w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach. Do szczególnie ważnych badaczy etyki dziennikarskiej należy Ward, który popularyzuje na całym świecie ideę globalnej etyki mediów, rozumianej jako zbiór zasad i standardów etycznych dla mediów i dziennikarzy funkcjonujących w realiach ponadnarodowej wymiany informacji. Sam badacz wielokrotnie przyznaje, że nie jest to temat nowy, lecz w obecnych, globalizujących się realiach życia i pracy nabiera on szczególnie istotnego znaczenia. W internecie pojawia się coraz więcej komentatorów wydarzeń światowych i w obliczu tego potrzeba bardziej zintensyfikowanej pracy nastawionych transnarodowo etyków mediów, zadaniem których byłaby nieustanna weryfikacja informacji, krytyczna analiza globalnej infosfery, a także edukowanie globalnego odbiorcy w zakresie odpowiedzialnego odbioru mediów i przekazu wiadomości.

W niniejszym artykule zaprezentowano jedynie zarys rozumienia i znaczenia globalnej etyki mediów w ujęciu Warda. Kanadyjski badacz napisał na ten temat kilka ważnych książek, wiele artykułów naukowych, wygłosił (i nadal wygłasza) dużo referatów, wciąż aktualizując zakres wiedzy na ten temat. Celem pośrednim niniejszego artykułu było zatem zwrócenie uwagi na działalność naukową tego uczonego, a przede wszystkim zainteresowanie ideą globalnej etyki mediów.

Bibliografia

- Christians C.G. (2019). *Media Ethics and Global Justice in the Digital Age*. Cambridge (UK).
- Christians C.G. (1989). *Ethical Theory in a Global Setting*. W: T.W. Cooper, C. Christians, F.F. Plude et al. (red.). *Communication Ethics and Global Change* (s. 3–19). New York.
- Christians C.G. (2008). *The Ethics of Universal Being*. W: S.J.A. Ward, H. Wasserman (red.). *Media Ethics Beyond Borders: A Global Perspective* (s. 6–23). Johannesburg, South Africa.

patriotycznych. W publikacji tej autor podaje konkretne wskazówki, jak można pomóc dziennikarzom łączyć na co dzień te dwie przestrzenie: globalny wymiar pracy (służba globalnemu odbiorcy) i patriotyczny (służba odbiorcom własnego kraju) (Ward 2008).

- Christians C.G. (2009). Global Ethics and the Problem of Relativism. W: S.J.A. Ward (red.). *Global Media Ethics: Problems and Perspectives* (s. 272–294). New York.
- Christians C.G. (2011). Cultural Diversity and Moral Relativism in Communication Ethics. W: A. Nikolaev (red.). *Ethical Issues in International Communication* (s. 23–34). Hampshire.
- Guzikowska M. (2015). Tine Ustad Figenschou Al Jazeera and the Global Media Landscape. *Studia Medioznawcze*, t. 62, nr 3, s. 154–158.
- Ivanič P. (2018). What is global journalism? [https://coveringmigration.com/learning_pages/what-is-global-journalism/; 11.05.2022].
- Laskowska M. (2011). Nowe media – nowa etyka? W: J. Hajdasz (red.). *Nowe media, ale nowe czy stare problemy?* (s. 97–116). Poznań.
- Laskowska M. (2018). Kształcenie w zakresie etyki dziennikarskiej w kontekście mediów społecznościowych. Warszawa.
- Lawrie Z., David C. (2014). *Ethics for Digital Journalists: Emerging Best Practices*. Milton Park, Abingdon-on-Thames, Oxfordshire (UK).
- Lindell J., Karlsson M. (2016). Cosmopolitan Journalists? Global Journalism in the Work and Visions of Journalists. *Journalism Studies*, vol. 17 (7), s. 860–870.
- Malara Z., Rzęchowski J. (2011). *Zarządzanie informacją na rynku globalnym. Teoria i praktyka*. Warszawa.
- Malinowski A. (2009). Wpływ efektu CNN na odbiór wydarzeń w Kosowie i przygotowania NATO do wojny z Jugosławią w 1999 roku. *Media – Kultura – Komunikacja Społeczna*, vol. 5, s. 219–227.
- Marcyński K. (2021). Competences in Distance Education of the 21st Century. Directions, Concepts, New Challenges. *Społeczeństwo. Edukacja. Język*, t. 14, nr 2, s. 7–18.
- Marcyński K. (2017). *Kompetencja komunikacyjna. Studium medioznawcze*. Warszawa.
- McLuhan M. (2017). *Galaktyka Gutenberga. Tworzenie człowieka druku*. Tłum. A. Wojtasik. Warszawa.
- Merrill J.C. (1991). *Global Journalism*, New York.
- Nowak E. (2011). Relacje mediów jako czynnik interweniujący w stosunkach międzynarodowych. Koncepcja CNN effect. *Politeja – Pismo Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politycznych Uniwersytetu Jagiellońskiego*, t. 8, nr 15, s. 269–284.
- Pjesivic I., Spasovska K., Imre I. (2017). Attribution of global ethical norms: Perceptions of journalistic independence and integrity in Serbia, Macedonia and Croatia. *Global Media and Communication*, vol. 13 (2), s. 157–179.
- Postel-Vinay K. (2020). Globalization 4.0 and New Modes of International Cooperation [<https://iorj.hse.ru/data/2020/10/13/1373346917/Postel-Vinay.pdf>; 12.06.2022].
- Thussu D.K. (2008). Globalization of the Media. *Wiley Online Library* [<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9781405186407.wbiecg017>; 15.06.2022].
- Tunstall J. (2008). *The Media Were American*. New York.
- Ward S.J.A. (2005). Philosophical Foundations for Global Journalism Ethics. *Journal of Mass Media Ethics*, vol. 20 (1), s. 3–21.
- Ward S.J.A. (2008). A Theory of Patriotism for Global Journalism. W: S.J.A. Ward, H. Wasserman (red.). *Media Ethics Beyond Borders: A Global Perspective* (ch. 3). New York.
- Ward S.J.A. (2008). Global Journalism Ethics: Widening the Conceptual Base. *Global Media Journal*, vol. 1, s. 137–149.

- Ward S.J.A. (2010). Global Journalism Ethics. *Literary Review of Canada. A Journal of Ideas* [<https://reviewcanada.ca/magazine/2010/12/news-for-the-world/>; 15.06.2022].
- Ward S.J.A. (2010). Global Journalism Ethics. Montreal.
- Ward S.J.A. (2011). Ethical Flourishing as Aim of Global Media Ethics. *Journalism Studies*, vol. 12 (6), s. 738–746.
- Ward S.J.A. (2011). Multidimensional Objectivity for Global Journalism. W: R.S. Fortner, P.M. Fackler (red.). *The Handbook of Global Communication and Media Ethics* (s. 215–233), Hoboken, NJ.
- Ward S.J.A. (2013). Global Media Ethics: Utopian or Realistic? W: S.J.A. Ward (red.). *Global Media Ethics: Problems and Perspectives* (s. 295–313). Chichester.
- Ward S.J.A. (2013). Global Media Ethics [<https://mediamorals.org/global-media-ethics/>; 11.05.2022].
- Ward S.J.A. (2013). Introduction: Media Ethics as Global. W: S.J.A. Ward (red.). *Global Media Ethics: Problems and Perspectives* (s. 1–10). New York.
- Ward S.J.A. (2014). Multidimensional Objectivity for Global Journalism. W: R.S. Fortner, P.M. Fackler (red.). *The Handbook of Global Communication and Media Ethics* (s. 215–233). Chichester.
- Ward S.J.A. (2015a). Global Media Ethics [<https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/global-media-ethics/>; 15.06.2022].
- Ward S.J.A. (2015b). *Radical Media Ethics: A Global Approach*. New York.
- Ward S.J.A. (2021a). What Is Global Media Ethics? W: S.J.A. Ward (red.). *Handbook of Global Media Ethics*. New York.
- Ward S.J.A. (2021b). *Handbook of Global Media Ethics*. Vol. 1. New York.
- Ward S.J.A. (2008). Global Journalism Ethics: Widening the Conceptual Base. *Global Media Journal*, vol. 1, s. 137–149.
- Wasserman H. (2006). Globalized values and postcolonial responses: South African perspectives on normative media ethics. *International Communication Gazette*, vol. 68, nr 1, s. 71–91.
- Wasserman H. (2007). Global media ethics revisited: A postcolonial critique. *Global Media and Communication*, vol. 3, nr 1, s. 29–50.

STRESZCZENIE

Celem niniejszego artykułu jest określenie rozumienia i istoty globalnej etyki mediów w ujęciu czołowego na świecie jej inicjatora i popularyzatora – Stephena J.A. Warda. Artykuł ten stanowi zatem próbę odpowiedzi na następujące pytania: Jak jest rozumiana globalna etyka mediów przez Warda? Dlaczego w jego przekonaniu jest ona tak bardzo potrzebna? Jak przedstawia się stan badań na temat globalnej etyki mediów w działalności badawczej Warda? Kto spośród badaczy – oprócz Warda – podejmuje niniejszą tematykę? Aby zrealizować podstawowe założenia metodologiczne, posłużono się metodami analizy treści oraz systematycznego przeglądu literatury. Materiał badawczy służący określeniu teorii globalnej etyki mediów Warda stanowią publikacje naukowe tegoż badacza.

Słowa kluczowe: globalna etyka mediów, globalna etyka dziennikarska, Stephen J.A. Ward, globalne dziennikarstwo, globalny wymiar informacji