
Ciesek-Ślizowska Bernadetta (2021): Sposoby konstruowania medialnych obrazów pierwszej fali epidemii koronawirusa w Polsce na przykładzie wybranych telewizyjnych programów specjalnych (*Koronawirus. Poradnik vs Wszystko o koronawirusie*). *tekst i dyskurs – text und diskurs*, 15, 315–337

<https://doi.org/10.7311/tid.15.2021.12>

Bernadetta Ciesek-Ślizowska (Katowice)*
ORCID: 0000-0003-3425-7237

Received: 2.12.2020
Accepted: 27.07.2021
Published: 23.12.2021

Sposoby konstruowania medialnych obrazów pierwszej fali epidemii koronawirusa w Polsce na przykładzie wybranych telewizyjnych programów specjalnych (*Koronawirus. Poradnik vs Wszystko o koronawirusie*)

W artykule omówiono medialne obrazy pierwszej fali pandemii koronawirusa w Polsce konstruowane w programach specjalnych nadawcy publicznego i komercyjnego. Zaplecze teoretyczne i metodologiczne stanowią zintegrowane koncepcje lingwistyki dyskursu oraz lingwistyki mediów. W przekazie publicznym eksponowane są pozytywne obrazy działań rządu i instytucji państwowych, unika się też podsycania negatywnych emocji, by uspokoić nastroje społeczne. Nadawca komercyjny posługuje się dramatyzacją i emocjonalizacją przekazywanych treści w celu uatrakcyjnienia programu.

Słowa kluczowe: medialny obraz świata, mediolingwistyka, koronawirus

Ways of constructing media images of the first wave of the coronavirus epidemic in Poland on the example of selected television special programs (*Koronawirus, Poradnik vs Wszystko o koronawirusie*)

The article discusses the media images of the first wave of the coronavirus pandemic in Poland that have been constructed in public and commercial television broadcasters' special programs. A theoretical and methodological base is constituted of integrated concepts of discourse, linguistics and media linguistics. In the message presented by the public broadcaster, positive images of the actions of the government and state institutions are emphasized. What is more, negative emotions are not

* dr Bernadetta Ciesek-Ślizowska, Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Językoznawstwa, ul. Uniwersytecka 4, 40-032 Katowice, e-mail: bernadetta.ciesek@us.edu.pl

being fueled in order to calm the public mood. The commercial broadcaster uses the dramatization and emotionalism of the presented content in order to make the program more attractive.

Keywords: media picture of the word, medialinguistics, coronavirus

Die Konstituierung von Medienbildern der ersten Welle der Corona-Pandemie in Polen am Beispiel von ausgewählten Sondersendungen (*Koronawirus. Poradnik vs Wszystko o koronawirusie*)

Der Beitrag befasst sich mit den medial erzeugten Bildern der ersten Welle der Corona-Pandemie in Polen, die in Sondersendungen öffentlicher und kommerzieller Sender kreiert wurden. Theoretischer und methodischer Hintergrund sind integrierte Konzepte der Diskurslinguistik und Medienlinguistik. In öffentlichen Sendungen werden positive Bilder der Aktivitäten der Regierung und öffentlicher Institutionen konstituiert. Zudem werden negative Emotionen vermieden, um die öffentliche Stimmung zu beruhigen. Kommerzielle Sender nutzen die Strategie der Dramatisierung und Emotionalisierung, um das Programm attraktiver zu gestalten.

Schlüsselwörter: Mediale Weltbilder, Medienlinguistik, Coronavirus

1. Wprowadzenie

Współczesna nauka nie ma wątpliwości co do tego, że za sprawą wpływu kultury popularnej, PR-u, politycznego marketingu i wszechobecności mediów rzeczywistość, w jakiej żyjemy, można opisać jako „skonstruowaną” (Czyżewski 2013: 4). Konstruktywny charakter wynika ze społecznie podzielanej wiedzy/przekonań, w ramach których członkowie danej wspólnoty rozumieją, interpretują, a także oceniają otaczający świat (Kubala 2016: 43–44, Trutkowski 2000: 21). Nośnikiem społecznych konstruktów rzeczywistości i jednocześnie materia, z której one powstają, jest język uwikłany w sieć kulturowych uwarunkowań (Anusiewicz, Dąbrowska, Fleischer 2000).

Wielość konstruowanych społecznie światów należy postrzegać m.in. jako rezultat polaryzacji przekonań światopoglądowych (Bartmiński 2008, Ciesek 2018, Szkudlarek-Śmiechowicz 2019), a także wiązać z coraz bardziej akcentowaną sensotwórczą rolą mediów. Polega ona na tym, że środki masowego przekazu stają się jednym, a czasem wręcz jedynym źródłem definicji rzeczywistości, a prezentowane w nich obrazy świata, będące wynikiem ideologicznej interpretacji i oceny faktów, mają często status neutralnego odzwierciedlenia rzeczywistości (Skowronek 2013: 17).

Fenomenem, który obecnie stanowi przedmiot społecznych reprezentacji i podlega społecznemu konstruowaniu w przestrzeni publicznej, m.in. w mediach, jest pandemia koronawirusa. Oczywiście jest, że dla mediów tradycyjnych

pandemia przyczyniająca się do kryzysu ochrony zdrowia, kryzysu gospodarczego i finansowego jest atrakcyjna, ponieważ odpowiednio przedstawione informacje o sytuacji kryzysowej zwiększają oglądalność (por. Bekosty 2018: 191). O znaczeniu tego tematu w środkach masowego przekazu, poza liczbą odnoszących się do niego informacji i częstotliwością poruszania kwestii pandemii w programach publicystycznych, świadczy pojawienie się w głównych stacjach telewizyjnych w marcu 2020 r. programów specjalnych poświęconych wyłącznie epidemii koronawirusa w Polsce.

Celem artykułu jest analiza sposobów medialnego obrazowania pierwszej fali epidemii koronawirusa w Polsce, a dokładniej – środków służących konstruowaniu obrazów prezentowanych w dwóch programach specjalnych: *Koronawirus. Poradnik* emitowanym w TVP Info oraz *Wszystko o koronawirusie* nadawanym w Polsat News.

2. Konteksty teoretyczno-metodologiczne. Inspiracje i perspektywa badawcza

Rozwijające się badania nad językiem w mediach (Loewe 2018, Skowronek 2013) zaowocowały wypracowaniem perspektyw badawczych, które oglądają jego funkcjonowanie w szerszym kontekście: pragmatycznym i społecznym, ale i dalej – kulturowym. Mam tu na myśli zaproponowaną przez Bogusława Skowronka perspektywę lingwistyczną – mediolingwistykę (Skowronek 2013) oraz lingwistykę dyskursu i lingwistykę mediów omówioną przez Iwonę Loewe (2018). Obie propozycje, choć ukształtowane przez odmienne zaplecza teoretyczne, ukazują pewne wspólne cechy charakteryzujące dyskurs medialny¹ i obecne w nim komponenty. Wspólnym mianownikiem obu podejść jest założenie o kształtowaniu poglądów i konceptualizacji rzeczywistości przez media (Loewe 2014: 14, Skowronek 2014: 20) za pośrednictwem medialnego obrazu świata (Loewe 2018: 30–31, Skowronek 2014: 23).

Loewe w swoim podejściu buduje wzorzec dyskursu medialnego i wyodrębnia w nim pięć parametrów dyskursu telewizyjnego (medialnego)²: ideacyjny,

¹ Różne konceptualizacje pojęcia ‘dyskurs medialny’, które funkcjonuje w kontekście wskazanych tu podejść, krytycznie omawia Iwona Loewe, jednocześnie budując na ich podstawie własną definicję. Według badaczki „dyskurs medialny to taki typ jednokierunkowej komunikacji za pośrednictwem mediów masowych, którego nadawca jest zinstytucjonalizowany i próbuje uczynić swój przekaz interaktywnym, odbiorcą jest zaś publiczność (audytorium). Celem nadawcy jest ukierunkowanie społecznej uwagi i kształtowanie poglądów swej publiczności. W ramach dyskursu medialnego wyodrębnić można ze względu na rodzaj transmisji danych: dyskurs prasowy, radiowy, telewizyjny i hipertekstowy” (Loewe 2014: 14).

² Dyskurs medialny jako jeden z wielu typów dyskursu publicznego wyodrębnia Bożena Witosz. Wśród jego odmian wymienia dyskurs telewizyjny, obok prasowego, radiowego, ale też dyskursu fotografii czy tańca (Witosz 2016: 29).

normatywny, interakcyjny, podmiotowy, spacjalny i chronemiczny (Loewe 2018: 29–37). Z kolei projektowana przez Bogusława Skowronka mediolingwistyka w krytyczno-lingwistycznym ujęciu odnosi się do ustaleń lingwistyki kulturowej i reinterpretuje jej narzędzia badawcze. Badacz buduje koncepcję tej subdyscypliny (w teoretycznym i metodologicznym aspekcie) w oparciu o założenie, że media, przekształcając potoczne wyobrażenia o świecie utrwalone w języku, kreują medialne obrazy świata (Skowronek 2014: 18–21). Stanowią one wyodrębniony przez Iwonę Loewe parametr ideacyjny dyskursu medialnego. Medialne obrazy świata są profilowane ideologicznie tak, by przekazywały treści pożądane przez instytucjonalnego nadawcę. Istotny zatem wpływ na medialne obrazy świata (ideacyjny aspekt dyskursu medialnego) ma parametr podmiotowy z przysługującym mu (ideologicznym) punktem widzenia. Ze względu na swoje uwikłanie instytucjonalne i ideologiczne medialne obrazy świata **zawsze** są podmiotową (tu mowa o podmiotowości instytucjonalnej) interpretacją rzeczywistości (Skowronek 2014: 20). I w tej konstatacji dostrzec można parametr normatywny dyskursu medialnego, ściśle powiązany z podmiotowym. Każde obrazowanie rzeczywistości w poszczególnych mediach (stacjach telewizyjnych, radiowych, tytułach prasowych) przez nadawcę medialnego (firmę/korporację, stację i wreszcie reprezentanta stacji – dziennikarza) dokonuje się wedle ściśle określonych norm charakterystycznych dla danego dyskursu, odróżniających go od innych i stanowiących o jego rozpoznawalności. Nadawca medialny przekazuje heterogenicznemu i masowemu odbiorcy obraz otaczającego świata ukształtowany na podstawie swoistej konwencji (przyjętych przez nadawcę norm ujmowania rzeczywistości), na którą widz się godzi (porozumienie medialne) (Loewe 2018: 33–35).

Badania mediolingwistyczne, jak postuluje Skowronek, winny wobec tego zmierzać do „demaskowania fałszywej neutralności i uwikłania w dyskursywne mechanizmy kreowania znaczeń” (Skowronek 2014: 24). Zatem opis języka w mediach ma być wyrazem krytycznego spojrzenia: ujawniać odniesienia do procesów społecznych, ideologicznych, kulturowych. Perspektywą interpretacyjną opisu języka w mediach czyni więc badacz krytyczną analizę dyskursu (Skowronek 2014: 24).

Wskazane wyżej perspektywy oglądu dyskursu medialnego, zarysowane tu z konieczności skrótowo, pozwalają wytyczyć ścieżkę postępowania badawczego dostosowaną do wyznaczonego w niniejszym opracowaniu celu oraz charakteru materiału badawczego. Przyjęcie zaproponowanej przez Loewe koncepcji wzorca dyskursu telewizyjnego³ składającego się z pięciu parametrów⁴ umożliwi

³ To samo, jak pisze Loewe, odnosi się do hiperonimicznego dyskursu medialnego (Loewe 2018: 29).

⁴ Pamiętajmy, że parametry dyskursu za każdym razem są odpowiednio hierarchizowane (Witosz 2016: 29). Spacjalność i chronemiczność w prezentowanych badaniach zyskują mniejszą

poszukiwanie eksponentów medialnego obrazu świata na różnych, ściśle ze sobą powiązanych i wzajemnie się warunkujących płaszczyznach. Konkretyzacje poszczególnych parametrów dyskursu (a więc m.in. medialny obraz świata, aktorzy dyskursu – nadawca medialny i jego publiczność, nadawca instytucjonalny) korespondują z przedmiotami analizy dyskursu medialnego proponowanymi przez Skowronka w poszczególnych jej etapach (pragmatyczno-funkcjonalnej, systemowej, dyskursywnej denaturalizacji tekstu) (Skowronek 2014: 25). Wreszcie opis wskazanych przez Loewe i Skowronka parametrów i komponentów dyskursu ma uzasadnienie teoretyczne (do którego nawiązuje przecież Loewe)⁵.

Badanie tak rozumianego dyskursu medialnego (i innych typów dyskursu) wymaga oglądania go także, w miarę potrzebny, z perspektywy takich subdyscyplin językoznawczych, jak tekstologia, genologia, stylistyka i pragmalingwistyka (analityczna integracja metod wymienionych subdyscyplin w: Kalisz 2019). Komponenty budujące medialny obrazu świata i strategie, które go aktualizują, rozlokowane są bowiem na wielu różnych płaszczyznach: stylistycznej, nadawczo-odbiorczej, genologicznej. Ściślej – analizując dyskurs telewizyjny, przyglądać się będą środkiem językowym służącym wartościowaniu i emocjonalizacji przekazu, regułem gatunkowym wyznaczającym ramy komunikacji medialnej (systemowa denaturalizacja tekstu), odgrywanym przez aktorów medialnych rolom i celom illokucyjnym (pragmatyczno-funkcjonalna denaturalizacja tekstu), by wreszcie ujawnić punkt widzenia medialnych nadawców (dyskursywna denaturalizacja tekstu). Spojrzenie integrujące osiągnięcia różnych subdyscyplin językoznawczych wychodzi naprzeciw postulowanej interdyscyplinarności w badaniach mediów (Skowronek 2014: 16–17).

3. Korpus badawczy – charakterystyka

Materiał badawczy stanowią dwa programy specjalne⁶: *Koronawirus. Poradnik*, który widzowie mogli śledzić w TVP Info, oraz *Wszystko o koronawirusie* emitowany w Polsat News. Obie produkcje pojawiły się w ramówkach telewizyjnych w marcu 2020 r., kilka lub kilkanaście dni po odnotowaniu pierwszego

wagę z uwagi na charakter materiału badawczego: stanowi go fragment dyskursu medialnego wyodrębniony ze względu na kryterium tematyczne, ale i wyznaczony cel badawczy. Aspekty te nie są aż tak istotne z punktu widzenia opisu medialnych obrazów świata w wybranych programach specjalnych.

⁵ Jak pisze Bożena Witosz, kategoriaalne cechy dyskursu lokowane są na różnych płaszczyznach, m.in. ideacyjnej, interakcyjnej, podmiotowej, instytucjonalnej, i stanowią podstawę typologii dyskursu (Witosz 2016: 29).

⁶ Analizie poddano odcinki emitowane od początku ich nadawania do połowy kwietnia, udostępnione na kanałach VOD oraz YouTube.

w Polsce przypadku zakażenia wirusem SARS-CoV-2. TVP Info rozpoczęło emisję programu specjalnego 10 marca. Krótkie, trwającą ok. 7–10 minut odcinki można oglądać codziennie między 9.00 a 1.00 (Kurdupski 2020). Gospodarzem jest Adam Giza. Są one również dostępne na platformie VOD pod adresem vod.tvp.pl (ponad 300 odcinków)⁷.

Specjalny program Polsat News widzowie mogli oglądać od piątku 13 marca o godz. 20.30. Zastąpił on programy publicystyczne *Polityka na ostro* i *Punkt widzenia*. Pierwszy odcinek poprowadził Bartosz Kwiatek, w kolejnych w tej roli widzowie oglądali Agnieszkę Gozdyrę i Grzegorza Jankowskiego znanych z czasowo zawieszonych tytułów publicystycznych. Polsat News zakończył nadawanie audycji specjalnej w maju, na antenie pojawił się zaś program publicystyczny *Debata dnia* o tej samej formule co wcześniejsza *Polityka na ostro*. Jesienią, podczas drugiej fali pandemii, temat ten poruszały inne programy, m.in. *Raport* i *Koronawirus – raport dnia*.

Oba analizowane w niniejszym opracowaniu programy specjalne nadawcy medialni charakteryzują jako poradnikowe i interaktywne. Podkreślają, że w sytuacji, gdy do odbiorców dociera mnóstwo informacji, a wiele z nich jest niesprawdzonych (mity, fake newsy), istnieje potrzeba ich uporządkowania i zweryfikowania przez ekspertów:

Program [*Koronawirus. Poradnik* – BCS], w którym systematyzujemy wiedzę na temat koronawirusa. W oparciu o wiedzę ekspertów obalamy mity i przekazujemy ważne fakty, które pomogą uniknąć zakażenia. W programie odpowiadamy na ważne pytania widzów, które zostały nadesłane na platformę Twoje Info (TVP VOD 2020).

[...] Eksperci powiedzą, jak żyć w czasie pandemii. W zalewie tysięcy doniesień o wirusie SARS-CoV-2 i chorobie COVID-19 wiedza specjalistów jest na wagę złota, a często zdrowia i życia! [...] W programie *Wszystko o koronawirusie* eksperci z zakresu medycyny, prawa i psychologii odpowiedzą na najważniejsze pytania widzów Polsat News. Celem jest przekazanie widzom rzetelnych i sprawdzonych informacji. Program będzie miał charakter interaktywny. Widzowie będą mogli zadawać pytania ekspertom telefonicznie pod numerem 723 620 784, za pośrednictwem mediów społecznościowych i wysyłając pytania na adres covid19@polsat.com.pl (Polsat 2020).

Trzecia wiodąca stacja telewizyjna, TVN, także posiada w ofercie programowej format poświęcony pandemii koronawirusa. Nie znalazł on jednak miejsca w niniejszym opracowaniu z uwagi na przyjęte kryteria wyboru materiału językowego. Analitycznemu oglądowi sposobu obrazowania pierwszej fali pandemii

⁷ Tyle odcinków było dostępnych na portalu 7 grudnia 2020 r.

poddałam – z jednej strony – nadawcę publicznego (stąd program *Koronawirus. Poradnik*), z drugiej zaś – komercyjnego. Drugim kryterium było zaufanie do mediów⁸. Program specjalny telewizji publicznej ma największy zasięg i największą oglądalność, ale nadawany jest przez nadawcę medialnego o najmniejszym zaufaniu. Po drugiej stronie znalazła się propozycja komercyjna, najrzadziej wybierana przez odbiorców (Kurdupski 2020), jednak w stacji uznawanej za najrzetelniejszą.

Analizowane programy realizowane są w ramie gatunkowej poradnika i formule interaktywnej, jednak te parametry aktualizują się inaczej w każdym z nich. Przyjrzyjmy się im zatem szczegółowo oraz prześledźmy sposoby kreowania obrazów rzeczywistości pandemicznej.

4. *Koronawirus. Poradnik*. Sposoby obrazowania świata

W poradnikowym programie specjalnym emitowanym w TVP Info (później także na kanale głównym TVP) Adam Giza, gospodarz *Koronawirus. Poradnik*, gości jednego eksperta (wirusologa, lekarzy różnych specjalności, np. pediatrę, okulistę, ginekologa, endokrynologa, także psychologa i seksuologa). Zaproszeni specjaliści to autorytety w swojej dziedzinie – zazwyczaj ich wiedzę legitymizuje tytuł naukowy, do bycia ekspertem uprawnia ich też pełniona funkcja czy stanowisko: wśród ekspertów zobaczymy np. prezesa Warszawskich Lekarzy Rodzinnych dr. Michała Sutkowskiego, prezesa Polskiej Federacji Szpitali prof. dr. med. USA, dr. n. med. Jarosława Fedorowskiego, ordynator oddziału pediatrycznego Anetę Górską-Kot. Do udzielania fachowych porad uprawnia również (oprócz posiadanych kompetencji) rozpoznawalność medialna (w przypadku psycholog Marii Rotkiel). Drugą kategorię specjalistów stanowią przedstawiciele szeroko rozumianej władzy⁹: reprezentują ją minister pracy, rodziny i polityki społecznej Marlena Małaż, podsekretarz stanu w tym ministerstwie Iwona Michałek, rzecznik Komendanta Głównego Policji insp. dr Mariusz Ciarka, rzecznik Wojsk Obrony Terytorialnej (WOT) ppłk Marek Pietrzak.

⁸ Z badań CBOS przeprowadzonych w 2019 roku wynika, że największym zaufaniem respondentów cieszą się programy informacyjne i publicystyczne Polsat i Polsat News (34%). Podobną ocenę wiarygodności mają TVN i TVN24 (32%) oraz TVP i TVP Info (31%). Inaczej przedstawia się ocena braku wiarygodności: 38% badanych sądzi, że niewiarygodna jest telewizja publiczna, zaś 19% krytycznie ocenia Polsat i Polsat News (CBOS 2019). Podobna ocena wiarygodności wynika z badań IBRIS (2019), w których pytani mieli ocenić rzetelność relacjonowania kampanii prezydenckiej – za najbardziej rzetelne uznano *Wydarzenia* Polsatu, a najmniejszą rzetelnością według ankietowanych wykazują się *Wiadomości* TVP.

⁹ Władzę traktuję tu szeroko, nie tylko jako przedstawicielei rządu, lecz również przedstawicielei służb i instytucji państwowych.

Interaktywność programu ma w założeniu nadawcy przejawiać się w zadawaniu pytań przez widzów. Gospodarz wielokrotnie, zwłaszcza na początku, zwraca uwagę na aktywne uczestnictwo odbiorców i ich rolę we współtworzeniu programu (*dlatego jesteśmy my, nasz program, w którym państwo bierzecie udział; To program Koronawirus. Poradnik z państwa udziałem. Wystarczy wysłać do nas maila*¹⁰). Na antenie nie oddaje się jednak głosu pytającym widzom, nadawca nie korzysta też z możliwości technologicznych pozwalających umieścić w części ekranu treści nadesłanych wiadomości mailowych. Interaktywność w dużej mierze pozostaje imitacją (Loewe 2018: 28) – to gospodarz programu w imieniu widza zadaje pytanie, jak podkreśla, przesłane na adres mailowy redakcji. Interaktywność, którą reklamuje nadawca medialny w opisie programu, manifestuje się w metatekstowych komentarzach prowadzącego, np. *pytanie od pana Roberta; widzowie pytają; pytania widzów; pytanie internautów; telewidzowie pytają; zastanawiamy się razem z naszymi widzami* i zreferowaniu/zacytowaniu pytania. Nie wiemy do końca, czy pozostałe rozważane problemy, niezaanon-sowane w ten sposób, zostały zaproponowane przez redakcję czy pochodzą od odbiorców. Prowadzący wskazuje bowiem na różne źródła wątpliwości pojawiających się w pytaniach (własne doświadczenie, wrażenie, wiedza potoczna, obiegowe opinie, treści powtarzane publicznie od czasu pojawienia się pandemii): *czy one [zasady higieny] różnią się drastycznie od tych zasad, które powinny być wszystkim naszym widzom wpajane od dzieciństwa? Bo mam takie wrażenie, że od paru tygodni mówimy o higienie tej elementarnej; Mówi się, że koronawirus może być przenoszony przez małe insekty; Spoglądając na statystyki z Chin i Starożytnego Kontynentu, choroba kończy się śmiercią w przypadku osób w podeszłym wieku. Z czego to wynika?*

O faktycznym udziale odbiorców w programie mają świadczyć przywoływane imiona widzów, jednak spora część pytań ma nadawcę zbiorowego, nie jednostkowego (internauci, widzowie, telewidzowie). Zatem interaktywność, w dużej mierze markowana, stanowi raczej chwyt perswazyjny¹¹. W centrum programu sytuuje się zatem rozmowa prowadzącego z ekspertem, widz mimo nieustannie przypisywanej mu aktywności ma znikomy wpływ na to, co dzieje się na antenie, staje się tylko odbiorcą jednokierunkowego przekazu.

Warto w takim razie przyjrzeć się relacjom nadawczo-odbiorczym głównych aktorów, ponieważ obraz rzeczywistości pandemicznej kształtuje się właśnie

¹⁰ W cytatach zachowuję oryginalne formy językowe, nie dokonuję korekty pod względem poprawności językowej.

¹¹ Świadczy o tym także liczba pytań, co do których mamy pewność, że nadesłali je widzowie (sygnalizuje to zapowiedź prowadzącego). Przykładowo w odcinku czwartym tylko jedno pytanie na 11 zadanych jest w ten sposób sygnalizowane, w odcinkach szóstym i siódmym – jedno na 7, w odcinku dziesiątym – dwa na 22. Taka dysproporcja powtarza się we wszystkich analizowanych odcinkach programu.

w interakcji pomiędzy prowadzącym a ekspertami, nie tylko w treści komunikatów, lecz również w kontekście ról, jakie odgrywają. Pierwszy układ wyznaczają ramy gatunkowe poradnika. Mają one niewielki wpływ na konstruowanie medialnego obrazu świata, dlatego nie będę ich szczegółowo omawiać. Bardziej interesujące z punktu widzenia celu niniejszego opracowania są role wynikające z sytuacji komunikacyjnej: gospodarza i gościa programu. Prezenter najczęściej wybiera rolę pośrednika¹², czyli osoby wyłącznie rejestrującej uzyskane odpowiedzi (Ślawska 2017a: 214). W sytuacji komunikacyjnej kształtowanej przez program telewizyjny rola ta manifestuje się w replikach prowadzącego, który raczej nie wdaje się w dyskusję, nie komentuje słów eksperta, nie polemizuje z nim. Jego zadanie polega na zadawaniu kolejnych pytań. Interakcja przebiega więc w formie pytanie – odpowiedź, pytanie – odpowiedź. Dziennikarz rzadziej wchodzi w rolę pośrednika-pomocnika zadającego dodatkowe pytania doprecyzowujące wywód eksperta:

[Dz:] I taki mail wysłał pan Andrzej, który pyta o to, czy koronawirus wybiera osoby, które absolutnie nie spożywają żadnych suplementów, wybiera sobie te najsłabsze osoby?

[Odpowiedź eksperta:] Cynk, chrom, magnez powtarzane jak mantra w różnych miejscach w internecie, więc pytanie, czy ma to sens, bo mówi się, że cynk to strażnik organizmu, że witamina C to ładna i sympatyczna witamina, która sprząta drobnoustroje i choroby. Ile w tym prawdy, a ile mitu?

Pytania dodatkowe dziennikarza występującego w roli pomocnika służą pogłębieniu wiedzy. Dotyczą wątku poruszanego w pytaniu inicjującym¹³ (tu suplementacji, ale też mycia rąk i sposobu ich suszenia, wpływu kremowania dłoni na przenoszenie wirusa; pocałunków w policzki, całowania dłoni; środków stosowanych do mycia rąk i konieczności posiadania przez domowników osobnych kostek mydła), rozbudowują go o zagadnienia towarzyszące, nasuwające się w wyniku aktualizacji wiedzy potocznej i zasłyszanej. W takich sytuacjach prowadzący wychodzi z roli ucznia podporządkowanego ekspertowi, staje się partnerem, reprezentantem opinii publicznej.

W rozmowach z przedstawicielami władzy gospodarz także przyjmuje bierną postawę komunikacyjną. Jego aktywność werbalna sprowadza się do zadawania kolejnych pytań z obszaru zagadnień mieszczących się w zakresie kompetencji gościa. Tak więc objaśniane są kwestie związane m.in. z pracą zdalną, zasiłkiem opiekuńczym, odbywaniem kwarantanny, charakterem pomocy niesionej przez

¹² Przegląd przyjętych w niniejszym opracowaniu ról dziennikarza w: Ślawska (2017a).

¹³ Nawiązuję tu do struktury dialogu omówionej w: Warchala (1991).

WOT. Lista zagadnień proponowanych przez dziennikarza to okazja do auto-prezentacji gościa i urzędu/instytucji, w imieniu których występuje. Przedstawiciele władz omawiają zatem przygotowane rozwiązania i strategie walki z pandemią oraz podejmowane działania. W tej relacji rolę dziennikarza można nazwać lustrem, ponieważ zaproszony gość może (w nim) błyszczeć (Ślawska 2017a: 215). Ma pełną swobodę wypowiedzi, nie jest zmuszany przez dziennikarza do bardziej szczegółowych objaśnień czy konfrontowania prezentowanych treści z innymi punktami widzenia. Obaj aktorzy przynależą do jednej wspólnoty interpretacyjnej, opowiadają o świecie, patrząc z tej samej perspektywy i w interakcji konstruuja jedną spójną wizję rzeczywistości. Rzadko zdarzająca się aktywność werbalna ujawniająca podmiotowość prowadzącego, inna niż „odpytywanie” (są to np. oceny, komentarze, pochwały), wyraża przychylność wobec interlokutora wprost bądź presuponuje pozytywną jego ocenę, a także stwarza okazję do szerszego zaprezentowania zasług:

Widzowie pytają także o przedsiębiorców. Przedsiębiorcy zastanawiają się, jak dalek prowadzić swój biznes. **Wiemy, że rząd także ma na myśli zrobić wszystko, aby ulepszyć te warunki rozwoju własnego przedsiębiorcy** (odc.12).

Wspieranie kombatanów, **zaszczytna to sprawa, na pewno dziękujemy w imieniu całego społeczeństwa**, ale wiemy także, że Polacy mają wątpliwości natury psychologicznej. Jest atmosfera, która wymaga pomocy i wyjaśnienia. **Również w tym zakresie przygotowaliście coś dla Polaków** (odc.19).

Czy jeżeli komuś czegokolwiek brakuje, przebywa na takiej kwarantannie i zabrakło, nie wiem, pożywienia, środków higieny, czy we współpracy może również poprosić o coś takiego? (odc. 48).

Relacje nadawczo-odbiorcze w programie *Koronawirus. Poradnik* zawsze oparte są na współpracy, porozumieniu. Prowadzący oszczędnie korzysta z możliwości pragmatycznych, będących wyznacznikiem jego władzy nad rozmową i ujawniających podmiotowość, takich jak oceny, opinie, prośby o pogłębienie tematu (Kita 1998: 108–109). Wybiera te role, które charakteryzuje bierność lub niewielka tylko aktywność i podporządkowanie się autorytetowi eksperta.

Z tak zaprojektowanego scenariusza interakcji wyłania się obraz rzeczywistości pandemicznej, na który składają się różne komponenty. Rozpocznijmy od przedstawienia tego, który dotyczy działań szeroko rozumianej władzy w walce z pandemią. Najważniejszym przedstawicielem władzy jest rząd na czele z premierem i ministrami, którzy wyznaczają kolejne etapy i sposoby radzenia sobie z sytuacją pandemiczną. Z prezentowanego w programie punktu widzenia samej

władzy wyłania się jej niezmałony pomyłkami czy niedociągnięciami obraz. Rząd prezentuje się jako zespół sprawnie zarządzający w sytuacji kryzysowej, mający plan działania, oferujący rozbudowany i przemyślany system pomocy, także finansowej. Minister Marlena Małąg, reprezentująca w programie obóz władzy politycznej, na pytanie o program wsparcia dla przedsiębiorców mówi:

Sytuacja gospodarcza w czasie koronawirusa jest trudna, ale **my mamy ją pod kontrolą i pelen pakiet udogodnień** dla przedsiębiorców, nad tym pracujemy (odc.12).

W tak efektywnie i profesjonalnie funkcjonujący mechanizm pomocowy wpisują się również przedsięwzięcia służb państwowych (policji, Wojsk Obrony Terytorialnej). Są one dobrze zorganizowane, współpracują z innymi instytucjami pomocowymi, rozpoznają potrzeby Polaków, niosą wszechstronną pomoc i wsparcie, także psychologiczne, każdemu potrzebującemu obywatelowi, w tym, co wyraźnie zostało podkreślone w odc. 18 i 19, kombatantom¹⁴. Sami funkcjonariusze odznaczają się zaś zaangażowaniem i empatią:

[Policjanci], kiedy sprawdzają, czy osoby są w miejscu wyznaczonej kwarantanny, pytają się o samopoczucie, jak się osoby czują, czy czegoś potrzebują. Codziennie około 200 takich próśb mamy, aby np. poinformować odpowiednie instytucje, aby ułatwić tym osobom wysłanie korespondencji, paczki, przyjęcie paczki, która miała gdzieś być do odbioru na poczcie, zakup żywności czy potrzebnych artykułów. My te wszystkie informacje przekazujemy do odpowiednich instytucji, tutaj ogromne wsparcie teraz chociażby żołnierzy, którzy roznoszą jedzenie, którzy właśnie na takie prośby odpowiadają i roznoszą jedzenie.

Kolejny wyraźnie zarysowany w omawianych zagadnieniach składnik medialnego obrazu świata to sam wirus i jego charakterystyka, a więc sposób przenoszenia się, objawy zakażenia, postępowanie w przypadku zachorowania itp. Te kwestie ujmowane są z medycznego/naukowego punktu widzenia, np.: czy osoba chora może liczyć się z jakimiś powikłaniami, czy przechorowanie Covid-19 uodparnia, jak to się dzieje, że dzieci nie chorują, jak wyglądają i na czym polegają prace nad szczepionką, jak wygląda izolacja, jak w czasach pandemii wygląda poród, jak wyglądają procedury bezpieczeństwa w szpitalach. Pojawiają się pytania o wpływ chorób towarzyszących, np. onkologicznych czy endokrynologicznych, na przebieg Covid-19, a także o funkcjonowanie szpitali (procedury bezpieczeństwa), SOR-ów w czasie pandemii czy o procedury postępowania

¹⁴ Pamięć o bohaterach wojennych, o historii, szczególnie dotycząca walk narodowo-wyzwoleńskich, jest istotna dla dyskursu prawniczego, stanowi jedną z jego kategorii (wartości) konstytutywnych, stąd przywołanie jej nie jest przypadkowe (Ciesek 2018).

i leczenie pacjentów z Covid-19. W tej kategorii osobną grupę stanowią kwestie dotyczące zasad funkcjonowania w codziennym życiu formułowane z punktu widzenia wiedzy potocznej, np. jak postępować z przyniesionymi ze sklepu produktami, płacić kartą czy gotówką, czy zrezygnować ze spacerów na świeżym powietrzu, czy odkładać wizytę u stomatologa oraz zaplanowane zabiegi chirurgiczne.

Eksperti weryfikują również informacje na temat koronawirusa należące do fake newsów i mitów reprezentujących nienaukowy typ wiedzy¹⁵. Ich liczna obecność wynika z założeń programowych. Widz otrzymuje zatem odpowiedź na pytania o to, czy wirus boi się promieniowania UV, czy sól morska może stanowić panaceum, czy skuteczne jest wkładanie rąk do spirytusu, czy dotykany w sklepie chleb może przenosić wirusa i w związku z tym czy włożenie chleba do kuchenki mikrofalowej może być panaceum na wirusa itp.

Przegląd poruszanych w programie zagadnień ukazuje, że jego tematyka nie skupia się wyłącznie na pandemii koronawirusa. Zalecenia dotyczące bezpiecznego funkcjonowania w tym wyjątkowym czasie są pretekstem, okazją do udzielania porad i wskazówek o charakterze ogólnym, które są aktualne także w tzw. normalnej sytuacji. Dotyczą one kwestii medycznych z różnych specjalności, np. jak postępować podczas zagrożenia udarem czy zawałem, co w czasie świąt zrobić w przypadku problemów gastrycznych. Widz otrzyma też porady dotyczące zdrowego, higienicznego trybu życia. I tak prowadzący pyta o produkty żywnościowe dające większą odporność, o zalecane warzywa i owoce, o sposoby radzenia sobie ze stresem. Zostają również wyjaśnione wątpliwości związane z dietą pudełkową.

Program zatem spełnia funkcję sprawozdawczo-wyjaśniającą, prymarną dla poradnika (Ficek 2012: 155), ale i dydaktyczną – promuje właściwe wzorce zdrowego stylu życia. Wyraźnie widać jednak, że widz w tym wypadku staje się odbiorcą różnego typu treści, które można ocenić jako ważne lub błahe. Z jednej strony – otrzymuje przekaz o wysokiej wartości merytorycznej i informacyjnej, ale równolegle udziela mu się porad powszechnie mu już znanych (m.in. powtarzanych w wielu różnych źródłach), mających wymiar ogólny, uniwersalny, zatem masowy (nie wynika to z niekompetencji eksperta, lecz, powtórzmy, z charakteru poruszanych przez dziennikarza zagadnień). W ten sposób aktualizuje się także funkcja rozrywkowa, co jest typowe dla poradnika audiowizualnego (Kalisz 2018: 116). Wyznaczniki gatunkowe pozwalają umieścić analizowany program w obszarze poradnictwa, ale i w przestrzeni inforozrywki (*infotainment*). Ma to szczególne znaczenie dla ładunku emocjonalnego przekazywanych treści.

Nieodłączną częścią medialnych przedstawień są bowiem emocje, ponieważ stanowią one środek perswazyjny (Miłowska-Samul 2013: 173), pomagają

¹⁵ Uważam, że niewłaściwe byłoby także traktowanie tego typu informacji jako wiedzy potocznej, chyba najlepiej ich charakter oddaje kategoria fake newsa.

pozyskać przychylność i angażują odbiorcę. Z tego też względu w sferze komunikacji publicznej, w tym medialnej, emocje podlegają konstruowaniu i są wykorzystywane jako rodzaj strategii interakcyjnej, polegającej na kształtowaniu i transferze znaczeń. Nadawca medialny posługuje się zatem sferą emocji, by kontrolować sytuację komunikacyjną, wpływać na postawy odbiorcy i jego stosunek do prezentowanych treści (Warchała 2017: 111, 114, 119–120). Zwykle media dążą więc do nasycania swych przekazów emocjami, najczęściej negatywnymi, co staje się źródłem dramatyzacji (Laberschek 2010) i sensacjonalizacji przekazu (Miłkowska-Samul 2013). W programie *Koronawirus. Poradnik* dość wyraźnie rysuje się dążenie do tonowania negatywnych emocji. Nadawca medialny minimalizuje strach za pomocą zróżnicowanych strategii. Służy temu przede wszystkim omówione już zróżnicowanie prezentowanych zagadnień (poważne i dość błahe) oraz pozytywne obrazowanie instytucji państwowych (rządu, szpitali, policji, wojska). Negatywnych emocji starają się nie pobudzać w swych wyjaśnieniach także zaproszeni goście. Wyjątek stanowią porady dotyczące osób z grupy ryzyka – w tym przypadku eksperci nie starają się łagodzić niepokoju, rekomendują bezwzględne przestrzeganie zasad reżimu sanitarnego. Poza tym wielokrotnie zalecają eksplicytnie spokojne, racjonalne podejście do zagrożenia i posługują się słownictwem nacechowanym pozytywnie, konstruując w ten sposób optymistyczne scenariusze, np. *niebezpieczeństwo jest niewielkie, [Covid-19] przebiega zwykle bardzo lekko, 99,9% łagodnie, nie zakaża, tak definiuje WHO; organizm powinien sobie poradzić; będzie dobrze; należy podchodzić racjonalnie; ale żebyśmy też nie ulegali zbytnej panice; nie wpadajmy w panikę; nie należy wpadać w panikę; większość górników przechodzi chorobę bezobjawowo; brać górnicza to twardzi ludzie, dlatego tak znoszą*. Eksperci próbują niwelować poczucie zagrożenia, oceniając je jako niewielkie, a także, co stanowi bardzo często występującą strategię, przypomnianiem i powtarzaniem obowiązujących zasad reżimu sanitarnego i zaleceniami ostrożności: *tutaj [w naszych wydziałach] on przebywa na tyle krótko, że dla nas dystans tych dwóch metrów jest dystansem bezpiecznym, więc równocześnie nie będzie miał wpływ to, co wokół nas jest; To nie znaczy, że on od razu nas zarazi, jest jakaś jego wirulencja zdecydowanie duża, wręcz przeciwnie, cały czas spada i nas zwykle nie zakazi, zarażamy się drogą kropelkową, ale zawsze po takich czynnościach [dotykaniu różnych powierzchni w przestrzeni publicznej] myjemy ręce; Poczekajmy, przesunąć kalendarz szczepień to nie tragedia*. Widza utwierdza się w przekonaniu, że niebezpieczeństwo istnieje (nie jest jednak aż tak duże: większość przechodzi chorobę łagodnie lub bezobjawowo), ale dzięki wspólnie podejmowanemu wysiłkowi uda się je przewyciężyć (*Pamiętajmy o higienie, to będziemy bezpieczni*).

Nastrój programu kształtuje także wymiana zabawnych bądź ironicznych uwag, żartów, dowcipów, anegdot pomiędzy zaproszonym gościem a prowadzącym. Realizowana przez te gatunki mowy funkcja ludyczna odwraca uwagę od

niebezpieczeństwa poprzez rozluźnienie atmosfery i rozbawienie widza. Obecność w programie poradnikowym form rozrywkowych to zjawisko spotykane w różnych odmianach poradnika (Ficek 2012:154), kolejny wyznacznik formuły *infotainment*: *Czy będzie baby boom, czy rozwody?*; *Co z pocałunkiem w policzek? Też modna to sprawa, przyjemna, gdy witamy się, zwłaszcza z koleżankami z pracy* [śmiech eksperta], *czy jest to medycznie zabronione? Zabronione nie jest, nie można zabronić* [śmiech obu rozmówców]; *Jakby co, pieniądze mogą przechować* [reakcja na pytanie o zalecane formy płatności wywołująca śmiech interlokutorów]; *Dziś zastanawiamy się, czy dotknięcie klamki może być niebezpieczne? W cenie drzwi automatycznie otwierające się przed nami* [uśmiech].

Wyraźne nasycenie negatywnymi emocjami (straszenie) odnotowałam w analizowanym materiale dwukrotnie: w rozmowie z policjantem i dr. Sutkowskim. Oba zadane gościom pytania dotyczyły możliwości wyjazdu na święta wielkanocne i spotkania się z rodziną, ze znajomymi. Eksperti przedstawili najgorsze z możliwych scenariuszy, nazywając wprost niebezpieczeństwo (śmierć, zakażenie), by wzbudzić poczucie strachu i zmotywować w ten sposób do przestrzegania obostrzeń. Wydaje się zatem, że jest to działanie celowe. Przeczytajmy:

Robimy sobie krzywdę, dramatyczną [...] to święta, które mają być świętami zdrowia i radości, nie świętami dramatów i śmierci (odc.88).

[Policjant:] Zastanówmy się, bo możemy kogoś zarazić (odc. 90).

Podsumujmy zatem poczynione rozważania. Nadawca publiczny posługuje się gatunkową formą poradnika, by dostarczyć widzowi, jak deklaruje, rzetelnej wiedzy na temat epidemii koronawirusa, w tym dotyczącej zarówno możliwych zagrożeń, jak i sposobów chronienia swojego życia i zdrowia. Wystąpienia ekspertów są okazją do udzielania różnego typu porad zdrowotnych i dotyczących szeroko rozumianego zdrowego stylu życia, nie tylko wskazówek bezpośrednio związanych z chorobą Covid-19. Współwystępujące z poradą gatunki ludyczne/rozrywkowe służą rozładowaniu napięcia, celem programu jest bowiem uspokojenie widza oraz zapewnienie go o podjęciu przez instytucje państwowe i władze skutecznych oraz wieloaspektowych działań w walce z epidemią. Poczucie bezpieczeństwa wzmacnia też to, że niemal na każde zadane pytanie widz uzyskuje jasną i jednoznaczną odpowiedź, każda wątpliwość zostaje rozwiana, nie ma tu miejsca na niewiedzę¹⁶. W publicznym obrazowaniu świat jest do końca rozpoznany, uporządkowany, są w nim precyzyjnie określone reguły funkcjonowania

¹⁶ Wyjątek stanowią wyjaśnienia pediatry, która często mówi: *tego nie wiemy*. Wynika to jednak z podkreślanego przez lekarzkę faktu, że dzieci chorują rzadko i najczęściej przechodzą chorobę łagodnie.

w sytuacji pandemii, stanowi zatem zamkniętą całość. W rezultacie odbiorca przekazu otrzymuje pozytywny obraz przeciwdziałania pandemii, umiarkowane nasycenie emocjonalnością (zwłaszcza niepokojem, strachem), gotową instrukcję postępowania oraz nadzieję, że stosowanie przekazywanych zaleceń osoby niebędące w grupie ryzyka może uchronić przez niebezpieczeństwem.

5. *Wszystko o koronawirusie*. Sposoby obrazowania rzeczywistości

Program specjalny emitowany przez komercyjną stację Polsat News od 13 marca widzowie mogli oglądać codziennie, a od początku maja – raz w tygodniu. Jego formuła oparta jest o tematyczny podział na trzy części delimitowane przerwami reklamowymi. W każdej części gospodarz gości zwykle dwóch, rzadziej jednego lub trzech ekspertów. Na pytania widzów odpowiadają specjaliści z różnych dziedzin: medycyny (lekarz rodzinny – dr Michał Sutkowski, ekspert omawianego wcześniej programu specjalnego telewizji publicznej, pediatra, ortopeda, ratownik medyczny, wirusolog, epidemiolog), ekonomii, prawa (szczególnie prawa pracy), ale też dowódca WOT ppłk Marek Pietrzak, rzecznik prasowy Komendanta Głównego Policji insp. dr Mariusz Ciarka, przedstawiciele władzy (wiceminister zdrowia Waldemar Kraska, wiceminister edukacji i nauki Wojciech Maksymowicz, prezydent Poznania Jacek Jaśkowiak). Porad i wyjaśnień udzielają też osoby, które w przeszłości zajmowały ważne stanowiska państwowe (np. Główny Inspektor Sanitarny Marek Posobkiewicz) oraz fachowcy należący do różnego typu instytucji, organizacji, często zajmujący tam kierownicze stanowiska, także z tytułami naukowymi (np. koordynator UOKiK, broker ubezpieczeniowy, reprezentant Polskiego Instytutu Ekonomicznego itp.).

Wyróżnikiem programu *Wszystko o koronawirusie* jest oddanie czasu antenowego widzom. W każdym odcinku eksperci odpowiadają na kilka lub kilkanaście telefonicznie zadanych pytań. Pozycje aktorów programu (ekspertów, widzów i będącego gospodarzem dziennikarza) oraz role, w jakie wchodzi prowadzący, ale też eksperci, są dynamiczne: zmieniają się w poszczególnych odcinkach w zależności od poruszanego tematu, nastroju i nastawienia dzwoniącego widza. Role dziennikarza uzależnione są także od jego temperamentu i osobowości. Wobec powyższego zdarzają się odcinki, w których to odbiorcy i eksperci są głównymi aktorami programu i z ich interakcji wyłania się obraz rzeczywistości pandemicznej. Dziennikarz zajmuje pozycję drugoplanową, jego aktywność w części właściwej ogranicza się do odczytywania pytań nadesłanych drogą mailową i zapowiadania telefonicznych rozmów z widzami.

W miarę rozwoju epidemii w Polsce i w związku z pojawiającymi się kolejnymi doniesieniami gospodarz zaczyna być w programie bardziej widoczny. Jego aktywność manifestuje się na różne sposoby. Prowadzący przejmuje wątek

poruszany w pytaniu zadany przez widza i sam dopytuje eksperta o kwestie, które go interesują (*To jeszcze jedno pytanie w takim razie. Wczoraj był 25 marca, termin płacenia podatku VAT. Jeśli wielu przedsiębiorców nie zapłaciło tego podatku, [...] co wtedy?*), wchodzi również w interakcje z telefonującym widzem. Taka rozmowa ma różne cele. Jest wyrazem dociekliwości, ale nie tylko.

Agnieszka Gozdyra¹⁷ zadaje dodatkowe szczegółowe pytania, np. w trakcie rozmowy z kobietą martwiącą się o brak środków ochrony osobistej w pracy męża policjanta: *Czy mąż ma taką możliwość w pracy, żeby się w ten sposób zabezpieczyć?* [tzn. tak, jak radzi ekspert], *Rękawiczki i żele, tak. I czuje się mąż zaniepokojony tą sytuacją?*; *Czy możemy doradzić coś więcej?* [pytanie skierowane do eksperta]. Dziennikarka w ten sposób podgrzewa emocje wywołane sytuacją opisywaną przez rozmówczynię, drażni temat, by wyeksponować nieprzestrzeganie procedur i braki w zabezpieczeniu służb państwowych, sugeruje ocenę całej sytuacji (*czuje się zaniepokojony*).

Reprezentatywnym przykładem takich dążeń jest również rozmowa z górnikiem pytającym, jak ma się zabezpieczyć w windzie, w której jest kilkanaście osób. Dziennikarka podejmuje dyskusję z wyjaśnieniami eksperta, ocenia jego argumenty i skargę widza, wyraźnie też opowiada się po stronie mężczyzny, przyjmując jego punkt widzenia na zaistniałą sytuację: *Panie doktorze, to są po prostu logiczne, życiowe argumenty; No tak, tylko dla pana Stanisława ważniejsze jest jego zdrowie, z całym szacunkiem, niż stan gospodarki, jakkolwiek ja brutalnie mówię, ale tak jest, panie doktorze. Zapewne zdaje sobie sprawę, że argumenty lekarza w jakimś stopniu są słuszne (nie jesteśmy w stanie odizolować całego społeczeństwa, [...] to niestety groziłoby paraliżem gospodarki), nie kończy jednak tematu. Chociaż ekspert nie jest w stanie rozwiązać problemu widza, prowadząca, wyczuwając rozgoryczenie i poczucie krzywdy pana Stanisława, pozwala mu się dalej wypowiadać (żalić), sama też próbuje podtrzymać dyskusję na niewygodny temat (*Słynna maseczka uchroni pana Stanisława?*), namawia mężczyznę do skomentowania swojej interpretacji sytuacji (*ja z pana wypowiedzi rozumiem, że wy, Ślązacy, czujecie się jakoś szczególnie poszkodowani?*).*

Tę samą strategię emocjonalizacji przekazu i drażenia tematu za wszelką cenę w rozmowach ze swoimi gośćmi stosuje Grzegorz Jankowski:

[Dz:] Jaka jest procedura, gdy mam objawy, duszności itp.?

[Adam Piechnik, ratownik medyczny:] Większość przechodzi łagodnie. Ludzie chorowali przez dziesiątki lat, przez pokolenia, potrafili sobie z tym poradzić. Proponowałbym **rozważę**.

¹⁷ Celowo charakteryzuję niektóre role i zachowania dziennikarzy osobno, ponieważ każdy z nich ma wyraźny (osobniczy) styl uczestnictwa w komunikacji. Szersze omówienie tej kwestii wymagałoby osobnego opracowania.

[Dz:] Ale, panie ratowniku, jeśli faktycznie mam te duszności, łamię mnie w kościach, no, normalnie to wygląda jak taki początek grypy. To co, wzięła mnie grypa i co? Idę do szpitala zakaźnego wtedy czy czekam dalej w domu? Co robię?

[AP:] Ale po co z grypą do szpitala?

[Dz:] Ale **jeśli to jest koronawirus?!**

[AP:] Jeśli to jest infekcja koronawirusem, to przejdzie to jak znakomita większość w sposób bezobjawowy.

Ekspert, ratownik medyczny, wykazuje się spokojem, dąży do wyciszenia negatywnych emocji (paniki, strachu), posługuje się racjonalnym objaśnieniem. Dziennikarz wręcz przeciwnie – z właściwą sobie ekspresją reaguje emocjonalnie (podniesiony głos, zniecierpliwienie), wyolbrzymia, przedstawia negatywny scenariusz (*A jeśli to koronawirus?!*), słowem – dramatyzuje całą nakreśloną przez siebie sytuację. Niejednokrotnie polemizuje z ekspertami, stając po stronie obywateli, nie unika trudnych pytań (*Ale jak ja nie zarabiam pieniędzy, to jest cios dla mnie!*; *I pytanie do rządzących: czy ich i osoby zarządzające w firmach Skarbu Państwa obejmuje też zmniejszenie poborów do 40% przeciętnego wynagrodzenia?*).

Prowadzący manifestuje swoją podmiotowość, posługując się formą ekspresywnego apelu (o pozostanie w domu; o empatię pracodawców wobec pracowników: *Drodzy pracodawcy, tyle lat korzystaliście ze znoju, trudu, potu swoich pracowników*; o przestrzeganie zasad higieny, przy czym jednocześnie wyjmuje zrobiony przez siebie płyn dezynfekcyjny i na wizji dezynfekuje ręce). Na ujawnianie poglądów i preferencji pozwala dziennikarzowi przemiana współczesnej telewizji z państwowo-publicznej na publiczno-prywatną (Loewe 2018: 32). Będące konsekwencją tej zmiany nowe reguły szczególnie wyraziście aktualizują się w polemice z ministrem. Punktem spornym jest górna granica wieku dziecka (8 lat), za opiekę nad którym rodzic ma prawo do zasiłku opiekuńczego. Doświadczenie prywatne pozwala dziennikarzowi na solidaryzację z widzem i dostarcza kontrargumentów (emocjonalnych) w sporze z ministrem Wojciechem Maksymowiczem (*Sam mam dziewięcioletnie dziecko, nie wyobrażam sobie, żeby ono zostało samo*).

Nieprzeźroczystość (podmiotowość) dziennikarzy wyraża się też w częstych komentarzach treści przedstawionych przez eksperta, wygłaszanych opiniach, ocenach i odczuciach (*Dzięki Bogu ten wirus oszczędza dzieci; A ja tak po ludzku doradziłbym panu Franciszkowi, żeby wysłał żonę do lekarza i zdobył dla niej kolejne L-4. To się wydaje sensowne; Jest takie pytanie, kiedy czytałam dziś, co państwo pisał, to ono mnie bardzo zasmuciło*).

Aktywności werbalne prowadzących pozwalają określić dziennikarskie role. W zależności od przebiegu interakcji (tematu, postawy proszącego o poradę widza) gospodarze programu zachowują się jak partnerzy-eksperci, ale bywają też pośrednikami-pomocnikami. Ta rola jednak w wielu przypadkach przeradza się w postawę prokuratora¹⁸ – dziennikarz nie tylko dopytuje, ale zaczyna dociekać, zmuszać eksperta do udzielenia odpowiedzi na niewygodne bądź trudne pytanie. Wyraźnie dostrzegalna jest również rola, która nie została wymieniona w opracowaniach podejmujących to zagadnienie, mianowicie taka, którą można by nazwać przyjacielem. To postawa, kiedy dziennikarz nie tylko przyjmuje punkt widzenia proszących o porady widzów, ale również staje po ich stronie, wyraża zrozumienie ich obaw.

W tak zdynamizowanej interakcji trzech aktorów – eksperta, dziennikarza i widza – kształtuje się obraz świata aktualnej sytuacji. Jednym z komponentów jest wizerunek służby zdrowia – jej obecnego stanu oraz wizja projektowana na podstawie przewidywanego scenariusza rozwoju pandemii. Obraz prezentowany w programie *Wszystko o koronawirusie* nie jest korzystny. Wskazuje się na liczne braki: kadrowe, sprzętowe, środków ochrony osobistej (*większość placówek nie posiada odpowiedniego zaplecza sprzętowego i materiałowego; mam na myśli maseczki, których w tej chwili nigdzie nie można dostać*). W sposób pośredni ta negatywna medialna prezentacja zaplecza medycznego obrazuje również działania władzy, to rząd odpowiada bowiem za przygotowanie szpitali do walki z pandemią. Krytykuje się zatem zaniedbania systemowe, przy czym pracownicy służby zdrowia tej ocenie nie podlegają, przeciwnie, urastają do roli bohaterów, tak jak pracownicy innych służb, np. policji¹⁹ (*nawet pracownicy szpitala, bohaterowie naszych czasów*).

Ważnym komponentem medialnego obrazowania, tym razem dokonywanego w sposób bezpośredni, jest zatem władza (reprezentowana tu głównie przez rząd) oraz rozwiązania mające przeciwdziałać pandemii i jej skutkom ekonomicznym. Z analizowanego materiału wyłania się jednoznacznie ocena ujemna. Zarzuty padają zarówno ze strony proszących o poradę widzów, jak i starających się rozwiązać ich problemy ekspertów. Dotyczą one narażania niektórych grup zawodowych na niebezpieczeństwo, które spowodowane jest niedoborem zalecanych środków ochrony osobistej, oraz braku rozwiązań umożliwiających

¹⁸ Etykieta „prokurator” wywołuje negatywne skojarzenia, jednakże dziennikarze analizowanego programu swoim zachowaniem raczej tych konotacji nie wzbudzają. Cechuje ich stanowcze dążenie do uzyskania odpowiedzi, jednakże nie atak.

¹⁹ Przypomnieć można np. taniec policjantów dla dzieci przebywających na kwarantannie, pokazywany przez wszystkie media. Kreowanie nowych bohaterów ma także charakter społeczny: tu można wymienić m.in. akcję oklaskiwania medyków czy akcję „Obiad dla medyka”. Życie w krótkim czasie zdemaskowało jednak powierzchowność tych inicjatyw – gdy dane pokazały, że najwięcej zakażeń jest właśnie w grupie pracowników służby zdrowia, byli oni piętnowani.

przestrzeganie w zakładach pracy zasad reżimu sanitarnego. Znaczna część zgłaszanych przez widzów problemów dotyczy tego, że nie znajdują oni w tarczy antykrzysowej rozwiązań trudnej sytuacji zawodowej i finansowej, w jakiej się znaleźli. Władzy i jej instytucjom przypisywana jest zatem opieszałość, niedopełnienie obowiązków, przygotowanie cząstkowych lub po prostu złych rozwiązań, odpowiedzialność za ogólnie panujący chaos, brak informacji, a w konsekwencji – niepanowanie nad sytuacją (*czy teraz to już jest kwestia szczęścia* [uniknięcie zakażenia], *bo to brzmi fatalnie w tym momencie; rządzący nie przewidzieli takiej sytuacji* [chodzi o skargę górnika na nieprzestrzeganie zasad reżimu sanitarnego w kopalni]. *Dopóki zakład nie jest zamknięty, nie bardzo ma pan możliwość skutecznego zapobiegania tej infekcji; Gdzie oni mają szukać pomocy, ci wszyscy ludzie; Ja mam takie pytanie, czy tych testów nie powinno być robione więcej, dużo więcej?; A co mają zrobić matki z dziećmi, które mają 9 lat i pracują, a to jest matka samotna?; Państwo tak naprawdę **nic nie zrobiło** w tym zakresie* (ekspert o pomocy przedsiębiorcom); *Niestety, ustawodawca o pani nie pomyślał, co jest karygodne* [o kobiecie, która otworzyła działalność na początku marca i nie przysługuje jej żadna pomoc]; *czekałam na wynik, sanepid jeden od drugiego mnie odsyłał, sama docieklam, jeszcze pani w sanepidzie z wielkim krzykiem na mnie wyskoczyła* [kobieta opiekująca się niepełnosprawnym bratem]. Sygnałem krytycznego stosunku wobec doświadczanej rzeczywistości są nie tylko opisy sytuacji i słownictwo wyrażające negatywną ocenę, lecz akty mowy, którymi posługują się widzowie: skarga, pretensja, żalenie się.

Widzowie poruszają także kwestię stosowania się obywateli do obostrzeń i nakazów. Z pretensją i oburzeniem opowiadają historie, których często są świadkami (*Dzwonił pan, który pracuje na cmentarzu i mówił, że w pogrzebach uczestniczy więcej osób, niż powinno; ludzie są tak nieodpowiedzialni*). Poza tym obraz obywateli w analizowanym dyskursie skażony jest kłamstwem (rozmowa o tym, *dlaczego tak wiele osób nie mówi lekarzom prawdy*)²⁰.

Wątpliwości widzów w dużej mierze dotyczą kwestii prawnych i ekonomicznych, stąd ważny składnik medialnego obrazowania stanowi sytuacja osób zatrudnionych, przedsiębiorców, kredytobiorców. Z problemów, jakie zgłaszają widzowie, zrekonstruować można wizję tego obszaru życia. Również nie jest ona optymistyczna. Charakteryzuje ją utrata pracy, brak środków do życia, brak świadczeń, załamanie działalności gospodarczej (*Za co ja mam żyć?; Czy mnie ten koronawirus zamorduje, czy głód mnie zamorduje, że tak powiem*). Eksperci w zakresie ekonomii pogłębiają ten obraz, mówiąc o *recesji, pogorszeniu płynności finansowej banków, kryzysie gospodarczym*.

²⁰ Należy tu też przypomnieć akcję „Nie okłamuj medyka” dotyczącą tego problemu, przygotowaną przez środowisko medyczne.

Wrogiego, czasem wręcz dramatycznego obrazu świata dopełniają te wypowiedzi specjalistów, w których nie mogą oni udzielić porady, jakiej oczekuje pytający: zawierającej jasną, jednoznaczną instrukcję, ponieważ nie ma ona umocowania w zgromadzonej dotychczas wiedzy (*nie możemy jednoznacznie odpowiedzieć, wydaje się, że tak* [że widz może być zmuszony do pracy]; *czy my w ogóle wiemy, ilu jest zakażonych?* [pytanie dziennikarki zadane w imieniu widzów]; *Proszę państwa, to jest biologia, to jest bardzo różnie, to zależy od pacjenta [...], nie ma w medycynie prostych recept*). W związku z tym zaproszeni goście przyjmują też inne role: oprócz bycia ekspertem stają się pocieszycielami (*rząd nie może pomóc* [rolnikom, którzy nie mogą dostać oprysku], *bo nie odpowiada za wolny rynek, **pewnie jakaś pomoc będzie***), ale częściej recenzentami – komentują, oceniają, wygłaszają własne opinie na temat rządowego programu wsparcia gospodarki (*wszyscy teraz czekamy na specustawę [...], ale tak naprawdę pod względem formalnym nie mamy nic, na tym polega ten problem. Odpowiedź dla pani, która zadaje to pytanie, jest bardzo trudna, bo trochę rzeźbimy tak naprawdę w pewnych pomysłach przygotowanych przez rząd*).

Nieprzewidywalność, niewiedza wywołują strach, który, jak pokazują poczynione analizy, jest dominującym stanem emocjonalnym w kreowanym przez aktorów programu obrazie świata. Lęk spowodowany zagrożeniem zdrowia i utratą bezpieczeństwa finansowego to nieodłączny jego składnik: emocjonalnie nacechowane jest słownictwo używane do opisu i oceny sytuacji (przytoczmy jeszcze: kryzys, katastrofa, dramat, zjadliwy, niebezpieczny, szalejąca pandemia), emocje wybrzmiewają w głosie widzów, wywołują je opisywane przez nich sytuacje. Eksperti podsycają poczucie strachu i niebezpieczeństwa, by nakłonić obywateli do pożądanych zachowań: *Jeżeli będziemy zatajać prawdę, okłamywać medyków, [...], to doprowadzimy do tragedii. Od naszej odpowiedzialności i rozsądku zależy wszystko, dosłownie wszystko. To nie rząd ma być gwarancją zdrowia, to my sami mamy być gwarancją zdrowia publicznego*. Strach jest też werbalizowany i przedstawiany jako naturalne w tej sytuacji odczucie powszechne: *A swoją drogą, drodzy państwo, iluż z nas dzisiaj teraz sprawdza sobie temperaturę, patrzy na swoje objawy, czy mnie coś boli, czy mnie gardło boli, czy coś jest innego. Ja wiem, **wszyscy się boimy**, to jest naturalne, to jest zwykły ludzki odruch; wróćmy do tych obaw, które zgłaszają ludzie; wszyscy się po prostu boimy*. Informacje pokrzepiające, dające nadzieję, są nieliczne (*Ja mam też nadzieję, że jak wejdą te przepisy o tarczy antykryzysowej w życie, tam są bardzo dogodne rozwiązania dla pracodawców*), a i tak występują w kontekście pesymistycznych scenariuszy (*tarcza antykryzysowa [...] umożliwi przetrwanie dużej części przedsiębiorstw [...], natomiast nie uchroni wszystkich*).

Dokonując rekapitulacji tej części, rozpoczniemy od uwag natury genologicznej. W założeniu nadawców program ma realizować konwencję poradnikową.

Opis aktywności werbalnych i wskazane na ich podstawie role, w jakie wchodzi prowadzący, a czasem także eksperci, dowodzi, że produkcja nie odznacza się jednorodnością gatunkową. Interpretowanie informacji i wydarzeń, ocenianie, komentowanie, dociekliwość to wyznaczniki publicystyki (Ślawska 2017b: 21–22), które w programie znajdują liczne reprezentacje. Prowokują je sprawy, z jakimi zgłaszają się do programu widzowie: jednostkowe, osobiste, opisujące konkretne sytuacje²¹, w jakich znaleźli się Polacy. Zindywidualizowane problemy wymagają szczegółowego rozpatrzenia i analitycznego podejścia rodzącego niejednokrotnie wątpliwości. W tak zdynamizowanej interakcji kształtuje się zatem obraz świata nie do końca rozpoznanego, w którym istnieje wiele niepewności, w którym nie ma prostych i gotowych recept radzenia sobie z trudną sytuacją. Nowa rzeczywistość jest zmienna, tworzona tu i teraz na podstawie wciąż pojawiających się nowych okoliczności. Negatywnemu obrazowaniu towarzyszą silne emocje: strach, obawa, które są podstawowym mechanizmem konstruowania obrazu świata i jednocześnie jego istotnym składnikiem.

6. Podsumowanie

Dwie rozbieżne wizje rzeczywistości pandemicznej prezentowane w analizowanych programach specjalnych należy, jak sądzę, interpretować jako różnice programowe (światopoglądowe) nadawców instytucjonalnych. Taka ocena ma umocowanie w założeniach teoretycznych dyskursu medialnego (Loewe 2014: 14, 2018: 30, 35; Skowronek 2014: 20–21; Szkudlarek-Śmiechowicz 2016: 195). Szare eminencje telewizji (Kalisz 2018: 116) profilują przedstawianą odbiorcy wizję rzeczywistości zgodnie z własną opcją ideologiczną i celami, jakie chcą osiągnąć.

Telewizja publiczna, sprzyjająca partii rządzącej (Kłosińska, Zimny, Żukiewicz 2018: 77–78), eksponuje nacechowane pozytywną oceną poczynania rządu przeciwdziałające pandemii i jej skutkom gospodarczym oraz dąży do uspokojenia nastrojów społecznych za pomocą prezentowanych treści. Program oprócz funkcji sprawozdawczo-informacyjnej ma także zadanie perswazyjne, polegające na sterowaniu uwagą społeczną: „Celowe ukierunkowanie na wybrane detale może pogłębić lub osłabić sam kryzys i jego odbiór w społeczeństwie” (Mroczo 2012: 236). Telewizja staje się więc sprzymierzeńcem w zarządzaniu kryzysowym²².

²¹ W programie pojawiają się pytania mające wymiar ogólny, uniwersalny bądź należące do fake newsów (np. czy wirusa można zjeść), jednak stanowią one marginalną kategorię, nieistotną dla przyjętej konwencji obrazowania, dlatego nie zostały szerzej opisane.

²² O roli mediów w zarządzaniu kryzysowym w: Bekosty (2018).

Nadawca komercyjny również podporządkowuje program specjalny funkcji perswazyjnej. Tutaj intencjonalnie dąży się do emocjonalizacji i dramatyzacji przekazu, które czynią go atrakcyjnym (Ceran-Pikala 2005: 44), by zaangażować jak największą liczbę odbiorców (zdobyć oglądalność) i zyskać ich przychylną (Sobczak 2001: 245).

Narzędziem kreowania medialnego obrazu świata w rękach nadawców instytucjonalnych staje się również interaktywność. W deklaracji nadawców aktywność odbiorcy ma służyć współtworzeniu nadawanego programu, komunikacji dwukierunkowej. W praktyce jednak wypowiedzi widzów podlegają wcześniejszej selekcji²³ i na antenie prezentowane są te, które pozostają w zgodzie z linią programową stacji²⁴. Wpływ na kształt przekazu pozostaje i tak po stronie nadawcy.

Bibliografia

- Anusiewicz Janusz, Dąbrowska Anna, Fleischer Michael (2000): Językowy obraz świata i kultura. Projekt koncepcji badawczej. *Język a Kultura*, 13, 11–44.
- Bartmiński Jerzy (2008), Wartości i ich profile medialne. *Oblicza Komunikacji, 1: Ideologie w słowach i obrazach*, 23–41.
- Bekosty Małgorzata (2018): Funkcje i rola mediów w zarządzaniu kryzysowym. *Studia nad Bezpieczeństwem*, 3, 187–198.
- Ceran-Pikala Dorota (2005): Telewizyjne programy informacyjne i publicystyczne. *Acta Universitatis Lodzianensis. Folia Litteraria Polonica*, 7, 39–48.
- Ciesek Bernadetta (2018): *Dyskursy dyskryminacji i tolerancji w przestrzeni publicznej współczesnej Polski (wartości, postawy, strategie)*. Katowice.
- Czyżewski Marek (2013): Teorie dyskursu i dyskursy teorii. *Kultura i Społeczeństwo*, 2: *W stronę polityki*, 3–25.
- Ficek Ewa (2012): Próba lingwistycznej charakterystyki gatunku i jego wielorakich aktualizacji. *Linguarum Silva*, 1, 151–166.
- Ficek Ewa (2013): Rada i/a porada w przestrzeni komunikacyjnej. Pytania i postulaty badawcze. W: Mitrenga Barbara (red.): *Słowo – znaczenie – relacja w języku i w tekście*. Katowice, 143–159.
- Kalisz Aleksandra (2019): *Stacje ogólne i tematyczne polskiej telewizji z perspektywy genologii lingwistycznej*. Katowice.
- Kita Małgorzata (1998): *Wywiad prasowy. Język, gatunek, interakcja*. Katowice.
- Kubala Konrad (2016): *Społeczne reprezentacje Unii Europejskiej. Przedakcesyjny dyskurs polskich elit symbolicznych*, Łódź.
- Laberschek Marcin (2010): Treści sensacyjne w internetowych serwisach informacyjnych i ich wpływ na wzrost poziomu czytelności. *Zarządzanie w Kulturze*, 11, 81–98.
- Loewe Iwona (2018): *Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów*. Katowice.

²³ Zaświadczają o tym wypowiedzi prowadzących – zapowiadają problem, z którym zgłasza się widz, zanim ten jeszcze zostanie dopuszczony do głosu na antenie.

²⁴ W analizowanym materiale nie pojawiły się kwestie, które odbiegałyby od sposobu profilowania medialnego obrazu świata danej stacji.

- Loewe Iwona (2014): Dyskurs medialny – przegląd stanowisk badawczych. *Forum Lingwistyczne*, 1, 9–16.
- Miłkowska-Samul Kamila (2013): Emocje a skandal polityczny. O sposobach wykorzystania emocji w dyskursie politycznym. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 9, 2, 164–183.
- Mroczo Franciszek (2012): Media w kreowaniu wizerunku instytucji systemu zarządzania kryzysowego. *Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości*, 20(4): *Zarządzanie operacyjne: Zarządzanie projektami i jakością w organizacjach biznesowych, publicznych i pozarządowych*, 235–246.
- Skowronek Bogusław (2013): *Mediolingwistyka. Wprowadzenie*. Kraków.
- Skowronek Bogusław (2014): Mediolingwistyka. Teorie. Metodologia. Idea. *Postscriptum Polonistyczne*, 2(14), 15–26.
- Sobczak Barbara (2011): Współczesna debata telewizyjna a konflikt destruktywny. *Prace Językoznawcze*, XIII, 241–253.
- Szkuclarek-Śmiechowicz Ewa (2016): Analiza dyskursywno-genologiczna nazw telewizyjnych programów publicystycznych w Polsce (2005–2015). *Prace Językoznawcze*, 18(3), 193–206.
- Szkuclarek-Śmiechowicz Ewa (2019): Medialne obrazy reprezentacji społecznych w dyskursach telewizyjnych (Superstacja vs TV Republika. W: Ciesek-Ślizowska Bernadetta, Duda Beata, Ficek Ewa, Sujkowska-Sobisz Katarzyna (red): *Reprezentacje świata w dyskursach (modele, obrazy, wizje)*. Katowice, 233–249.
- Śląska Magdalena (2017a): O roli bohatera w kreowaniu wywiadu prasowego (na przykładzie rozmów ze Sławomirem Mrożkiem). *Postscriptum Polonistyczne*, 1(19), 213–229.
- Śląska Magdalena (2017b): Typologie gatunków medialnych – przegląd stanowisk. *Forum Lingwistyczne*, 4, 15–29.
- Trutkowski Cezary (2000): *Spoleczne reprezentacje polityki*, Warszawa.
- Warchala Jacek (2017): Emocjonalizacja informacji. W: Hoffman Iwona, Kępa-Figura Danuta (red): *Współczesne media. Gatunki w mediach*, t. 1: *Zagadnienia teoretyczne. Gatunki w mediach drukowanych*. Lublin, 107–130.
- Warchala Jacek (2019): *Dialog potoczny a tekst*. Katowice.
- Witosz Bożena (2016): Kategoria dyskursu w polonistycznej edukacji akademickiej. W: Czachur Waldemar, Kulczyńska Agnieszka, Kumiega Łukasz (red.): *Jak analizować dyskurs? Perspektywy dydaktyczne*. Kraków, 19–40.

Źródła internetowe:

- CBOS (2019), Wiarygodność mediów, *Komunikat z badań*, 70, https://cbos.pl/SPISKOM.POL/2019/K_070_19.PDF (dostęp: 3.08.2020).
- IBRIS (2019), *Polacy ocenili rzetelność programów telewizyjnych*, https://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/sondaz-ibris-dla-onetu-polacy-ocenili-rzetelnosc-programow-telewizyjnych/lc2bez?utm_source=www.press.pl_viasg_wiadomosci&utm_medium=referal&utm_campaign=leo_automatic&src=ucs&utm_v=2 (dostęp: 3.08.2020).
- Kurdupski Michał (2020), *Program poradnikowy o koronawirusie w TVP Info śledzi 722 tys. widzów, w TVN24 – 522 tys., a w Polsat News – 273 tys.*, <https://www.wirtualnemediamedia.pl/artykul/programy-poradnikowe-o-koronawirusie-tvp-info-tvn24-polsat-news> (dostęp: 3.08.2020).
- TVP VOD (2020), *Koronawirus. Poradnik*, <https://vod.tvp.pl/website/koronawirus-poradnik,47141347#> (dostęp: 7.12.2020).
- Polsat (2020), *Specjalny program „Wszystko o koronawirusie” w Polsat News*, <https://www.polsat.pl/news/2020-03-13/specjalny-program-wszystko-o-koronawirusie-w-polsat-news/> (dostęp: 7.12.2020).