

Magdalena Golińska-Konecko

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

ORCID: 0000-0001-6082-6400

Media i dziennikarze w czasach pandemii COVID-19. Na przykładzie olsztyńskim

Streszczenie

Wybuch pandemii w pierwszych miesiącach 2020 roku znacząco wpłynął na życie społeczne, polityczne i gospodarcze Polaków. W dużym stopniu zmienił też same media i pracę dziennikarzy, którzy po początkowym chaosie związanym z nadmiarem informacji, „infodemią”, z czasem skupili się głównie na przekazywaniu doniesień o statystykach zachorowań, sytuacji w szpitalach, ograniczeniach nałożonych przez rząd czy odmrażaniu kolejnych dziedzin gospodarki. Celem artykułu jest pokazanie, jak zmiany związane z pandemią i wynikające z nich istotne ograniczenia w komunikowaniu wpłynęły na treść programów informacyjnych oraz funkcjonowanie samych mediów i środowiska dziennikarskiego w Olsztynie. Analizie poddano regionalną telewizję publiczną – TVP3 Olsztyn. Przedstawiono wybrane wyniki badań własnych, jak też publikowanych.

Słowa kluczowe: COVID-19, dziennikarze, telewizja regionalna, fake news, analiza zawartości.

Media and journalists during the COVID-19 pandemic. On the example of Olsztyn

Abstract

The outbreak of the pandemic in the first months of 2020 significantly affected the social, political and economic life of Poles. It also substantially impacted the media and journalists themselves who, following the “infodemy” – the initial confusion caused by the excess of information – gradually shifted their focus towards informing about the statistics of illnesses, the situation in hospitals, the restrictions imposed by the government or on the unfreezing of subsequent segments of the economy. The purpose of this article is to show how the changes related to the pandemic and the resulting significant restrictions in communication have affected the content of news programs, the functioning of the media and the journalistic environment in Olsztyn. The analysis covered activities of the regional public television, TVP3 Olsztyn. Selected results of own and published research were presented.

Keywords: COVID-19, journalists, regional television, fake news, content analysis.

Wprowadzenie

Problematyka artykułu koncentruje się na pandemii COVID-19 i jej oddziaływaniu na treść przekazów w wybranym medium lokalnym oraz na wpływie, jaki miała ona na pracę redakcji i samych dziennikarzy. Wywołujący ostrą chorobę układu oddechowego

wirus SARS-CoV-2, który wykryto w chińskiej miejscowości Wuhan pod koniec 2019 roku, w zaledwie kilka miesięcy rozprzestrzenił się na cały świat. Od tego czasu stał się najważniejszym tematem doniesień we wszystkich rodzajach mediów w Polsce i zagranicą. Od marca, przez kolejne miesiące, informacje związane z pandemią były przekazywane praktycznie codziennie, w niezliczonej ilości, zalewając społeczeństwo ogromną liczbą sprzecznych informacji, opinii, a nawet fake newsów⁴⁸. Powstał chaos informacyjny, pandemia dezinformacji nazwana przez Światową Organizację Zdrowia (World Health Organisation, WHO) „infodemią”⁴⁹. W rezultacie doprowadziło do sytuacji, w której zdezorientowani odbiorcy przekazów medialnych zaczęli tracić zaufanie do rzetelności pojawiających się w mediach treści. Z kolei dziennikarze z dnia na dzień musieli dostosować się do nowych warunków pracy, szukać nowych rozwiązań i nowych narzędzi komunikacji oraz sprawdzać wiarygodność/krytycznie podchodzić do zdobytych informacji/swoich źródeł.

Celem badań było ukazanie wpływu na treść programów informacyjnych, funkcjonowanie mediów i środowiska dziennikarskiego oraz sposób komunikowania, jaki miał czas pandemii i wynikające z niego ograniczenia. Analizie poddano zawartość serwisów informacyjnych TVP3 Olsztyn oraz funkcjonowanie redakcji w omawianym okresie. Olsztyński oddział TVP jest jednym z czterech najmłodszych wśród szesnastu Oddziałów Telewizji Polskiej⁵⁰. Przygotowane przez pracujących na jego rzecz dziennikarzy programy samodzielnie emituje od 3 stycznia 2005 roku⁵¹. Rocznie jest to ponad 1980 godzin (prawie 5,5 godziny dziennie)⁵².

Pytania badawcze postawione przez autorkę to: (1) Jak pandemia wpłynęła na prace dziennikarzy TVP3 Olsztyn? (2) Jakie były kategorie tematyczne problematyki covidowej w „Informacjach”? (3) Jaka była częstotliwość problematyki covidowej w „Informacjach”?

⁴⁸ M. Powell, *What role can the media play in managing the COVID-19 outbreak?* Retrieved on March 5, 2020, from id-hub.com/2020/03/05/role-can-media-play-managing-COVID-19-outbreak (dostęp: 29.09.2021).

⁴⁹ United Nations, *Coronavirus: UN health agency moves fast to tackle 'infodemic'; Guterres warns against stigmatization*, UN News 4.02.2020, <https://news.un.org/en/story/2020/02/1056672> (dostęp: 21.09.2020).

⁵⁰ Na mocy znowelizowanej ustawy sejmowej o radiofonii i telewizji wiosną 2004 roku do dwunastu dotychczasowych oddziałów terenowych TVP dołączyły cztery kolejne w ostatnich miastach wojewódzkich, które ich jeszcze nie posiadały – w Kielcach, Opolu, Gorzowie i Olsztynie.

⁵¹ Wcześniej był filią Oddziału TVP w Gdańsku i materiały, które powstawały na Warmii i Mazurach, były emitowane w programach „Panorama Gdańska”, „Magazyn Elbląsko-Olsztyński EOL”, a także w programie informacyjnym „Panorama Warmii i Mazur”. Kiluminutowy program był emitowany raz dziennie (od 21 lipca 2000 r.) i zasięgiem obejmował jedynie Olsztyn i najbliższą okolicę. Zob. M. Golińska-Konecko, „*Telewizja dla dziennikarzy*” – kryzys publicznej telewizji w Polsce czy dziennikarstwo czasów kryzysu? [w:] *Konkurencyjny rynek medialny. Telewizja wobec nowych mediów*, red. R. Sierocki, M. Sokołowski, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011, s. 270–273.

⁵² Sprawozdanie z działalności programowej TVP S.A. w Olsztynie za rok 2020 dla KRRiT.

Metodologia badań

W pracy zastosowano analizę zawartości głównego programu informacyjnego TVP3 Olsztyn „Informacje”. W prezentowanych badaniach analizie poddano 60 programów informacyjnych, wyemitowanych na antenie olsztyńskiego oddziału telewizji w okresie od 1 marca do 31 sierpnia 2020 roku, czyli w tak zwanej pierwszej fazie rozwoju pandemii w Polsce. Przeanalizowano po 10 losowo wybranych wydań z każdego miesiąca, na które składało się od 6 do 10 materiałów dziennikarskich (newsów, relacji LIVE i innych). W sumie przeanalizowano 483 materiały.

W celu uporządkowania materiału badawczego stworzono klucz kategoryzacyjny, na podstawie którego opisano każde z analizowanych wydań „Informacji”. Spisana została data ich emisji, liczba i kolejność materiałów w programie oraz ich krótka charakterystyka. Odnotowano też czas ich trwania, nazwisko autora i tematykę oraz zakres geograficzny.

Na podstawie raportu Polskiej Agencji Prasowej z 2020 roku pt. „Praca dziennikarza w dobie koronawirusa i lockdown” autorka stworzyła własny kwestionariusz ankiety dostosowany do specyfiki konkretnego medium, czyli telewizji regionalnej. Użyto go w grupie dziennikarzy TVP3 Olsztyn, którzy stanowią populację respondentów⁵³. Kwestionariusz został udostępniony im drogą internetową. W badaniu wzięło udział w sumie 23 spośród 25 dziennikarzy olsztyńskiego oddziału TVP⁵⁴. Liczba wypełnionych ankiet odpowiada zatem 92% badanej populacji.

Pandemia a media

Na początku marca 2020 roku odnotowano pierwszy w Polsce przypadek zachorowania na wirusa SARS-CoV-2⁵⁵. Zaledwie miesiąc później liczba zakażonych przekroczyła 3000 osób. W maju wzrosła niemal czterokrotnie, a pod koniec sierpnia wynosiła już ponad 67 tys. osób⁵⁶.

⁵³ W ramach badania „Praca dziennikarza w czasie koronawirusa i lockdown” przeanalizowano 316 ankiet przeprowadzonych wśród przedstawicieli tego zawodu (pracujących w jednej lub kilku redakcjach). Projekt badawczy zrealizowany przez ekspertów z Polskiej Agencji Prasowej i analityków Instytutu Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego szczegółowo omówił prof. D. Tworzydło z Uniwersytetu Warszawskiego. Zob. *idem*, *Analiza zmian w zawodzie dziennikarza wywołanych pandemią COVID-19 z uwzględnieniem komunikacji z grupami docelowymi oraz wykorzystania nowych technologii*, „Studia Medioznawcze” 2020, t. 21, nr 4(83), s. 734–747.

⁵⁴ Oddział TVP w Olsztynie jest jednym z najmniejszych oddziałów Telewizji Polskiej. Nad przygotowaniem programu regionalnego w systemie rotacyjnym pracuje w sumie około 100 osób (wśród nich dziennikarze, operatorzy, dźwiękowcy, montażyści, kierownicy produkcji, pracownicy techniczni, informatycy).

⁵⁵ J. Duszyński i in., *Zrozumieć COVID-19*, Polska Akademia Nauk, Warszawa 2014, s. 12–20.

⁵⁶ *KORONAWIRUS W POLSCE – Wykresy Mapa Statystyki Aktualności*, <https://epidemia-koronawirus.pl> (dostęp: 21.09.2021).

Rosnąca w szybkim tempie liczba przypadków zachorowań z powodu koronawirusa i związane z tym niepokój i dezorientacja sprawiły, że jeszcze przed ogłoszeniem przez rząd lockdownu wielu Polaków rozpoczęło pracę zdalną⁵⁷, inni musieli przebywać w domach z powodu kwarantanny⁵⁸. Przyczyniło się to do zwiększenia zapotrzebowania na informację oraz wzrostu konsumpcji mediów internetowych i elektronicznych⁵⁹.

Z badań opublikowanych przez LoveBrands Relations wynika, że to właśnie z nich Polacy najczęściej uzyskują wiadomości o koronawirusie⁶⁰. Podstawowym źródłem informacji w czasie pandemii jest internet – tak zadeklarowało 86% Polaków. Drugie miejsce zajmuje telewizja, z której korzysta 76% respondentów. Większość ankietowanych (73%) poszukuje w mediach informacji bieżących: statystyk dotyczących zachorowalności oraz zgonów, wiadomości ze świata oraz prognoz odnoszących się do czasu trwania pandemii. Informacje poświęcone sposobom zabezpieczenia się przed zarażeniem są natomiast ważne dla nieco ponad połowy ankietowanych (56%). Tylko niecałe 4% uczestników badania przyznało, że nie szuka w mediach żadnych informacji na tematy związane z COVID-19. Co ciekawe, większość ankietowanych (77%) przyznała też, że czuje się znużona tematyką pandemii i oczekuje innych informacji⁶¹.

W badaniu przeprowadzonym przez agencję Inquiry pod koniec września 2020 roku 43% ankietowanych przyznało, że w doniesieniach medialnych nie znaleźli oni rzetelnych informacji o koronawirusie⁶².

„Informacje” TVP3 Olsztyn – analiza zawartości

Program „Informacje” jest emitowany na żywo na antenie TVP3 Olsztyn dwa razy dziennie – o godzinie 18.00 i 21.30. Składają się na niego materiały z wydarzeń z Warmii i Mazur, w których przygotowywaniu pomagają dwie redakcje zamiejscowe – w Elblągu

⁵⁷ Z danych GUS wynika, że na koniec marca 2020 r. udział osób, które pracowały w ten sposób w ogólnej liczbie pracujących objętych badaniem „Popyt na pracę”, wyniósł 11%. Źródło danych: GUS, *Wpływ epidemii COVID-19 na wybrane elementy rynku pracy w Polsce w IV kwartale 2020 r.*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/popyt-na-prace/wpływ-epidemii-COVID-19-na-wybrane-elementy-ryнку-pracy-w-polsce-w-czwartym-kwartale-2020-r-4,4.html> (dostęp: 13.10.2021).

⁵⁸ T. Goban-Klas, *Media w płynnej pandemii 2020. Komunikacja w czasie lockdownu: oddzielnie, ale razem*, „Studia Medioznawcze” 2020, t. 21, nr 83, s. 725–726.

⁵⁹ A. Watson, *In-home media consumption due to the coronavirus outbreak among internet users worldwide as of March 2020, by country*, <https://www.statista.com/statistics/1106563/home-media-consumption-coronavirus-worldwide-by-generation/> (dostęp: 10.10.2021).

⁶⁰ Badanie w dniach 31.03–1.04.2020, na zlecenie LoveBrands Relations, przeprowadziła agencja SW RESEARCH metodą wywiadów on-line (CAWI) na panelu internetowym SW Panel. Wzięło w nim udział 1024 Polaków powyżej 18. roku życia.

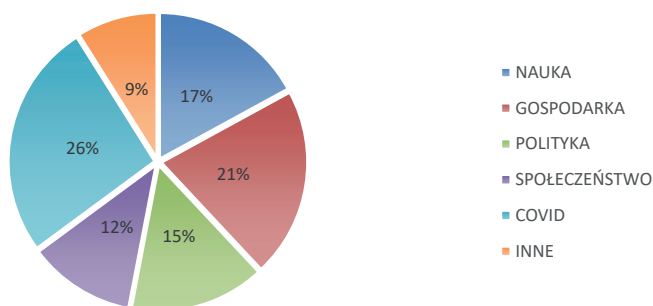
⁶¹ *Badanie LoveBrands Relations – jakich informacji w dobie koronawirusa szukają Polacy?*, <https://www.pap.pl/centrum-prasowe/621388%2Cbadanie-lovebrands-relations-jakich-informacji-w-dobie-koronawirusa-szukaja-polacy> (dostęp: 7.10.2021).

⁶² Badanie zrealizowała agencja badań rynku Inquiry w dniach 22–24 września 2020 r. metodą CAWI (sondaż online na panelu YouGov), na reprezentatywnej próbie 1000 dorosłych Polaków.

i Elku⁶³. Serwis prezentuje najważniejsze tematy dnia, a czas trwania „informacji” w badanym okresie wyniósł od 14 do 20 minut.

Na podstawie analizy materiałów informacyjnych stworzono cztery główne dziedziny tematyczne: nauka, gospodarka, polityka, społeczeństwo. Z uwagi na tematykę artykułu materiały poświęcone tematyce koronawirusa otrzymały osobną kategorię – „COVID”. Utworzono też kategorię „INNE”, w której znalazły się materiały niepasujące do żadnej z tych dziedzin, dotyczące między innymi kultury, religii, sportu itd.

Biorąc pod uwagę czas antenowy, najwięcej materiałów informacyjnych (26%) było poświęconych tematyce związanej z pandemią. Na drugim, równie wysokim miejscu znalazła się gospodarka, głównie kwestie związane z rolnictwem, turystyką, transportem czy inwestycjami strukturalnymi w regionie⁶⁴.



Rysunek 1. Struktura tematyczna programu: „Informacje” TVP Olsztyn 01.03–31.08.2020.
Źródło: badania własne, N = 483.

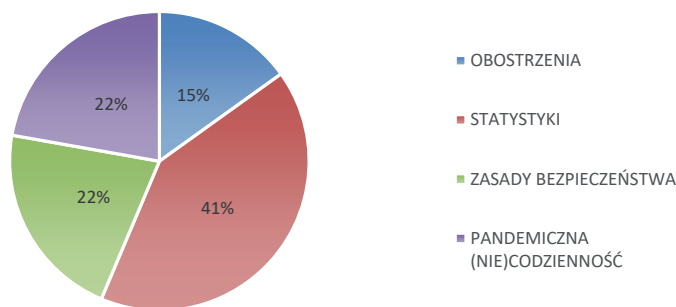
Warto podkreślić, że treści tematyczne często się przenikały, miały charakter interdyscyplinarny. Pandemia ma bowiem wpływ na niemal każdy aspekt ludzkiego życia. Treści związane z gospodarką dotyczyły więc często działań firm, kosztów finansowych pandemii czy tragicznej sytuacji lokalnych przedsiębiorstw⁶⁵. Podobnie było z nauką, przykładem może być materiał dotyczący naukowców z PAN w Olsztynie, którzy wspólnie z naukowcami z Hiszpanii, Francji i Włoch pracowali nad suplementem

⁶³ M. Golińska-Konecko, *Analiza treści i formy regionalnego programu informacyjnego „Informacje” TVP Olsztyn w latach 2005–2010*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2014, nr 10(1), s. 81.

⁶⁴ M.in. A. Karpacz, *Odpadowe zmiany w Elku*, „Informacje”, data emisji: 4.03.2020; K. Czechura, *Budowa S7*, „Informacje”, data emisji: 10.03.2020; M. Pawłowski, *Fundusz dróg samorządowych*, „Informacje”, data emisji: 15.04.2020; M. Wojnowska, *Uczciwy paragon*, „Informacje”, data emisji: 3.08.2020; R. Sołyga, *Nowe obwodnice*, „Informacje”, data emisji: 16.04.2020; A. Karpacz, *Via Baltica i archeolodzy*, „Informacje”, data emisji: 19.08.2020; M. Wojnowska, *Ścieżki rowerowe Szczytno*, „Informacje”, data emisji: 26.08.2020.

⁶⁵ M.in. I. Pacholska, *Koronawirus w rynek wołowiński*, „Informacje”, data emisji: 6.03.2020; A. Karpacz, *Rolnicy w dobie koronawirusa*, „Informacje”, data emisji: 14.03.2020; J. Bryszewska, *Fryzjerzy przed otwarciem*, „Informacje”, data emisji: 13.05.2020; B. Gołębiowski, *Wojewoda tarcza suma*, „Informacje”, data emisji: 2.06.2020; B. Kucharski, *Bezrobocie rośnie*, „Informacje”, data emisji: 6.07.2020.

diety hamującym infekcję SARS-CoV-2⁶⁶. Z kolei treści związane z polityką często były poświęcone obstrzeżeniom w kraju i regionie. Tematyka społeczna odnosiła się do dystansu społecznego, zmian w funkcjonowaniu społeczeństwa. Umieszczone w kategorii „INNE” treści sportowe czy kulturalne również nierzadko nawiązywały do odwoływania rozmaitych wydarzeń bądź imprez sportowych lub kulturalnych, zamykania instytucji kultury czy ich działania w reżimie sanitarnym⁶⁷.



Rysunek 2. Tematyka COVID w programie „Informacje” TVP Olsztyn 1.03–31.08.2020.
Źródło: badania własne, N = 126.

Wśród materiałów poświęconych pandemii COVID-19 najwięcej dotyczyło aktualnych statystyk zachorowań i sytuacji w szpitalach (41%). Materiały te zwykle znajdowały się na początku serwisu informacyjnego. Najczęściej miały postać tak zwanych wejść na żywo (*live*), czyli łączenia w czasie rzeczywistym z reporterem, który był na miejscu związanym z omawianą przez siebie problematyką, na przykład pod szpitalem⁶⁸. Materiały dodatkowo, dla lepszego zobrazowania odbiorcom przekazywanych treści, były wzbogacone o infografiki (grafiki objaśniające)⁶⁹. Pokazywano na nich statystyki zarażeń, zgonów lub ozdowieńców z danego dnia bądź z całego okresu trwania pandemii. Bardzo często były mapy całego regionu z podziałem na powiaty, na których zaznaczano także odpowiednimi kolorami aktualne strefy największych i najmniejszych liczb zakażeń czy śmierci spowodowanych zachorowaniem na COVID-19.

Często poruszonymi kwestiami związanymi z pandemią były też zasady bezpiecznego zachowania w czasie epidemii koronawirusa (22%). W „Informacjach” wielokrotnie mówiono o restrykcjach związanych z wychodzeniem z domu, noszeniem maseczek, zamkniętymi punktami usługowymi lub nowymi zasadami obowiązującymi

⁶⁶ M. Gołąb-Kocięcka, *Suplement na wirusa*, „Informacje”, data emisji: 26.08.2020.

⁶⁷ M.in. M. Hapunik, *Wirtualna kultura*, „Informacje”, data emisji: 20.03.2020; T. Szeremeta, *Zawieszona rozgrywki z powodu Covid*, „Informacje”, data emisji: 30.03.2020; K. Czechura, *Kultura w czasie pandemii*, „Informacje”, data emisji: 28.04.2020; R. Wesołowski, *Muzeum odmrażanie*, „Informacje”, data emisji: 6.05.2020.

⁶⁸ J. Uszyński, *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Telewizja Polska S.A., Warszawa 2004, s. 35.

⁶⁹ D. Newsom, J. Haynes, *Public Relations Writing: Form and Style. International Edition*, Cengage Learning, Inc, Wadsworth 2013, s. 240.

na wschodniej granicy⁷⁰. Pokazywano także życie codzienne mieszkańców regionu, a w zasadzie nową rzeczywistość, w której się znaleźli (kategoria: „(NIE)CODZIENNOŚĆ”). Pandemia koronawirusa diametralnie zmieniła bowiem niemal wszystkie aspekty życia społecznego⁷¹. W tej kategorii znalazły się też newsy poświęcone testom na koronawirusa i oddawaniu osocza przez ozdrowieńców, czy różnego rodzaju zachowaniom prospołecznym, między innymi pomocy i wsparciu dla osób bezdomnych, seniorów i grup, które dotknęła pandemia⁷².

W przeprowadzonym badaniu uwzględniono też zakres geograficzny prezentowanych materiałów: zagraniczne, krajowe, regionalne, lokalne. W badanym okresie najwięcej miejsca w programie zajmowały materiały o tematyce regionalnej. „Informacje” poświęciły im 44% czasu antenowego (212 newsów). Świadczy to dużej produktywności zespołu redakcyjnego, a przede wszystkim w szerszym spektrum ukazuje funkcjonowanie regionu i jego mieszkańców. Jest też realizacją nałożonych na programy regionalne zadań ustawowych, zgodnie z którymi mają one obowiązek rzetelnego ukazywania różnorodności lokalnych wydarzeń, ich korelowania z wydarzeniami w kraju, co ma wspierać uczestnictwo obywateli i ich organizacji w życiu publicznym na szczeblu województw, powiatów i gmin⁷³.

Wiadomości krajowe stanowiły 21% wszystkich informacji i zwykle były one tłem lub punktem wyjścia do zobrazowania zjawisk i wydarzeń zachodzących w regionie⁷⁴.

Nawiązania do sytuacji w kraju pojawiały się też często w materiałach poświęconych statystykom pandemii⁷⁵.

⁷⁰ M.in. J. Bryszewska, *Maseczki zapotrzebowanie*, „Informacje”, data emisji: 16.03.2020; B. Gołębiowski, *Targowiska w koronawirus*, „Informacje”, data emisji: 20.03.2020; P. Pawłowski, *Granice i kwarantanna zmiany*, „Informacje”, data emisji: 13.06.2020.

⁷¹ M.in. J. Kiziewicz, *WORD w czasach zarazy*, „Informacje”, data emisji: 18.03.2020; M. Hapunik, *Procedury pochówku w covidzie*, „Informacje”, data emisji: 20.03.2020; B. Gołębiowski, *Komunie święte*, „Informacje”, data emisji: 30.03.2020; K. Czechura, *Zdalna niedziela palmowa*, „Informacje”, data emisji: 5.04.2020; J. Bryszewska, *Koronawirus – przemoc domowa*, „Informacje”, data emisji: 20.04.2020; B. Kucharski, *Lekcje on-line*, „Informacje”, data emisji: 21.04.2020; J. Bryszewska, *Bezpieczeństwo i higiena pracy*, „Informacje”, data emisji: 25.05.2020; R. Wesołowski, *Matura w reżimie*, „Informacje”, data emisji: 7.06.2020.

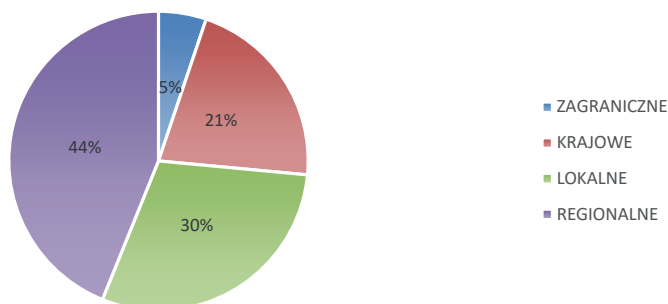
⁷² M.in. J. Wilengowska, *Radio na pomoc artystom*, „Informacje”, data emisji: 18.03.2020; P. Pawłowski, *Pomoc w mundurze*, „Informacje”, data emisji: 20.03.2020; A. Karpacz, *Kontenery dla bezdomnych*, „Informacje”, data emisji: 22.03.2020; R. Sołyga, *Niewiarygodne testy*, „Informacje”, data emisji: 28.04.2020; P. Pawłowski, *Osocze ozdrowieńcy*, „Informacje”, data emisji: 23.04.2020.

⁷³ T. Skoczek, *Telewizja regionalna. Szkic do opisu*, Wydawnictwo MCDN, Kraków 2002, s. 10.

⁷⁴ M.in. R. Wesołowski, *Obchody święta Wojska Polskiego*, „Informacje”, data emisji: 14.08.2020; A. Kieres, *Przygotowania do roku szkolnego*, „Informacje”, TVP Olsztyn, data emisji: 24.08.2020; P. Rakoczy, *Rocznica porozumień sierpniowych*, „Informacje”, TVP Olsztyn, data emisji: 28.08.2020; P. Pawłowski, *Program Kolej Plus*, „Informacje”, TVP Olsztyn, data emisji: 28.08.2020.

⁷⁵ M.in. A. Kieres, *Znoszenie obostrzeń*, „Informacje”, data emisji: 5.06.2020; N. Karapuda, *Rekord goni rekord*, „Informacje”, data emisji: 6.08.2020.

Najmniej, bo zaledwie 5% programu, zajmowały materiały związane z tematyką zagraniczną. Głównie była skupiona wokół odbywającej się na wielu płaszczyznach współpracy międzynarodowej, na przykład wspólnych badań naukowców⁷⁶.



Rysunek 3. Zakres geograficzny programu: „Informacje” TVP Olsztyn 01.03–31.08.2020
Źródło: badania własne, N = 483.

Dziennikarze TVP3 Olsztyn wobec pandemii

W ramach badania „Dziennikarze TVP Olsztyn w czasie pandemii” autorka przeanalizowała 23 ankiety przeprowadzonych wśród dziennikarzy zatrudnionych i współpracujących z Olsztyńskim Oddziałem TVP. Podzielono ich ze względu na płeć, wiek oraz staż pracy w zawodzie.

Wśród respondentów największą grupę (ponad 69,5%) stanowiły kobiety. Odsetek mężczyzn wyniósł nieco ponad 30%. Biorąc pod uwagę wiek ankietowanych, najliczniejszą i jednocześnie najmłodszą wiekowo grupą były osoby w wieku od 26 do 35 lat (ponad 52,2%). Na drugim miejscu znaleźli się dziennikarze w wieku od 36 do 44 lat (34,8%). Zaledwie 13% dziennikarzy przekroczyło wiek 45 lat.

Jeśli chodzi o staż pracy w branży, to najliczniejszą grupę (prawie 35%) stanowili respondenci deklarujący 6–10 lat. Przedział 11–20 lat wskazało prawie 30,5% ankietowanych badanych. Dziennikarze ze stażem pracy, który nie przekraczał 5 lat, stanowili 17,4% badanej populacji. Dokładnie tyle samo wynosił odsetek osób z ponad 20-letnim stażem.

Ponad 91% ankietowanych uważa, że branża dziennikarska dobrze dostosowała się do sytuacji pandemii:

[...] podział redakcji na dwie grupy A i B, bez żadnych odstępstw. 2 dni pracowali jedni – ta sama grupa wydawców, dziennikarzy, operatorów i montażystów, potem pełna dezynfekcja i na 2 przychodziła druga grupa. Jak jeden był na kwarantannie (niektórzy byli nawet kilka razy), to cała ekipa też miała kwarantannę. Patrząc na specyfikę pracy to stosunkowo mało było u nas tych zakażeń.

⁷⁶ M.in. K. Czechura, *Naukowcy badają synagogi*, „Informacje”, data emisji: 19.08.2020; R. Sołyga, *Suplement na koronawirusa*, „Informacje”, data emisji: 26.08.2020.

[...] dostosowaliśmy się do nowych reguł pracy, również narażając siebie i swoje zdrowie, jeżdżąc na konferencje, będąc pod szpitalami covidowymi itp. też «walczyliśmy i walczymy na linii frontu» podając społeczeństwu informacje, niezbędne do funkcjonowania w czasach pandemii.

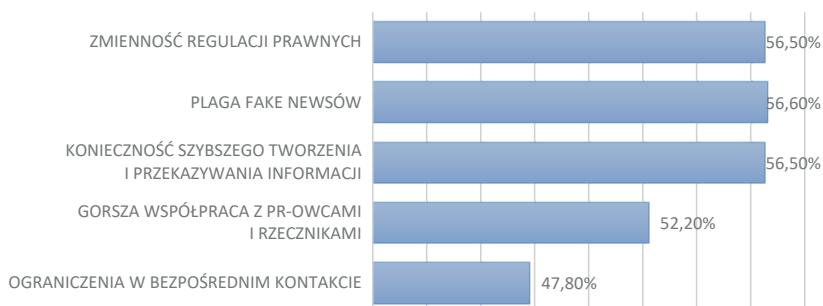
[...] mam wrażenie, że służby, instytucje zaczęły nas poważniej traktować, jak partnerów, a nie «przeszkadzaczy»⁷⁷.

Problemów nie sprawiło dziennikarzom TVP3 Olsztyn ani przejście na zdalne formy komunikowania się (56,5%), ani też zdobywanie informacji z pomocą narzędzi online (82,6%):

[...] okazało się, że można wykorzystywać takie narzędzia do nagrywania rozmówców jak Skype Messenger, a dzięki nim świat stał się ogólnodostępny⁷⁸.

Jako korzystną zmianę w pandemii większość dziennikarzy (95,6%) wymieniało większą dostępność rozmówców dzięki zdalnym formom komunikacji.

Jednak w opinii dziennikarzy niekorzystnych zmian, do których przyczyniła się pandemia, jest znacznie więcej.



Rysunek 4. Niekorzystne skutki pandemii według dziennikarzy TVP3 Olsztyn
Źródło: badania własne, N = 23.

Niemal połowa (47,8%) dotkliwie odczuła ograniczenia w bezpośrednim kontakcie z rozmówcami. Co drugi respondent (56,5%) przyznaje, że pandemia narzuciła konieczność szybszej reakcji w tworzeniu i przekazywaniu informacji. Dokładnie tyle samo dziennikarzy uważa, że można mówić o pladze fake newsów, na które powołują się firmy w informacjach prasowych. Z tego powodu 87% z nich deklaruje, że weryfikuje otrzymane informacje. U źródła robi to 82,6% dziennikarzy, 43,5% czasami korzysta w tym celu ze stron fact-checkingowych.

Ponad połowa (56,5%) dziennikarzy twierdzi też, że pracę utrudnia im zmienność regulacji prawnych w czasie pandemii, a 52,2% uważa, że w związku z pandemią pogorszyła się ich współpraca z PR-owcami i rzecznikami prasowymi. Wśród najczęściej

⁷⁷ Źródło: badania własne, na podstawie opisowej części ankiety „Dziennikarze TVP3 Olsztyn w czasie pandemii”.

⁷⁸ *Ibidem*.

podawanych przyczyn znalazły się brak bezpośredniego kontaktu (konferencje, śniadania prasowe itp.) – 60% oraz utrudniony kontakt (długie oczekiwanie lub brak odpowiedzi na maile, telefony, unikanie odpowiedzi) – 47,8%. Z kolei 30,4% respondentów wskazało na brak profesjonalizmu, kompetencji i powolność pracy rzeczników i PR-owców:

[...] materiały video przygotowywane przez PR i rzeczników, często nie spełniały dotychczasowych standardów telewizyjnych. [...] dopiero z czasem nagrania zaczęły być lepszej jakości, firmy i instytucje dostosowały możliwość kontaktu zdalnego do wymagań telewizyjnych.

[...] myślę, że niektórzy rzecznicy pandemię przyjęli z radością. Niezależnie od anteny w wielu przypadkach widać, że zamiast mówić, czytają notatkę z komputera.

[...] rzecznicy i zespoły prasowe, przez to, że sami musieli nagrywać, montować i publikować materiały bardziej rozumieją naszą pracę. Wiemy też kto rzecznikiem jest w istocie, a nie tylko z nazwy ;)⁷⁹

Zdaniem dziennikarzy trwałym skutkiem pandemii w komunikacji pomiędzy dziennikarzami a PR-owcami będzie zmniejszenie bezpośredniego kontaktu w formie spotkań (69,6%) oraz korzystanie z tradycyjnych konferencji (73,9%). Zwiększy się natomiast korzystanie z wideorozmów (91,3%), webinarów i podcastów (78,3%), komunikatorów internetowych (78,3%) oraz konferencji online (69,6%).

Podsumowanie

Pandemia COVID-19 zmieniła sposób organizacji pracy redakcji TVP3 Olsztyn oraz realizacji programu „Informacje”. Dziennikarze musieli dostosować się do wymogów sanitarnych, zmian wprowadzonych w ramówce (część programów czasowo zawieszono), ale też do nowego, częściowo zdalnego sposobu pracy i nowych form kontaktu z rozmówcami. Pandemia koronawirusa była w programie informacyjnym olsztyńskiego oddziału nowym, ważnym i wyeksponowanym tematem. Największy nacisk kładziono w nim przede wszystkim na przekazanie rzetelnych informacji dotyczących statystyk zachorowań i zgonów w regionie, sytuacji w szpitalach. Ważne były również informacje o ograniczeniach nałożonych przez rząd czy odmrażaniu kolejnych dziedzin gospodarki i życiu mieszkańców w nowej „normalności”.

Tematy związane z pandemią dziennikarze TVP3 Olsztyn starali się przedstawiać rzetelnie, bez niepotrzebnej sensacji czy wzbudzania paniki. Materiały informacyjne, zgodnie z zadaniami telewizji regionalnej, były redagowane i przygotowywane z myślą o konkretnych odbiorcach – mieszkańcach regionu, informowały ich, „jak sytuacja wpływa na gospodarkę, edukację, życie codzienne i jakie są prognozy na przyszłość”⁸⁰.

⁷⁹ *Ibidem*.

⁸⁰ Zob. E. Chudziński, *Regionalizm, lokalizm, media*, Prowincjonalna Oficyna Wydawnicza, Bochnia–Warszawa 2001, s. 17; A. Roguska, *Telewizja lokalna w upowszechnianiu kultury regionalnej*, Impuls, Kraków 2008, s. 39.

Zalew różnego rodzaju informacji produkowanych na temat COVID-19 oraz wysokie zainteresowanie społeczne nimi sprawiły, że w tym trudnym czasie dziennikarze olsztyńskiej telewizji musieli się zmierzyć z fake newsami, weryfikować swoje źródła. Pracę utrudniały im też między innymi zmieniające się uregulowania prawne i częsty brak bezpośredniego kontaktu z rozmówcami. Większość uważa jednak, że mimo przeciwności poradziła sobie dobrze. Warto dodać, że w analogicznym badaniu PAP, w którym wypowiedzieli się przedstawiciele wszystkich mediów, pozytywnych opinii było 74%⁸¹.

Problemów nie mieli z komunikowaniem się i zdobywaniem informacji z pomocą narzędzi online, co może wynikać z faktu, że zespół dziennikarski olsztyńskiego Oddziału TVP to osoby młode (ponad połowa nie skończyła jeszcze 35 lat), które na co dzień korzystają z nowoczesnych technologii, są na nie otwarci i dzięki temu łatwiej odnaleźli się w nowej, pandemicznej rzeczywistości. Ich starsi stażem koledzy musieli z kolei nadrobić zaległości w używaniu nowoczesnych form komunikacji.

Dzięki tym rozwiązaniom, nawet w szczycie największych zachorowań na COVID i wynikających z tego ograniczeń, TVP Olsztyn, nigdy nie przestała nadawać.

Pandemia uwidoczniła też jednak, na co zwracali uwagę ankietowani, obecny w mediach nie tylko publicznych od lat, problem zatrudnienia pracowników⁸². W TVP Olsztyn na 25 dziennikarzy zaledwie czterech to pracownicy etatowi. Pozostali współpracują z redakcją na zasadzie samozatrudnienia lub na „umowę zlecenie” za pośrednictwem zewnętrznej firmy⁸³.

Z całą pewnością czas pandemii zmienił olsztyńską telewizję i wciąż ją zmienia. Okazał się wymuszonym eksperymentem, który narzucił redakcji i dziennikarzom wprowadzenie rozwiązań do tej pory niefunkcjonujących, ale – jak podkreślali uczestnicy badania – była też wielkim skokiem technologicznym. Telewizja jako tradycyjne, „stare”

⁸¹ Warto podkreślić, że w badaniu opublikowanym przez Polską Agencję Prasową dziennikarze telewizyjni stanowili zaledwie jedną dziesiątą (10,1%) ankietowanych. Najwięcej (73,7%), czyli niemal trzy czwarte badanych, pracowało w portalu internetowym. Zatrudnienie w prasie drukowanej zadeklarowała połowa ankietowanych (48,1%). Przeszło jedną piątą próby badawczej (21,8%) stanowili dziennikarze radiowi, a 4,7% respondenci pracujący w telewizji internetowej i radiu internetowym – 4,1% D. Tworzydło, *Analiza zmian w zawodzie dziennikarza wywołanych pandemią COVID-19...*, s. 739.

⁸² Obecnie pracodawcy z pracownikami dziennikarzami coraz częściej zawierają umowy odnoszące się do świadczenia usług (umowa o dzieło, umowa zlecenia), w potocznym języku nazywane „umowami śmieciowymi”, które nie gwarantują wielu pracowniczych uprawnień. K. Ziółkowska, *Podstawy prawne zatrudniania dziennikarzy – główne pojęcia*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2013, nr 9, s. 225.

⁸³ W 2006 r. umowami o dzieło w TVP Olsztyn zainteresowała się PIP. Sprawa znalazła swój finał w sądzie, który uznał, że umowy o dzieło, na jakich wykonywali obowiązki współpracownicy TVP Olsztyn, noszą znamiona umowy o pracę. Od tamtego czasu – również na zasadzie umowy o dzieło – zatrudnia ich firma zewnętrzna, pobierając od TVP kilkuprocentową prowizję. Zob. M. Niepytalski, *Kryzys na śmieciówkach*, <https://www.press.pl/tresc/60908,kryzys-na-smieciowkach> (dostęp: 19.09.2021); A. Gąbka, *Związkowcy piszą do prezesa PiS w sprawie śmieciówek w TVP*, <https://www.wirtualnemedial.pl/artukul/umowy-smieciowe-tvp-list-prezes-pis-jaroslawa-kaczynski#> (dostęp: 13.10.2021).

Magdalena Golińska-Konecko

medium, dość oporne na różnego rodzaju zmiany w formacie, sposobach nagrywania, przekazu i komunikacji z widzem musiała wyjść ze swojej strefy komfortu i otworzyć się na nowe wyzwania. Zgodnie ze słowami Johanna W. von Goethego: „kto nie idzie do przodu, ten się cofa”.

Bibliografia

Monografie

- Chudziński E., *Regionalizm, lokalizm, media*, Prowincjonalna Oficyna Wydawnicza, Bochnia–Warszawa 2001.
- Newsom D., Haynes J., *Public Relations Writing: Form and Style. International Edition*, Cengage Learning, Inc, Wadsworth 2013.
- Roguska A., *Telewizja lokalna w upowszechnianiu kultury regionalnej*, Impuls, Kraków 2008.
- Skoczek T., *Telewizja regionalna. Szkic do opisu*, Wydawnictwo MCDN, Kraków 2002.
- Uszyński J., *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Wydawnictwo Telewizja Polska S.A, Warszawa 2004.

Prace pod redakcją

- Konkurencyjny rynek medialny. Telewizja wobec nowych mediów*, red. R. Sierocki, M. Sokolowski, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2011.

Artykuły z czasopism

- Goban-Klas T., *Media w płynnej pandemii 2020. Komunikacja w czasie lockdownu: oddzielnie, ale razem*, „Studia Medioznawcze” 2020, t. 21, nr 4(83), s. 718–733.
- Golińska-Konecko M., *Analiza treści i formy regionalnego programu informacyjnego „Informacje” TVP Olsztyn w latach 2005–2010*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2014, nr10(1), s. 79–96.
- Tworzydło D., *Analiza zmian w zawodzie dziennikarza wywołanych pandemią COVID-19 z uwzględnieniem komunikacji z grupami docelowymi oraz wykorzystania nowych technologii*, „Studia Medioznawcze” 2020, t. 21, nr 4(83), s. 734–747.
- Ziółkowska K., *Podstawy prawne zatrudniania dziennikarzy – główne pojęcia*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna” 2013, nr 9, s. 219–226.

Źródła internetowe

- Badanie LoveBrands Relations – jakich informacji w dobie koronawirusa szukają Polacy?*, <https://www.pap.pl/centrum-prasowe/621388%2Cbadanie-lovebrands-relations-jakich-informacji-w-dobie-koronawirusa-szukaja-polacy> (dostęp: 13.10.2021).
- Duszyński J. i in., *Zrozumieć COVID-19. Opracowanie zespołu ds. COVID-19 przy Prezesie Polskiej Akademii Nauk*, https://informacje.pan.pl/images/2020/opracowanie-covid19-14-09-2020/ZrozumiecCovid19_opracowanie_PAN.pdf (dostęp: 13.10.2021).
- Gąbka A., *Związkowcy piszą do prezesa PiS w sprawie śmieciówek w TVP*, <https://www.wirtualnemedialna.pl/arttykul/umowy-smieciowe-tvp-list-prezes-pis-jaroslaw-kaczynski#> (dostęp: 13.10.2021).

- GUS, *Wpływ epidemii COVID-19 na wybrane elementy rynku pracy w Polsce w IV kwartale 2020 r.*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/popyt-na-prace/wplyw-epidemii-COVID-19-na-wybrane-elementy-ryнку-pracy-w-polsce-w-czwartym-kwartale-2020-r-4,4.html> (dostęp: 13.10.2021).
- Jakich relacji w dobie koronawirusa szukają Polacy?*, [https://www.pap.pl/centrum-prasowe/621388%2Cbadanie- lovebrands-relations-jakich-informacji-w-dobie-koronawirusa-szukaja-polacy](https://www.pap.pl/centrum-prasowe/621388%2Cbadanie-lovebrands-relations-jakich-informacji-w-dobie-koronawirusa-szukaja-polacy) (dostęp: 7.10.2021).
- Koronawirus w Polsce. Wykresy Mapa Statystyki Aktualności* (epidemia-koronawirus.pl) (dostęp: 21.09.2021).
- Niepytalski M., *Kryzys na śmieciówkach*, <https://www.press.pl/tresc/60908,kryzys-na-smieciownikach> (dostęp: 19.09.2021).
- Postawy Polaków wobec pandemii*, Inquiry – Badania konsumenckie i analizy rynkowe, <http://inquirymarketresearch.pl> (dostęp: 21.09.2021).
- Powell M. (2020). *What role can the media play in managing the COVID-19 outbreak?* Retrieved on March 5, 2020, from id-hub.com/2020/03/05/role-can-media-play-managing-COVID-19-outbreak (dostęp: 29.09.2021).
- United Nations, *Coronavirus: UN health agency moves fast to tackle 'infodemic'; Guterres warns against stigmatization*, UN News 4.02.2020, <https://news.un.org/en/story/2020/02/1056672> (dostęp: 21.09.2020).
- Watson A., *In-home media consumption due to the coronavirus outbreak among internet users worldwide as of March 2020, by country*, <https://www.statista.com/statistics/1106563/home-media-consumption-coronavirus-worldwide-by-generation/> (dostęp: 10.10.2021).