

Arkadiusz Miller¹

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach

ORCID ID: 0000-0001-7295-6309

e-mail: arkadiusz.miller@ujk.edu.pl

Rola radia w czasie pandemii. O weryfikacji informacji w audycjach Radia Kielce

ABSTRAKT

Pandemia koronawirusa przybrała niespotykane dotąd rozmiary sytuacji kryzysowej. Media stanęły przed poważnym problemem, w jaki sposób należy informować społeczeństwo o przybierającej coraz większy rozmiar pandemii COVID-19. Jak nie podsycać coraz większego strachu, depresji a nawet paniki? W jaki sposób należy selekcjonować docierające do redakcji informacje oraz rozpoznawać rzetelne wiadomości od fake newsów? W jaki sposób należy z nimi walczyć? Jak wygląda weryfikacja informacji. Jak walczyć z negatywnymi nastrojami społecznymi? Czy rozrywka w pandemii jest wskazana? Na te pytania spróbuję odpowiedzieć na przykładzie analizy audycji Polskiego Radia Kielce S.A.

SŁOWA KLUCZOWE: COVID-19, media wobec pandemii, Radio Kielce, sytuacja kryzysowa, weryfikacja informacji

Wprowadzenie

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie odpowiedzi na pytanie badawcze: w jaki sposób Rozgłośnia Polskiego Radia w Kielcach przedstawiała w swoich audycjach tematykę związaną z COVID-19?

Analiza tytułowego zagadnienia narzuca postawienie dodatkowych pytań:

- jak nie wzbudzać niepokoju społecznego związanego z pandemią?

¹ Data złożenia tekstu do Redakcji "MiS": 01.02.2022 r.; data zatwierdzenia tekstu do druku: 24.06.2022r.

- w jaki sposób przebiega weryfikacja informacji przed publikacją na antenie?
- jak uchronić się przed niesprawdzonymi informacjami, które docierały do rozgłośni?
- jak starać się opanować negatywne nastroje społeczne i poprawić stan psychiczny słuchaczy?

Założeniem było przeprowadzenie badań ilościowych oraz jakościowych. Do analizy wzięto pod uwagę najistotniejsze programy o charakterze informacyjnym: *Wiadomości Radia Kielce*, *Punkty Widzenia*, *Rozmowę dnia*, *Czas dla zdrowia*, *Raport dnia* oraz programy specjalne, które nadawano okresowo w związku z rozprzestrzeniającym się koronawirusem. To przede wszystkim w tych audycjach, mających profil informacyjno-publicystyczno-edukacyjny skupiono się na przekazywaniu informacji na temat COVID-19.

Ocenie poddano programy wyemitowane w 2020 roku, a więc w okresie o największym nasileniu pandemii, ale również w okresie kiedy wirus i choroba nim wywołana wzbudzała bardzo duży niepokój, a nawet przerażenie społeczeństwa.

Wybór Radia Kielce jest nieprzypadkowy. Rozgłośnia regionalna realizując misję publiczną, jak żadne inne medium elektroniczne ma obowiązek tworzenia rzetelnych usług w zakresie informacji, edukacji i publicystyki z uwzględnieniem w szczególności audycji mających na celu zapewnienie bezpieczeństwa publicznego. Radio Kielce cieszy się dużą słuchalnością i zajmuje pierwsze miejsce wśród rozgłośni o charakterze regionalnym w województwie świętokrzyskim.

Opracowując niniejszy artykuł opierałem się na dość skąpej literaturze przedmiotu. To przede wszystkim praca Jana Gołębiowskiego - *Rola mediów w zarządzaniu kryzysowym*. Katarzyna Cabaj w artykule pt.: *Media w sytuacjach kryzysowych*, zawartym w pracy zbiorowej *Zarządzanie kryzysowe a media i granice państw w erze globalizacji* pod redakcją Mieczysława Kozińskiego, wprowadziła jedynie zarys postępowania mediów w momencie wystąpienia zdarzeń destabilizujących prawidłowe funkcjonowanie w Państwie. Jako literaturę uzupełniającą należy przedstawić znaną pracę Denisa McQuaila: *Teoria Komunikowania masowego*, jak też *Ustawę o radiofonii i telewizji*, *Ustawę o wojewodzie i administracji rządowej w województwie*, *Kartę Etyczną Mediów*.

Rola mediów w sytuacji kryzysowej

W przypadku epidemii rola mediów powinna odgrywać kluczowe znaczenie przede wszystkim w wyważonym informowaniu o zagrażających niebezpieczeństwach. Pod względem podejmowanych decyzji możemy porównać

tę sytuację do zarządzania kryzysowego. Bo faktycznie takim stanem jest czas pandemii, który wśród ludzi może wywoływać skrajnie różne emocje: panikę, agresję, stany depresyjne i lękowe czy zubożenie na zaistniałą sytuację.

Sposób przekazywania informacji w sytuacjach kryzysowych jest niewrażliwy szczególnie w wymiarze społecznym, gdyż pozwala opanować emocje społeczne oraz może wskazać sposoby zachowania się w takich sytuacjach. Należy zatem podkreślić ogromną rolę, jaką odgrywają media w takich sytuacjach².

Odpowiednie organy posiadające wiedzę na temat rozmiaru pandemii oraz media, które te dane przekazują społeczeństwu, powinny uwzględniać nastroje społeczne związane z sytuacją kryzysową³. Mając zatem na względzie bezpieczeństwo, niezbędne jest określenie roli mediów i ustalenie relacji we współpracy z przedstawicielami władz⁴.

Dlatego tak istotne podczas kryzysu są funkcje mediów opisane przez Denisa McQuaila:

- Funkcja informacyjna, która polega m.in. na dostarczeniu informacji o wydarzeniach i sytuacjach w społeczeństwie i świecie.
- Funkcja korelacji, która polega na wyjaśnianiu, interpretowaniu i komentowaniu znaczenia wydarzeń i informacji oraz zapewnianiu wsparcia przez uznane autorytety oraz koordynacji działań.
- Funkcja mobilizacyjna pozwala mediom przeprowadzać kampanie w imię celów społecznych.
- Nie bez znaczenia jest również funkcja rozrywkowa pozwalająca na redukcję napięcia społecznego poprzez dostarczanie okazji do zabawy, odmiany i środków odreżenia⁵.

Dziś telewizja, radio i media społecznościowe są mediami o największej sile oddziaływania na odbiorców. Radio jest medium towarzyszącym życiu codziennemu i jest przede wszystkim szybkie w przekazie, w sytuacjach nadzwyczajnych właśnie najczęściej z niego dowiadujemy się o stanie zagrożenia. Redakcje informacyjne wiodących w Polsce rozgłośni radiowych są zazwyczaj dobrze przygotowane do swoich zadań pod względem organizacyjnym, natomiast brak jest jakichkolwiek uregulowań prawnych i dokumentów wskazujących, jak powinni zachować się dziennikarze w stanie zagrożenia, co zapobiegłoby sytuacjom, gdy po uzyskaniu wiadomości z centrum zarządzania kryzysowego

² K. Cabaj, *Media w sytuacjach kryzysowych*, [w:] *Zarządzanie kryzysowe a media i granice państw w erze globalizacji*, red. M. Koziński, Słupsk 2010, s. 145.

³ E. Bardadyn, K. Cabaj, M. Koziński, *Teoretyczny wyraz zarządzania kryzysowego*, [w:] *Zarządzanie kryzysowe a media i granice państw w erze globalizacji*, red. M. Koziński, Słupsk 2010, s. 8.

⁴ T. Aleksandrowicz, B. Szlachcic, *Reagowanie kryzysowe a działania medialne: w poszukiwaniu optymalnego modelu reakcji państwa na zagrożenia terrorystyczne*, [w:] *Rola środków masowego przekazu w przeciwdziałaniu terroryzmowi i w walce z nim*, red. K. Jałoszyński, B. Wiśniewski, Szczepno 2012, s. 32.

⁵ D. McQuail, *Teoria Komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 111-112.

dziennikarze modyfikują otrzymane informacje i świadomie lub nie traktują sytuację kryzysową jako atrakcję i źródło sensacji. Albowiem tak jak każda informacja (szczególnie ta zła) w dużej mierze wpływa na późniejsze statystyki słuchalności⁶.

Niewątpliwie dużą rolę w informowaniu o stanach zagrożenia odgrywają publiczna telewizja i radio. W myśl art. 21 KRRiT:

Publiczna radiofonia i telewizja realizuje misję publiczną, oferując, na zasadach określonych w ustawie, całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowane programy i inne usługi w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu⁷.

Ustawa uwzględnia również tworzenie tzw. usług okresowych wynikających z potrzeby zapewnienia bezpieczeństwa publicznego w sytuacjach takich jak klęski żywiołowe, istotne zagrożenia środowiska lub zdrowia publicznego⁸.

Koronawirus w audycjach Radia Kielce

Polskie Radio Kielce, które jest publiczną rozgłośnią, jeszcze przed ogłoszeniem pandemii w Polsce zauważyło jak istotnym zagrożeniem dla zdrowia publicznego jest rozprzestrzeniający się koronawirus. W 2020 roku audycje na temat COVID-19 były najpopularniejszymi programami w radiu. *Wiadomości Radia Kielce* to nadawany codziennie, co godzinę, od 6:00 - 24:00, pięciominutowy serwis informacyjny. W 2020 roku przekazano 3150 informacji na temat koronawirusa. Stanowi to 20,63% spośród 15270 informacji wyemitowanych na antenie Radia Kielce⁹.

Pierwszy program publicystyczny *Punkty Widzenia*, poruszający temat bardzo odległego zagrożenia, jakim na owe czasy był COVID-19, miał miejsce 27 stycznia 2020 roku. Przypomnę, że polski "pacjent zero" trafił do szpitala dopiero 4 marca. W audycji *Punkty Widzenia* wzięli udział dr Jerzy Staszczuk, świętokrzyski wojewódzki konsultant ds. epidemiologii oraz dr Wojciech Przybylski, świętokrzyski wojewódzki konsultant ds. zakażeń oraz konsultant do spraw zdrowia publicznego w województwie świętokrzyskim. W zasadzie od tej pory stali się oni stałymi ekspertami medycznymi, najczęściej uczestniczącymi w programach Radia Kielce poruszających problematykę COVID-19¹⁰. Wspomniany program, *Punkty Widzenia*, jest audycją z udziałem telefonicznym słuchaczy oraz

⁶ J. Gołębiowski, *Rola mediów w zarządzaniu kryzysowym*, „Wiedza Obronna” 2002, nr 1(200), s. 54.

⁷ Ustawa o radiofonii i telewizji z 29 grudnia 1992 r. Dz. U. 2017 poz. 1414, art. 21. ust. 1.

⁸ Ustawa o radiofonii i telewizji z 29 grudnia 1992 r. Dz. U. 2017 poz. 1414, art. 21a. ust. 5 pkt 5.

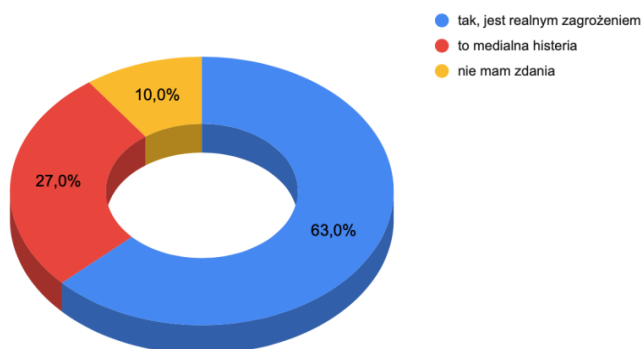
⁹ A. Miller, *Wielopłaszczyznowość konwergencji mediów na przykładzie przemian technologicznych Radia Kielce S.A.* [w:] *Polski system medialny w procesie zmian t. 1*, red. J. Kępa-Mętrak, P. Ciszek, Wydawnictwo UJK, Kielce 2021, s. 41.

¹⁰ <https://www.radio.kielce.pl/post-98822> (dostęp 30.01.2022).

zaproszonych do studia gości (specjalistów z danej dziedziny), którzy odpowiadają słuchaczom na temat przewodni audycji. Program emitowany jest na antenie Radia Kielce codziennie od poniedziałku do czwartku od 16:30-17:00. W 2020 roku nadano 198 audycji, z czego 77 poświęcono tylko tematyce koronawirusa co stanowi 38,88%¹¹.

Często w trakcie programu słuchacze byli proszeni o wypełnienie ankiety na stronie internetowej. Z wyników tych ankiet możemy dowiedzieć się o nastrojach społecznych panujących wśród słuchaczy Radia Kielce oddających głos w ankiecie. Pierwszą taką sondę, dotyczącą COVID-19, przeprowadzono już 25 lutego 2020 roku. Dziennikarze zwrócili się z zapytaniem: Czy koronawirus jest realnym zagrożeniem? 63% słuchaczy odpowiedziało: tak, jest realnym zagrożeniem, 27% odpowiedziało, że to medialna histeria, a 10% nie miało jeszcze zdania. W ankiecie wzięło udział 273 respondentów.

Wykres 1. Koronawirus realny czy medialny?

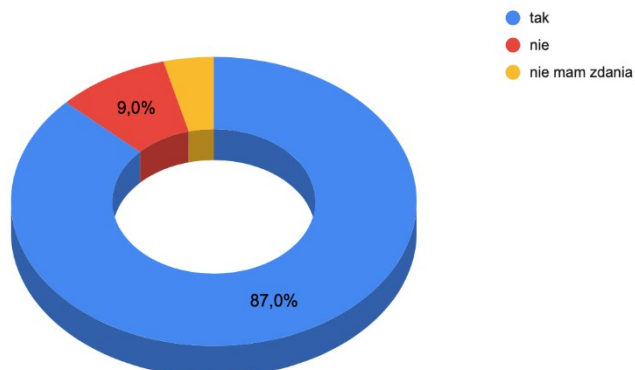


Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <https://www.radio.kielce.pl/pl/post-100626> (dostęp 30.01.2022).

11 marca 2020 roku w sondzie radiowej zapytano: Czy powinniśmy wprowadzać większe restrykcje? Odpowiedzi były następujące: 87% - tak, 9% - nie i 4% - nie wiem. Odpowiedzi badanych pokazują, że na początku pandemii obawy przed zakażeniem były bardzo duże, a więc i restrykcje powinny być adekwatne do skali zagrożenia. W ankiecie wzięło udział 299 respondentów.

¹¹ Opracowanie własne na podstawie analizy programu Radia Kielce w 2020 roku.

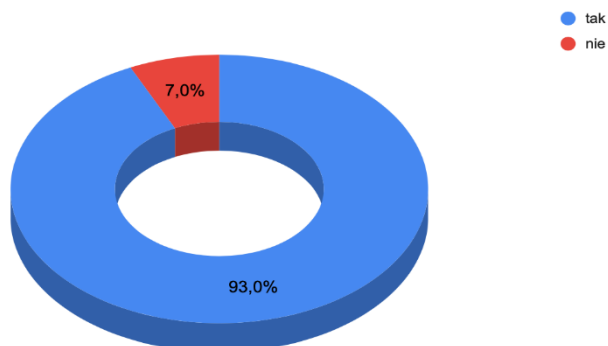
Wykres 2. Czy nauczani doświadczeniem innych krajów powinniśmy wprowadzać jeszcze bardziej rygorystyczne obostrzenia w związku z koronawirusem?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <https://m.radio.kielce.pl/pl/post-101583> (dostęp 30.01.2022).

Kiedy jednak przed wakacjami (9 czerwca 2020), gdy nastąpił znaczący spadek zachorowań, zadano kolejne pytanie: Czy nie nazbyt luźno traktujemy epidemię? 93% słuchaczy Radia Kielce odpowiedziało tak, 7% nie. Widać wyraźnie, że nadal słuchacze poważnie podchodzą do zagrożenia, ale dostrzegają, że nastąpiło poluzowanie przestrzegania obostrzeń. W ankiecie wzięło udział 129 respondentów.

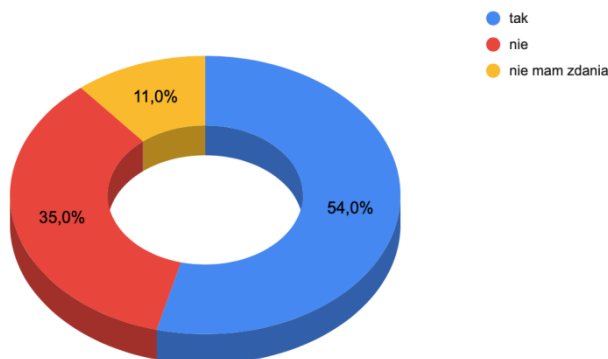
Wykres 3. Czy nie nazbyt luźno traktujemy epidemię?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <https://www.radio.kielce.pl/pl/wiadomosci/punkty-widzenia-czy-nie-nazbyt-luzno-traktujemy-epidemie-glosuj,107922> (dostęp 30.01.2022).

Rozbieżność widać natomiast co do obowiązku noszenia maseczek. O ile w pierwszej sondzie z 8 kwietnia 2020 roku (wznosząca pierwsza fala) ponad połowa respondentów (54%) była za noszeniem maseczek, to już 25 maja 2020 65% słuchaczy Radia Kielce wskazywało, że noszenie maseczki nie ma sensu.

Wykres 4. Czy powinniśmy nosić maseczki?

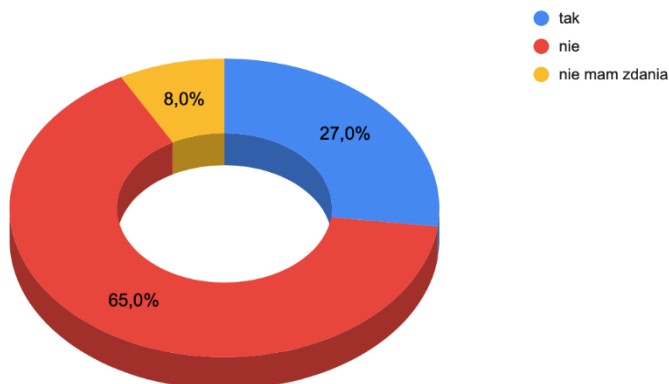


Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <https://m.radio.kielce.pl/pl/post-103555> (dostęp 30.01.2022).

W tym miejscu należy przypomnieć, że pytanie do słuchaczy Radia Kielce o sens noszenia maseczek zadano 25 maja 2020 roku, a więc na 5 dni przed zniesieniem obowiązku noszenia ich w miejscach publicznych¹². W ankiecie wzięło udział odpowiednio 221 (pierwsza ankieta) i 309 (druga ankieta) respondentów.

¹² <https://www.radio.kielce.pl/wiadomosci/maseczki-na-ulicach-nieobowiazkowe-jednak-nadal-widoczne,107307>

Wykres 5. Czy dalsze noszenie maseczek ma sens?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: <https://m.radio.kielce.pl/pl/post-106924> (dostęp 30.01.2022).

Kolejnym bardzo ważnym programem w ramówce Radia Kielce jest nadawana codziennie, od poniedziałku do piątku od 8:30 - 8:40, *Rozmowa dnia*. Jest ona częścią większego, 3 godzinnego bloku - *Aktualności Dnia*. Do programu zapraszany jest gość, który omawia bieżące sprawy nurtujące słuchaczy. Najczęściej są to politycy, samorządowcy, medycy itp. Nie jest to audycja, która poruszałaby tylko jeden temat. Zazwyczaj tych wątków jest kilka, ale na pewno tematem numer 1 w 2020 była pandemia. Jeśli zaś *Rozmowa dnia* dotyczyła tylko tematyki koronawirusa, najczęściej zapraszano Wojewodę Świętokrzyskiego dra Zbigniewa Koniusza, który odpowiedzialny jest za wykonywanie polityki Rady Ministrów i informuje o działaniach rządu w sprawie zapobiegania klęskom żywiołowym i innym nadzwyczajnym zagrożeniom oraz zwalczaniu i usuwaniu ich skutków¹³. Jako szef województwa sprawuje kontrolę nad Wojewódzkim Centrum Zarządzania Kryzysowego, na bieżąco informuje o zagrożeniu i sposobach walki z COVID-19. Równie częstym gościem *Rozmowy dnia* był podlegający bezpośrednio Wojewodzie, a realizujący zadania w zakresie nauczania na szczeblu podstawowym i średnim, Świętokrzyski Kurator Oświaty, Kazimierz Mądzik. Najczęściej kurator informował o sposobie zdobywania wiedzy przez uczniów w okresie pandemii, a więc wprowadzaniu i wycofywaniu zajęć zdalnych, narzędziach komunikacji podczas lekcji, nowych przepisach dotyczących matur itp.

¹³ Ustawa o wojewodzie i administracji rządowej w województwie Dz.U. 2009 Nr 31 poz. 206 Art.22, pkt 2 <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20090310206/U/D20090206Lj.pdf> (dostęp 30.01.2022).

Pierwsza *Rozmowa dnia* w całości poświęcona tematyce koronawirusa miała miejsce 30 stycznia 2020 roku. Wziął w niej udział wspomniany już wcześniej Wojciech Przybylski, który przekonywał słuchaczy, że nie ma skutecznej ochrony przed koronawirusem i zalecał korzystanie ze szczepionek na gripę, dzięki którym przebieg choroby może być nieco łżejszy¹⁴.

Od 12 marca 2020 roku, a więc w dniu, w którym Ministerstwo Edukacji Narodowej ogłosiło zawieszenie lekcji w szkołach, w dniu, w którym w Polsce zmarła pierwsza ofiara pandemii, a pacjent "zero" jeszcze nie wyszedł ze szpitala, w Radiu Kielce nastąpiła zmiana ramówki. W miejsce przedpołudniowego bloku od 9:00 - 12:00 *Na każdą pogodę* wszedł *Program Specjalny*. Program ten był nadawany codziennie od poniedziałku do piątku, do 15 maja 2020 roku. Również poranne wydanie *Aktualności Dnia* w dniach od 16 marca do 31 marca otrzymują dopisek Wydanie Specjalne¹⁵. Temat koronawirusa poruszany jest również w codziennych audycjach *Czas dla zdrowia*, *Raport dnia*, audycji dla słuchaczy w podeszłym wieku – *Seniorradio* oraz na bieżąco w nadawanych co godzinę *Wiadomościach Radia Kielce*.

Weryfikacja informacji

W zarządzaniu kryzysowym nieocenionym narzędziem komunikacji się media, które na bieżąco uczestniczą w zbieraniu i przekazywaniu społeczeństwu informacji na temat sytuacji kryzysowej. Zarówno organy posiadające informacje o rzeczywistym rozmiarze, jak i media powinny uwzględniać nastroje oraz obawy społeczeństwa związane z sytuacją kryzysową. To od dziennikarzy zależy, w jaki sposób przedstawią daną sytuację, skalę zagrożeń i stopień niebezpieczeństwa. Należy przy tym zdawać sobie sprawę, że dla mediów tak cenne informacje stają się towarem, a przy dużej konkurencji zyskują te, które go lepiej sprzedadzą. Konkurencja sprawia, że społeczeństwo zamiast rzetelnych wiadomości może otrzymać gotową sensację bądź zdawkowe, nieprecyzyjne komunikaty. Niestety, takie przypadki miały miejsce w województwie świętokrzyskim i to już na początku pandemii COVID-19.

15 marca 2020 roku trzecią zarażoną osobą koronawirusem był lekarz ze Szpitala Specjalistycznego na Czarnowie prof. Wojciech Rokita. Kielecka gazeta codzienna *Echo dnia* jako pierwsze podało tę informację sugerując, że lekarz wrócił z urlopu, z włoskich Alp i tam doszło do zakażenia. Rzekomo, po powrocie widziany był w salonie samochodowym, mimo iż powinien przebywać na kwarantannie¹⁶.

¹⁴ <https://www.radio.kielce.pl/pl/post-98998> (dostęp 30.01.2022).

¹⁵ Opracowanie własne na podstawie analizy programu Radia Kielce w 2020 roku.

¹⁶ <https://www.radio.kielce.pl/pl/post-101885> (dostęp 30.01.2022).

Nagonka na lekarza w sekcji komentarzy pod artykułem przybrała niewyobrażalne rozmiary. Fala hejtu, jaka wylała się na medyka, odbiła się głośnym echem w również w mediach ogólnopolskich. Mimo iż artykuł wraz z komentarzami został wycofany następnego dnia, nie udało się już powstrzymać tragedii, która rozegrała się 18 marca¹⁷. Dyrektor Szpitala Zespołowego w Kielcach podał informację o śmierci (niezwiązanej z koronawirusem) Wojciecha Rokity¹⁸. Pogoń za sensacją, oraz za tym aby być pierwszym w przekazie informacji, doprowadziła do dramatu.

Jak pisze Katarzyna Cabaj:

Na czas wystąpienia kryzysu media są zobowiązane podawać tylko istotne, prawdziwe informacje, nie wzbudzając przy tym niepokoju społeczeństwa. Dziennikarze opierając się na niepewnych źródłach, podają informacje niedoprecyzowane i mylące, wywołując sensację¹⁹.

Rodzi się więc zatem pytanie - w jaki sposób dziennikarz powinien weryfikować docierające informacje? Gdzie powinien szukać wiarygodnych źródeł? Jak przekazywać te informacje aby nie wywołać paniki, lecz uspokajać nastroje społeczne? Z publikowanych artykułów można wywnioskować, że Radio Kielce nigdy w takim przypadku nie starało się wywołać niezdrowej sensacji. Źródłem informacji zawsze były oficjalne komunikaty Ministerstwa Zdrowia, Ministerstwa Edukacji Narodowej, Biura Prasowego Wojewody Świętokrzyskiego i podlegającego wojewodzie Wojewódzkiego Centrum Zarządzania Kryzysowego, Kuratorium Oświaty, Narodowego Funduszu Zdrowia czy też informacje prasowe otrzymywane od dyrekcji poszczególnych szpitali działających na terenie województwa świętokrzyskiego. Dopiero tak zweryfikowane informacje były publikowane na antenie radiowej i na stronie internetowej. Radio starało się też walczyć z dezinformacją, która stawała się coraz powszechniejsza zwłaszcza na początku pandemii. Oto przykład walki z takimi fake newsami:

- Jedna z kieleckich firm starała się udowodnić (nawet ponoć potwierdzonymi badaniami naukowymi), że jej produkt służący do dezynfekcji klimatyzacji skutecznie usuwa wirusy grypopodobne²⁰.
- Już na początku pandemii Radio Kielce coraz częściej musiało przestrzegać (szczególnie seniorów) przed oszustami, którzy oferowali "cudowne" leki na koronawirusa²¹.
- Prof. Wiesław Kozak przestrzegał, że leki na gorączkę nie służą do profilaktyki przeciwwirusowej²².

¹⁷ <https://www.radio.kielce.pl/post-102082> (dostęp 30.01.2022).

¹⁸ <https://www.radio.kielce.pl/post-102089> (dostęp 30.01.2022).

¹⁹ K. Cabaj, *Media w sytuacjach kryzysowych*, [w:] *Zarządzanie kryzysowe a media i granice państw w erze globalizacji*, red. M. Koziński, Słupsk 2010, s. 136.

²⁰ <https://www.radio.kielce.pl/post-101630> (dostęp 30.01.2022).

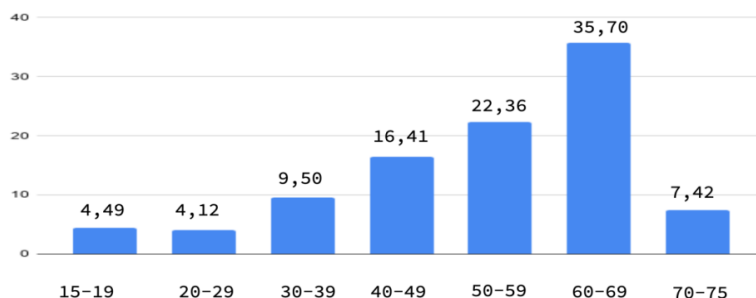
²¹ <https://www.radio.kielce.pl/post-101864> (dostęp 30.01.2022).

²² <https://www.radio.kielce.pl/post-102172> (dostęp 30.01.2022).

- Na początku pandemii prof. Marcin Pasiarski kierujący kliniką Hematologii i Transplantacji Szpiku w Świętokrzyskim Centrum Onkologii powtarzał za ministrem zdrowia Łukaszem Szumowskim, że maseczki nie chronią przed zakażeniem²³.

Rolą mediów w dobie kryzysu powinno być uspokajanie nastrojów społecznych, a nie ich podsycanie. Rola radia, które jest codziennym towarzyszem szczególnie osób starszych i samotnych, jest nie do przecenienia. A właśnie z badań słuchalności wynika, że słuchaczami Radia Kielce są przeważnie osoby starsze²⁴. A jak wiemy właśnie osoby starsze, przed szczepieniami, najczęściej były ofiarami COVID-19.

Wykres 6. Słuchacze Radia Kielce według grup wiekowych



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań Radio Track

Radio wpływa na nastroje słuchaczy

Jednym z zadań radiofonii i telewizji jest, obok dostarczania informacji – zapewnianie rozrywki²⁵. Zadania te wpisują się we wspomniane na wstępie funkcje mediów opisane przez Denisa McQuaila. Rozrywka pozwala bowiem na redukcję napięcia społecznego poprzez dostarczanie okazji do zabawy, odmiany i środków odprężenia²⁶.

Radio Kielce było inicjatorem lub patronem wielu akcji, które miały za zadanie poprawić wyraźnie pogarszający się nastrój wśród społeczeństwa, widoczny szczególnie podczas początkowej fali pandemii, wiosną 2020 roku. Pierwszą inicjatywą, mającą również największą popularność, był konkurs literacki „Tak widzę świat, tak go czuję - rzeczywistość w obliczu zagrożenia” – ogłoszony przez

²³ <https://www.radio.kielce.pl/post-103242> (dostęp 30.01.2022).

²⁴ <https://radiotrack.pl/pliki> (dostęp 05.01.21).

²⁵ Ustawa o radiofonii i telewizji z 29 grudnia 1992 r. Dz. U. 2017 poz. 1414, art. 1. ust. 1, pkt 1 i 4.

²⁶ D. McQuail, *Teoria komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 111-112.

Wojewodę świętokrzyskiego. Celem akcji była promocja i wsparcie twórczości literackiej (opowiadań) z uwzględnieniem sytuacji związanej z pandemią koronawirusa – w szczególności nakazem pozostawania w domach, zakazem zgromadzeń, przemieszczania się. Nagrodą było 5 tys. złotych. Nad wyborem tekstów, które ukazały się później w formie książki oraz nagrań dokonanych przez aktorów z Teatru im. Stefana Żeromskiego w Kielcach, czuwało profesjonalne jury. Akcja miała bardzo duże powodzenie tak, że w następnym roku odbyła się druga edycja tego konkursu²⁷.

Kolejną inicjatywą, mającą już swoją wieloletnią tradycję, była akcja *Choinka pod choinkę*. 18 edycja miała miejsce w dniach 11 - 18 grudnia 2020 roku. Tym razem słuchacze dzwoniący na antenę Radia Kielce mogli wesprzeć dzieci z ubogich i wielodzietnych rodzin, które miały trudności z nauką zdalną realizowaną przy pomocy niezbędnych komputerów. Podczas akcji udało się zebrać blisko 35 tysięcy złotych, za które kupiono 14 laptopów, które trafiły do najbardziej potrzebujących²⁸.

W pierwszej połowie 2020 roku Radio Kielce wielokrotnie patronowało nad wielu cennym inicjatywom, które miały na celu podniesienie na duchu, ale też wprowadzenie pewnej rozrywki wyizolowanych w swoich domach osób starszych i samotnych, mających kontakt ze światem dzięki radiu. Nieocenione okazały się rozmowy telefoniczne z dyżurującym podczas audycji *Czas dla zdrowia* lekarzem czy dziennikarzem odbierającym zgłoszenia przez telefon interwencyjny. Wśród ogólnopolskich akcji, którym patronowało Radio Kielce, należy wymienić m.in.:

- nie kłam medyka²⁹;
- cała Polska szyje масeczki³⁰;
- zostań w domu – jako pierwsza w regionie tę ogólnopolską akcję zainicjowała kielczanka Edyta Herbuś³¹ (później też Andrzej Piaseczny);
- piękno dla bohaterek – salony kosmetyczne dziękują medykom;
- #hot16challenge2 – rozsławiony przez Prezydenta Andrzeja Dudę, tutaj w wersji lokalnej śpiewa pomocnik Korony Kielce³²;
- konkurs na filmiki z komórki – jak spędzamy czas w domu;
- nauka gry na gitarze, jak ćwiczyć w domu;
- darmowe korepetycje dla dzieci lekarzy;
- kultura on-line;
- katechezy on-line;

²⁷ <https://m.radio.kielce.pl/pl/post-102783>

²⁸ <https://www.radio.kielce.pl/wiadomosci/laptopy-od-sluchaczy-radia-kielce-trafily-do-dzieci,121103>

²⁹ <https://www.radio.kielce.pl/post-102738>

³⁰ <https://www.radio.kielce.pl/post-102658>

³¹ <https://www.radio.kielce.pl/post-106938>

³² <https://www.radio.kielce.pl/post-106938>

- msze św. on-line;
- rozrywka on-line: „Piłkarze ręczni PGE Vive robią wszystko, żeby nie nudzić się podczas przymusowej dwutygodniowej przerwy”³³ - rzucają papierem toaletowym do celu. Należy przypomnieć, jak deficytowym towarem na początku pandemii był papier toaletowy.

Podsumowanie

Rolą współczesnych mediów w sytuacji kryzysowej jest nie tylko relacjonowanie wydarzeń (funkcja informacyjna), ale także próba opanowania nastrojów społecznych (funkcja mobilizacyjna), edukowania (funkcja korelacji) i dostarczenia odprężenia i zabawy (funkcja rozrywki). Dlatego muszą one mieć ściśle określone miejsce i proporcje. Należy podkreślić, jak ważną rolę odgrywa pozyskiwanie i sposób przekazywania informacji oraz jak ważna jest weryfikacja informacji. To od tego, w jaki sposób przedstawione będą te wiadomości zależy, jaki nastrój społeczny uda się wywołać u słuchaczy. Obecnie media w poszukiwaniu sensacji często podgrzewają nastroje społeczne. Dzieje się tak, jak zauważają w swoich badaniach Piotr Francuz i Paweł Fortuna, ponieważ największą uwagę i emocje wywołują sensacyjne wiadomości, które mają niecodzienny charakter³⁴. A taką specyfikę mogą przyjąć informacje o koronawirusie. Dzięki mediom można opanować nastroje społeczne oraz pokazać sposoby zachowania w sytuacji kryzysowej. Obszar komunikacji masowej w tych realiach jest kluczowy zarówno w wymiarze społecznym, jak i etycznym. Należy zatem bardzo powściągliwie udzielać informacji w sytuacji kryzysowej. A obowiązek ten w sposób szczególny ciąży na mediach, które bezkompromisowo powinny przestrzegać reguł w prezentowaniu wiadomości. Codzienna pogoń za sensacyjnością przekazu nie może w takiej sytuacji przysłaniać prawdy, rzetelności i bezstronności podawanej informacji. Etyka dziennikarska opisuje tę kwestię dość ogólnikowo, choć zawsze stawia dobro odbiorcy nad interesami redakcji, dziennikarzy, wydawców, producentów i nadawców³⁵.

Dobra współpraca Radia Kielce z najważniejszymi jednostkami rządowymi, a więc wojewodą, Wojewódzkim Centrum Zarządzania Kryzysowego, Kuratorium Oświaty, Narodowym Funduszem Zdrowia czy dyrekcjami poszczególnych szpitali, pozwoliła rozwiązać wiele wątpliwości dotyczących pandemii COVID-19. Pomysł na dobry program to nie tylko lakoniczna informacja o kolejnych zachorowaniach

³³ <https://www.radio.kielce.pl/post-102140>

³⁴ P. Francuz, P. Fortuna, *Psychologiczne aspekty odbioru telewizji, Zapamiętywanie treści programów informacyjnych*; Studium Psychologiczne, Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 1999, s.176.

³⁵ Karta Etyczna Mediów, <http://www.rem.net.pl/services.php> (dostęp 30.01.2022).

i zgonach. To również taki dobór pozytywnych informacji, które potrafią słuchaczy wprowadzić w dobry nastrój i przeciwdziałać stanom depresyjnym i lękowym, zubożeniu, agresji czy nawet panice.

Bibliografia

Aleksandrowicz T., Szlachcic B., *Reagowanie kryzysowe a działania medialne: w poszukiwaniu optymalnego modelu reakcji państwa na zagrożenia terrorystyczne*, [w:] *Rola środków masowego przekazu w przeciwdziałaniu terroryzmowi i w walce z nim*, K. Jałoszyński, B. Wiśniewski (red.), Szczepko 2012.

Bardadyn E., Cabaj K., Koziński M., *Teoretyczny wyraz zarządzania kryzysowego*, [w:] *Zarządzanie kryzysowe a media i granice państw w erze globalizacji*, M. Koziński (red.), Słupsk 2010.

Cabaj K., *Media w sytuacjach kryzysowych*, [w:] *Zarządzanie kryzysowe a media i granice państw w erze globalizacji*, M. Koziński (red.), Słupsk 2010.

Francuz P., Fortuna P., *Psychologiczne aspekty odbioru telewizji, Zapamiętywanie treści programów informacyjnych*; Studium Psychologiczne, Towarzystwo Naukowe Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego, Lublin 1999.

Gołębiewski J., *Rola mediów w zarządzaniu kryzysowym*, „Wiedza Obronna” 2002.

McQuail D., *Teoria Komunikowania masowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

Miller A., *Wielopłaszczyznowość konwergencji mediów na przykładzie przemian technologicznych Radia Kielce S.A.* [w:] *Polski system medialny w procesie zmian*, t. 1, red. J. Kępa-Mętrak, P. Ciszek, Wydawnictwo UJK, Kielce 2021.

Ustawa o radiofonii i telewizji z 29 grudnia 1992 r. Dz. U. 2017 poz. 1414.

Ustawa o wojewodzie i administracji rządowej w województwie z dnia 23 stycznia 2009 r. Dz.U. 2009 Nr 31 poz. 206.

Źródła internetowe

Karta Etyczna Mediów, <http://www.rem.net.pl/services.php>

#Hot16Challenge2 Petteriego Forsella, <https://www.radio.kielce.pl/post-106938>

Edyta Herbuś: w domach jesteśmy bezpieczni, <https://www.radio.kielce.pl/post-101717>

Klimatyzacja sposobem na koronawirusa? <https://www.radio.kielce.pl/post-101630>

Konkurs literacki Wojewody świętokrzyskiego i Radia Kielce. <https://m.radio.kielce.pl/pl/post-102783>

Koronawirus groźny także w Świętokrzyskiem, <https://www.radio.kielce.pl/post-98822>

Laptopy od słuchaczy Radia Kielce trafiły do dzieci, <https://www.radio.kielce.pl/wiadomosci/laptopy-od-sluchaczy-radia-kielce-trafily-do-dzieci,121103>

Maseczki na ulicach nieobowiązkowe, jednak nadal

widoczne, <https://www.radio.kielce.pl/wiadomosci/maseczki-na-ulicach-nieobowiazkowe-jednak-nadal-widoczne,107307>

Nie żyje prof. Wojciech Rokita, <https://www.radio.kielce.pl/post-102082>

Policja ostrzega: oszuści oferują "cudowne" leki na korona wirusa, <https://www.radio.kielce.pl/post-101864>

Prof. Kozak: leki obniżające gorączkę nie służą do profilaktyki przeciwwirusowej, <https://www.radio.kielce.pl/post-102172>

Prof. Marcin Pasiarski: maseczki nie chronią przed zakażeniem, <https://www.radio.kielce.pl/post->

103242

Punkty Widzenia: akcja „Nie kłam medyka” pomoże chronić zdrowie ratowników, strażaków i lekarzy? <https://www.radio.kielce.pl/post-102738>

Rozrywka on-line. Światowe gwiazdy szczypiorniaka rzucają do celu papierem toaletowym, <https://www.radio.kielce.pl/post-102140>

Śmierć lekarza bez związku z koronawirusem, <https://www.radio.kielce.pl/post-102089>

Trzecia zarażona osoba w Świętokrzyskiem jest lekarzem szpitala na Czarnowie, <https://www.radio.kielce.pl/pl/post-101885>

W Sandomierzu szyją maseczki. Trafiają do policji, straży i mieszkańców, <https://www.radio.kielce.pl/post-102658>

Wojciech Przybylski: nie ma skutecznej ochrony przed koronawirusem, <https://www.radio.kielce.pl/pl/post-98998>.

The Role of Radio During a Pandemic. On Verification of Information in Radio Kielce Broadcasts

Summary

The coronavirus pandemic has taken on unprecedented emergency proportions. The media were faced with the serious problem of how to inform the public about the COVID-19 pandemic, which was growing in size. How to avoid fuelling growing fear, depression and even panic? How do we select the information that reaches our editorial offices and distinguish reliable news from fake news? How do we combat them? How do we verify information. How do we combat negative public sentiment? Is entertainment in a pandemic advisable? I will try to answer these questions on the example of an analysis of Polish Radio Kielce S.A. broadcasts.

Keywords: COVID-19, the media in the face of a pandemic, Radio Kielce broadcasts, crisis situation, verification of information