Małgorzata Rybka
Marta Wrześniewska-Pietrzak
Przemysław Wiatrowski
Katarzyna Zagórska
Małgorzata Kołodziejczak
Dagmara Świerkowska
Jacek Wyszyński

COVID-19
CZARNA SERIA CIĄGLE TRWA

Medialny obraz koronawirusa i jego oddziaływanie społeczno-polityczne

WYDAWNICTWO PSP
UAM

Małgorzata Rybka
Marta Wrześniewska-Pietrzak
Przemysław Wiatrowski
Katarzyna Zagórska
Małgorzata Kołodziejczak
Dagmara Świerkowska
Jacek Wyszyński

COVID-19 – czarna seria ciągle trwa. Medialny obraz koronawirusa i jego oddziaływanie społeczno-polityczne

Raport z monitoringu mediów
w ramach konkursu „Badania nad COVID-19”
Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Poznań 2021

PRACE INSTYTUTU FILOLOGII POLSKIEJ
UNIWERSYTETU IM. ADAMA MICKIEWICZA W POZNANIU

Redaktor Naczelna Wydawnictwa „Poznańskie Studia Polonistyczne”
Katarzyna Krzak-Weiss

Rada Wydawnicza
Alina Borkowska-Rychlewska, Dobrochna Dabert (przewodnicząca), Agnieszka Kula, Józef Malinowski, Tomasz Mika, Marek Osiewicz

Recenzenci tomu
dr hab. Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz, prof. UŁ
dr hab. Rafał Zimny, prof. UKW

Redakcja językowa i korekta
Stanisław Wójtowicz

Projekt okładki
Krzysztof Kowalski

Projekt typograficzny wnętrza i łamanie
Tomasz Kandziora

Badania i wydanie książki sfinansowane ze środków
Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
w ramach konkursu pn. „Badania nad COVID-19”.

© Copyright by Wydawnictwo „Poznańskie Studia Polonistyczne”,
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, 2021

ISBN 978-83-65666-93-2

Wydawnictwo „Poznańskie Studia Polonistyczne”
ul. Fredry 10, 61-701 Poznań
tel. 61 829 45 90
psp@amu.edu.pl, psp.amu.edu.pl

Spis treści

I. Wprowadzenie 5
II. Założenia metodologiczne 13
III. Kalendarium 21
1. Pierwszy okres (4.03.2020–1.04.2020) 21
2. Drugi okres (20.04.2020–17.05.2020) 25
3. Trzeci okres (15.06.2020–12.07.2020) 28
IV. Słowa kluczowe – sposoby nazywania koronawirusa 34
V. Cechy przekazów dziennikarskich o koronawirusie i COVID-19 69
1. Infrastruktura 69
2. Informacja 71
3. Synkretyzm gatunkowy 77
4. Tematyka 82
5. Speakerzy 105
6. Perswazyjność przekazu 111
VI. „Epidemia strachu". Emocjonalność przekazu telewizyjnego i prasowego o koronawirusie i COVID-19 118
1. Ogólny cel i zaplecze teoretyczne badań 118
2. Emocjonalność przekazu telewizyjnego – procedura badawcza 120
3. Emocjonalność przekazu telewizyjnego – wyniki badań 123
4. Emocjonalność przekazu prasowego – procedura badawcza 155
5. Emocjonalność przekazu prasowego – wyniki badań 156
6. Podsumowanie 165

VII. Komunikacja wizualna w medialnych przekazach telewizyjnych 166
1. Pandemiczny paraliż 167
2. Metaforyka białych kombinezonów 169
3. Statystyki w programach informacyjnych 172
4. Niewerbalne mechanizmy wywoływania strachu w odbiorcy 173
5. Relacje przestrzenne w materiałach dotyczących koronawirusa i COVID-19 176
6. Konstrukcje deiktyczne 178
7. Ograniczenia komunikacji niewerbalnej 179
VIII. Zakończenie 185
IX. Wykaz użytych skrótów 191
X. Wykaz rycin 192
XI. Wykaz wykresów 194
XII. Wykaz tabel 198
XIII. Wykaz przywoływanych prac 199
Summary 209

I. Wprowadzenie

Pierwszy przypadek koronawirusa odnotowano w Polsce 4 marca 2020 r., miesiąc wcześniej, 5 lutego 2020 r., rozpoczęła się kampania wyborcza, która trwała do 12 lipca 2020 r., czyli do II tury wyborów Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej. Od samego początku toczyła się ona w cieniu doniesień medialnych o rozprzestrzenianiu się wirusa SARS-CoV-2 w Chinach, Europie, w tym także w Polsce. Kreowany w mediach obraz świata wywierał wpływ na wiele sfer życia kolejnych społeczeństw. Na co dzień oddziałuje on na budowanie postaw, przekonań, stereotypów, ocen, a przez to sposób postępowania odbiorców medialnego obrazu świata. Pojawienie się pierwszych informacji o zakażonych koronawirusem budziło niepokój i potrzebę budowania różnych scenariuszy rozwoju sytuacji, natomiast rozpowszechnianie się wirusa, czego efektem była światowa epidemia COVID-19, odebrało poczucie bezpieczeństwa, zachwiało funkcjonowaniem wielu instytucji, wpłynęło na reguły życia społecznego, a nawet ograniczyło wolność jednostki. Z tego też względu ważne jest odczytanie tworzonego przez dyskurs medialny obrazu koronawirusa i świata w czasie pandemii. Środki masowego przekazu były dla społeczeństwa jednym z najważniejszych (o ile nie jedynym) źródłem informacji na temat wirusa wywołującego chorobę COVID-19 i nowych zasad życia społecznego. Tym samym dyskurs medialny nie tylko wpływał na społeczne zachowania, ale także wkroczył w kompetencje np. uczonych, lekarzy czy prawników.

Od początku epidemii w Polsce do 3 lipca 2021 r. zachorowało 2 880 215 osób (wszystkie zgłoszone pozytywne przypadki), zmarły 75 083 osoby,

wyzdrowiało 2 652 072 chorych, a pozostałe osoby nadal zmagały się z chorobą. W lipcu 2020 r. liczba zakażonych przekroczyła 50 000, jednak Polacy, którzy wcześniej przykładnie stosowali się do zasad dystansu społecznego wprowadzanych przez władze państwowe, w dużej części przestali je stosować i gromadzili się na spotkaniach przedwyborczych, wielu z nich udało się również wyjechać na wakacje. Jak donosiły media, miejscowości wypoczynkowe przeżywały oblężenie, a na uroczystościach rodzinnych, przede wszystkim ślubach, liczba gości często przekraczała dozwolone 150 osób. Zastanowić należy się nad przyczynami takiej zmiany. W prasie i telewizji pojawiały się stwierdzenia, że Polacy przestali się bać koronawirusa, że w wakacje nie myślą o związanych z nim zagrożeniach oraz że ratują polską gospodarkę. Przyczyn zmian zachowań społecznych można się doszukiwać we wcześniejszej modyfikacji sposobu kreowania medialnego obrazu świata (w tym obrazu epidemii). „Portal Tatrzański" (https://portaltatrzanski.pl/aktualnosci/) już na początku czerwca 2020 roku donosił, że „Po pandemii ruszają termy pod Tatrami!" (5.06.2020), „TPN po pandemii otwiera Centrum Edukacji Przyrodniczej" (8.06.2020), chociaż w tym samym czasie toprowcy podejrzewali u turysty koronawirusa i musieli zastosować specjalne procedury (8.06.2020), a Tatry Słowackie były niedostępne dla polskich turystów (10.06.2020). Koniec epidemii i wygraną z koronawirusem ogłosiły zatem niektóre media i premier Mateusz Morawiecki, natomiast specjaliści przewidywali, że wakacyjne „poluzowanie" spowoduje znaczący wzrost zachorowań jesienią. Wraz ze wzrostem systematycznie przekazywanej przez media wiedzy na temat koronawirusa i choroby COVID-19 zmniejszał się lęk przed zachorowaniem i miejsce informacji poświęconych epidemii zajmowały coraz liczniej wiadomości dotyczące działań władz, kampanii wyborczej, sytuacji ekonomicznej państwa i poszczególnych branż gospodarki. Zdawało się, że Polacy tłumnie odwiedzający stolicę Tatr mogli czuć się bezpiecznie. Przywoływany „Portal Tatrzański" w połowie wakacji informował o braku wolnych miejsc noclegowych i rekordowych liczbach turystów na szlakach górskich, ale inne media wzywały do zachowania dystansu społecznego. W tym samym czasie „Fakt.pl" zatytułował swój artykuł w następujący sposób: „Koronawirus w Polsce. Kolejne zakażenia i zgony. Czarna seria trwa..." (26.07.2020, https://tinyurl.com/27mjbmdc). Natomiast 2.08.2020 r. serwis informacyjno-publicystyczny Planeta.pl w artykule pod znamiennym tytułem „Czarna seria

trwa. Zaraza opanowuje Polskę" przekonywał: „Epidemia koronawirusa trwa w Polsce w najlepsze. [...] Koronawirus ciągle nie odpuszcza. W czasie gdy większość europejskich państw zaczyna mieć problem z drugą falą, my nie przeszliśmy jeszcze pierwszej – od kilku dni odnotowujemy ogromne liczby dziennych zdiagnozowanych zakażonych" (https://tinyurl.com/2kmpcj6u). Pięć dni później media informowały, że „Trwa czarna seria koronawirusa w powiecie jasielskim. 34. osoba zachorowała na COVID-19" (31.07.2020, https://tinyurl.com/496dcs74). Dopiero kilkanaście dni później „Portal Tatrzański" donosił o kolejnych zakażeniach, aż Tatry i Zakopane okazały się „żółtą strefą «wirusową» – Nowy Targ, Rabka, Szczawnica czerwoną" (20.08.2020, https://portaltatrzanski.pl/aktualnosci). 23.07.2020 Polskie Radio Kierowców w artykule pod tytułem: „USA: blisko 65 tys. zakażeń COVID-19 na dobę. Czarna seria trwa" (https://radiokierowcow.pl/artykul/2553974) raportowało, że dziewiąty dzień z rzędu w USA wykryto ponad 60 tys. przypadków COVID-19. To zderzenie doniesień o końcu epidemii, tłumach zarówno na wiecach wyborczych, jak i wypoczywających nad morzem i w górach z danymi ministerstwa o kolejnych zakażonych i zmarłych z powodu COVID-19, z medialnymi zapowiedziami nadciągającego jesienią lockdownu, braku łóżek dla chorych, dramatycznej sytuacji służby zdrowia sprawiło, że autorzy niniejszego raportu podjęli się rekonstrukcji medialnego obrazu koronawirusa. Badania dyskursu medialnego prowadzone były w ramach konkursu ogłoszonego przez Jego Magnificencję Rektora Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu Andrzeja Lesickiego. Tytuł projektu *COVID-19: Czarna seria ciągle trwa* nawiązuje do doniesień medialnych, ich nacechowania emocjonalnego i przedłużania się epidemii koronawirusa. Po wakacjach nastąpiły kolejne zapowiadane przez ekspertów medycznych fale zakażeń, pojawiły się nowe mutacje wirusa, ale także możliwość zaszczepienia się przeciw COVID-19. Obecnie zapowiada się czwartą falę i promuje szczepienia, które konsultant krajowy w dziedzinie chorób zakaźnych profesor Andrzej Horban uznał za środek ratujący życie, również gospodarcze i społeczne[1]. Z uwagi na nadal

1 A. Horban stwierdził: „Szczepienie jest środkiem ratującym życie. Środkiem również ratującym również naszą gospodarkę, naszą ekonomię i nasze stosunki społeczne" (https://www.gazetaprawna.pl/wiadomosci/kraj/artykuly/8202011,horban-szczepionka-koronawirus.html [dostęp: 3.07.2021]).

niewysoki odsetek osób zaszczepionych poprosił on – podobnie jak Minister Zdrowia Adam Niedzielski – o wsparcie w zachęcaniu do szczepień Kościół katolicki: „List pasterski wygłoszony z ambony w małych miejscowościach, tam, gdzie ludzie chodzą do kościoła, byłby na pewno skuteczny i pomocny" (TVN24, 2.07.2021)[2].

Epidemia niewątpliwie odcisnęła piętno na języku, którym opisuje się elementy nowej epidemicznej rzeczywistości, pojawiły się neologizmy, upowszechniły się pojęcia uważane dotychczas za wysoce specjalistyczne oraz nadano nowe znaczenia leksemom już istniejącym (Makowska 2021: 2). Słowami i wyrażeniami, które zyskały ogromną popularność[3], są nazwy okresu panowania choroby i samej infekcji: *pandemia*, *epidemia*, *zaraza*, *czas zarazy*, łańcuch *zakażeń*, *wirus*, *covid*, *koronawirus*, *korona*, *szczep*, *mutacja*; wyrazy związane z przymusowym ograniczeniem przemieszczania się i unikania bliskich, a później także bezpośrednich relacji z innymi: *kwarantanna*, *izolacja*, *lockdown*, *bezkontaktowy*, *dystans społeczny*, i związane z nimi: *zdalny*, *hybrydowy*, *zamrożenie gospodarki*, *odmrożenie gospodarki*, *wprowadzenie obostrzeń*, *luzowanie obostrzeń*, *koncerty online*, *wypłaszczanie krzywej*, jak również: *e-nauczanie*, *e-badania*, *e-recepty*, *teleporady*, *telekonsultacje*, *home office*, *praca zdalna*, *nauczanie zdalne*, *nauczanie hybrydowe*, *webinar*, *webinarium*, *godziny dla seniorów*. Pojawił się *pacjent zero*, a następnie rozróżniano pacjentów *pozytywnych*, czyli tych, u których stwierdzono zakażenie wirusem, *bezobjawowych* – pozytywnych, u których przebieg choroby był łagodny, i *negatywnych* – u których test nie wykazał zakażenia wirusem. Natomiast *ozdrowieniec* to według WSJP wyrażenie specjalistyczne z zakresu medycyny odnoszące się do 'osoby, u której ustąpiły objawy

2 Zob. też: https://www.pap.pl/aktualnosci/news%2C903316%2Cprof-andrzej-horban-list-pasterski-dotyczacy-szczepien-przeciw-covid–19 [dostęp: 3.07.2021].

3 Na obecność tych słów w wypowiedzi medialnej zwracają uwagę m.in. K. Szamryk: https://www.wrotapodlasia.pl/pl/wywiady/koronawirus-ubrany-w-slowa-czyli-wplyw-pandemii-na-nasz-jezyk-okiem-eksperta-z-uwb.html [dostęp: 30.06.2021]; J. Bralczyk: https://naukawpolsce.pap.pl/aktualnosci/news%2C82594%2Cprof-bralczyk-mam-nadzieje-ze-wiele-slow-zwiazanych-z-epidemia-nie-zostanie [dostęp: 30.06.2021]. Dowodem ich popularności jest występowanie wskazanych leksemów np. w plebiscycie na *Słowo Roku 2020*: https://dziendobry.tvn.pl/a/wybrano-slowo-dekady-i-slowo-roku–2020-na-co-glosowali-internauci (M. Łaziński: https://www.lsi-lublin.pl/informacje-rozne/wplyw-pandemii-koronawirusa-na–jezyk/ [dostęp: 30.06.2021]). Warto również zauważyć, że wiele z tych wyrazów odnotował już *Wielki słownik języka polskiego* (WSJP).

choroby zakaźnej, ale nie jest jeszcze całkiem zdrowa'. Małgorzata Gębka-Wolak zauważa, że:

> [...] *zgodnie z Ustawą o zapobieganiu oraz zwalczaniu zakażeń i chorób zakaźnych u ludzi ozdrowieniec to osoba, u której ustąpiły objawy choroby zakaźnej, ale ze względu na specyfikę choroby powinna zachować zasady reżimu sanitarnego przez około 7 dni. Osoba wychodzi ze szpitala, jeśli test wykonany dwukrotnie w odstępie 24 godzin, miał wynik negatywny*. W dyskursie niespecjalistów wyrażenie to bywa natomiast odnoszone do osoby zdrowej, a więc jest traktowane jak synonim jednostki *zdrowy* lub *wyleczony*, co może powodować nieporozumienia komunikacyjne. *Ozdrowieńcowi* bliżej natomiast do *wyzdrowieńca*, jednostki nieobecnej w słownikach współczesnej polszczyzny, notowanej zaś w opublikowanym w 1861 roku *Słowniku wileńskim* z objaśnieniem 'człowiek do zdrowia przychodzący'. Godne uwagi jest to, że jednostka ta po latach nieobecności w polszczyźnie ponownie jest poświadczana w uzusie, por. *Głównym celem programu jest opracowanie oraz wdrożenie komplementarnych projektów, działań i przedsięwzięć, które mają wesprzeć powrót wyzdrowieńców do życia społecznego, zwłaszcza na rynek pracy*. Przykład ten pokazuje, że do opisywania nowej sytuacji pozajęzykowej wykorzystujemy także „leksykalne archiwum" (Gębka-Wolak 2021).

Poza przywołanymi już leksemami i wyrażeniami *testy na obecność koronawirusa*, *testy antygenowe* i *testowanie*, słowami często używanymi w różnych dyskusjach medialnych, a nawet wywołującymi emocje były: *tarcza* (*antykryzysowa*) (307[4], pierwsze wystąpienie 19.03.2020[5], RZ), *zakażenie koronawirusem* (283, pierwsze wystąpienie 3.03.2020, RZ), *rękawiczki* (259, pierwsze wystąpienie 6.03.2020, SE), *restrykcje* (222, pierwsze wystąpienie 9.03.2020, RZ), *żółta/czerwona strefa* (193, pierwsze wystąpienie 2.03.2020, RZ), *szczepionka* (142, pierwsze wystąpienie 3.03.2020, GW), *podstawa prawna*

4 Podawane w nawiasach liczby oznaczają sumę artykułów w badanych w ramach projektu tekstach z „Rzeczpospolitej" (RZ), „Gazety Wyborczej" (GW), „Faktu" (F) i „Super Expressu" (SE), w których pojawiło się dane słowo/fraza.

5 Data odnotowania pierwszego wystąpienia danego słowa lub frazy w analizowanych w ramach projektu tekstach prasowych.

(136, pierwsze wystąpienie 2.03.2020, RZ), *nakaz* (115, pierwsze wystąpienie 5.03.2020, RZ), *maseczki ochronne* (114, pierwsze wystąpienie 6.03.2020, GW), *przestrzeń publiczna* (94, pierwsze wystąpienie 5.03.2020, GW), *przyłbice* (92, pierwsze wystąpienie 9.03.2020, RZ), *dezynfekcja* (85, pierwsze wystąpienie 2.03.2020, SE), *ognisko koronawirusa* (58, pierwsze wystąpienie 3.03.2020, F), *na mocy rozporządzenia* (56, pierwsze wystąpienie 18.03.2020, SE), *zarażenie/zakażenie drogą kropelkową* (56, pierwsze wystąpienie 3.03.2020, SE), *wymaz* (48, pierwsze wystąpienie 2.03.2020, GW), *reżim sanitarny* (42, pierwsze wystąpienie 3.03.2020, SE), *dezynfekcja rąk* (39, pierwsze wystąpienie 2.03.2020, SE), *kontakt z osobą zakażoną* (36, pierwsze wystąpienie 10.03.2020, GW, SE), *zaszczepić* (25, pierwsze wystąpienie 4.03.2020, RZ), *osocze* (14, pierwsze wystąpienie 13.03.2020, RZ), *stan epidemiologiczny* (11, pierwsze wystąpienie 28.03.2020, GW), *zasłanianie ust i nosa* (11, pierwsze wystąpienie 8.04.2020, SE), *szpital jednoimienny* (9, pierwsze wystąpienie 28.03.2020, GW), *szpital tymczasowy* (6, pierwsze wystąpienie 11.03.2020, GW).

Wyrażenie *tarcza antykryzysowa* odnosiło się do działań mających na celu łagodzenie gospodarczych skutków pandemii oraz wsparcie różnych dziedzin kultury. Pewne wyrażenia pojawiały się incydentalnie w mediach, jak np. *chmura wirusowa*, *zombie-kolejki*, *trikini*; inne były często używane przez pewien czas, a następnie pojawiały się tylko sporadycznie (*korona-challange*, *narodowa kwarantanna* [15], *antymaseczkowcy*), a inne są stale obecne (*nowa normalność* [19], *antyszczepionkowy*, *antyszczepionkowcy*). Diagnozując stan polszczyzny podczas pandemii, Małgorzata Gębka-Wolak stwierdziła:

> Nasycenie komunikatów medialnych fachowymi i urzędowymi określeniami niewątpliwie zmniejsza ich komunikatywność, por. [...] *leczyć pacjentów z koronawirusem osoczem ozdrowieńców, ministerstwo zdrowia zwiększa bazę łóżek szpitalnych na wszystkich poziomach zabezpieczenia szpitalnego*, a zarazem może potęgować grozę sytuacji i budzić strach (Gębka-Wolak 2021).

Agnieszka Cierpich-Kozieł w artykule *Koronarzeczywistość – o nowych złożeniach z członem „korona-" w dobie pandemii* (2020) wyróżniła pięćdziesiąt dwa leksemy z członem „*korona-*", zaznaczając jednocześnie, że ich pojawianie się to żywy proces, w związku z czym liczba tego typu derywatów

z czasem może się zwiększyć[6]. W mediach można było się spotkać z takimi neologizmami, jak: *koronatime*, *koronaparty*, *koronateam*, *koronaspotkanie*, *koronaśmierć*, *koronawizyta*, *koronamajówka*, *koronagrill*, *koronakryzys*, *koronawakacje*, *koronasceptyk*[7] . Niektóre z nich mają więcej niż jedno znaczenie, jak np. *koronacelebryta*, czyli 'celebryta zakażony koronawirusem' lub 'celebryta, który nie wierzy w istnienie koronawirusa, podważa naukowe fakty, publicznie głosi, że pandemię zaplanowano odgórnie (plandemia), namawiając do protestów antykowidowych, antyszczepionkowych'; może być on określany również jako *covidiota* albo *wirusowątpiący*. Niejednokrotnie pojawia się także *koronaświrus*, tzn. 'pogardliwie o osobie popadającej w panikę związaną z odczuwaniem zagrożenia epidemią koronawirusa, zachowującej środki ostrożności w sposób przesadny'; tak charakteryzowana kobieta

6 M. Gębka-Wolak (2021) zwraca uwagę, że w polszczyźnie w wyniku procesu neosemantyzacji wykształciły się dwie odrębne jednostki *korona* oznaczające: 1) 'chorobę COVID-19 (wywoływaną przez jedną z odmian koronawirusa), która w 2020 roku spowodowała wybuch pandemii' (WSJP); 2) 'okres pandemii, czasy koronawirusa'. Obie jednostki występują w polszczyźnie potocznej.

7 Próby definiowania nowych leksemów podejmują nie tylko lingwiści, ale także autorzy blogów, publicyści. Układano różnego rodzaju rankingi, np. 15 najczęściej pojawiających się neologizmów powstałych w 2020 r., albo wybierano słowo miesiąca. Na zamiany dokonujące się w najnowszej polszczyźnie i dyskursie medialnym w swoich projektach badawczych zwracają uwagę też studenci poznańskiej polonistyki i literatury powszechnej, analizując nie tylko neologizmy pojawiające się w mediach, ale także sprawdzając za pomocą ankiet, które ze związanych z pandemią słów i wyrażeń pojawiających się w wypowiedziach ekspertów medycznych i polityków zostały zauważone przez rodzimych użytkowników polszczyzny oraz które z nich przeniknęły do ich języka. Najczęściej pojawiające się odpowiedzi to: *lockdown*, *koronaświrus*, *koronasceptycy*, *teleporada*, *e-recepty*, *e-porady*, *e-spotkanie*, *e-lekcje*, *koronaferie*, *koronaparty*, *karetka*, *kwarantanna*, *nowa normalność*, *w czasach zarazy*, *dystans społeczny*, *obostrzenia*, *choroby towarzyszące* (dane z projektu: *Język polski a pandemia koronawirusa* Igi W. Jasińskiej i Artura Efemberga). Studenci badają także dyskurs medialny i pokazują przykłady wykorzystania metafory pojęciowej: ZARZĄDZANIE PANDEMIĄ TO WOJNA, OCHRONA ZDROWIA TO CHORY PACJENT, natomiast relacja między ochroną zdrowia i państwem jest przedstawiana jako PATOLOGICZNY ZWIĄZEK MIĘDZYLUDZKI (z pracy *Konceptualizacja pandemii, ochrony zdrowia i polityki w felietonach Marty Faleckiej* Michała Warteckiego i Mateusza Rybarskiego). Najmłodsi badacze interesują się również tym, w jaki sposób polscy celebryci i influencerzy wypowiadają się na temat epidemii koronawirusa, a także tym, czy wybór stosowanych przez nich środków perswazyjnych zależy od nastawienia nadawcy wobec pandemii (projekt *Celebryci i influencerzy w dyskursie covidowym* Julii Stelmach, Sary Radtke i Agnieszki Całki). Zob. np. https://nadwyraz.com/blog/blog-ubierz-sie-w-slowa/koronamowa-czyli-neologizmy-powstale-w–2020-r-w-zwiazku-z-pandemia-slownik-slow-covidowych [dostęp: 13.03.2021]; https://www.miejski.pl/slowo-korona%C5%9Bwirus [dostęp: 13.03.2021]; M. Stawikowska, *Covidowy alfabet: od „a" jak Antonow do „z" jak Zoom. Czym koronawirus zaraził polszczyznę?*, https://www.newsweek.pl/polska/alfabet-covidowy-i-pandemia-koronawirusa-covid–19-jak-covid-zmienil-nasz-jezyk/srk88hd [dostęp: 15.05.2021].

nosząca maseczkę nazwana bywa również *covidówą*. *Koronaświrus* to także ‘osoba oglądająca i czytająca wszelkie artykuły i wiadomości dotyczące pandemii’, poddająca się *infodemii*, czyli ‘panice i dezinformacji czasu pandemii COVID-19’[8]. W pierwszych tygodniach badanego zakresu czasowego *koronaświrus* to także ‘ktoś, kto wykupuje duże zapasy artykułów spożywczych i higienicznych’. *Koronaświrus* może też być prześmiewczym synonimem *koronawirusa*, wyrażającym stosunek do obecnej sytuacji – zachwiania dotychczasowego ładu na całym świecie.

8 Wydaje się, że słowa *koronaświrus* używają również osoby niewierzące w epidemię na określenie tych, którzy w ogóle stosują się do zasad.

II. Założenia metodologiczne

Podstawowymi naukowymi celami projektu[9], którego raport jest jednym z efektów, były:

1) zrekonstruowanie zawartego w dyskursie medialnym (w wypowiedziach dziennikarzy, polityków i ekspertów) obrazu koronawirusa i świata w czasie pandemii;
2) sprawdzenie, w jakim stopniu i pod wpływem jakich czynników obraz obecny w mediach od marca 2020 r. ulegał zmianie;
3) próba zidentyfikowania elementów dyskursu medialnego, które wskazywałyby na to, że ewolucja medialnego obrazu koronawirusa i epidemii wpływała na postawy i zachowania społeczne;
4) identyfikacja i pogłębiona analiza dyferencji w funkcjonowaniu poszczególnych elementów obrazu koronawirusa w wypowiedziach heterogenicznych podmiotów politycznych i dziennikarzy, specjalistów, różnic wynikających z odmiennych orientacji politycznych, postaw oraz zachowań społecznych i językowych podmiotów.

Na podstawie literatury przedmiotu (wyniki badań prowadzonych w Polsce i za granicą) autorzy niniejszego opracowania sformułowali tezę o wpływie medialnego obrazu świata na zachowania polityczno-społeczne (Bartes 2006; Hopfinger 2013; Kozłowska 2016), w związku z tym podjęli próbę odtworzenia medialnego obrazu (Hofman, Kępa-Figura 2009; Nowak,

9 Badania zostały sfinansowane z konkursu pn. „Badania nad COVID-19" ze środków Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

Tokarski 2007; Przywara 2012) COVID-19, który mógł mieć wpływ na zachowania, postawy i wybory, jakich dokonywało polskie społeczeństwo w czasie epidemii w kampanii prezydenckiej (4.03.2020–12.07.2020).

Nowatorstwo teoretyczno-metodologiczne niniejszego projektu wyraża się w próbie integrującego połączenia, po pierwsze, różnego typu badań lingwistycznych: nad dyskursem medialnym (Piekot 2006; Witosz 2016; Gajda 2010; Kita, Ślawska 2012; Kita, Ślawska 2013; Skowronek 2016; Zagórska 2018), obrazem świata (Bartmiński 2006), perspektywą aksjologiczną (Kucznik, Zipfel 2000; Wrześniewska-Pietrzak 2017), emocjonalnością przekazu i związanym z nią pobudzeniem zbiorowych emocji (Dawidson, Ekman 2002; Nowakowska-Kempna 2000; Wiatrowski 2010) oraz wpływem emocjonalnego nacechowania wypowiedzi na zachowania społeczne (Grabias 2001); po drugie, językoznawstwa z podejściem reprezentowanym przez nauki polityczne (Stępińska 2004; Kłodziejczak 2012). Badania prowadzone w Polsce i Europie pokazały, że media mogą sprzyjać populistom (Burda 2012; Przyłęcki 2012) m.in. przez podejmowanie określonych tematów oraz częstotliwość ich podejmowania, w związku z tym w ramach projektu zostały odtworzone reguły, którymi kierują się poszczególne media przy doborze zdarzeń i tematów prezentowanych odbiorcom, a także ich powiązanie ze sposobem relacjonowania przebiegu epidemii i strategiami komunikacyjnymi, które stosują podmioty polityczne, w tym populistyczne (czyli mediatyzacja populizmu politycznego – Goban-Klas 2011; Ożóg 2006; 2008b; 2013). Potrzeba współpracy pomiędzy przedstawicielami różnych dyscyplin jest szczególnie wskazana w wypadku badań nad medialnym obrazem świata – jego uwarunkowaniami i znaczeniem społecznym, w tym językiem polityki i komunikowaniem się wspólnot (Grzelak 2019). Jak się jednak wydaje, dotychczas była ona jedynie postulowana (Pisarek 2003). Proponowany projekt wpisuje się w badania związane ze społecznymi skutkami pandemii, a upowszechnienie wyników badań oraz przeprowadzenie warsztatów dla dziennikarzy i nauczycieli oraz praca z uczniami powinny wpłynąć na świadome podejmowanie decyzji przez odbiorców mediów i ograniczyć negatywne skutki społeczne pandemii.

Od dekady w badaniach humanistycznych coraz częściej pojawia się tematyka nowych chorób. W roku 2020 koncentrowała się na początkach diagnozowania COVID-19 oraz zagrożeniu pandemią. Agnieszka Piela przypomina

konteksty historyczne zarazy (Piela 2020), natomiast Magdalena Hodalska opisuje najwcześniejsze przesłanki dotyczące koronawirusa:

> Pierwsze przypadki zachorowań na nową chorobę zakaźną pojawiły się w listopadzie 2019 roku w Chinach, w prowincji Wuhan, która w grudniu 2019 roku objęta została kordonem sanitarnym. 31 grudnia 2019 roku chińskie władze powiadomiły Światową Organizację Zdrowia o gwałtownym rozprzestrzenianiu się nowego koronawirusa, który w styczniu 2020 dotknął już mieszkańców innych prowincji w Chinach i w Korei Południowej. Pod koniec stycznia ogniska zachorowań odnotowano w Iranie i we Włoszech. 13 marca 2020 roku WHO podało, że epicentrum pandemii koronawirusa stała się cała Europa (Hodalska 2020b: 340).

Ponadto Hodalska zbadała zjawisko koronahumoru oraz internetowych, pandemicznych żartów (2020a), uznając je za „tarczę antydepresyjną" (2020b). Stanowią one swoiste antidotum na retorykę strachu, obecną już w relacjach na temat ptasiej i świńskiej grypy (Hodalska 2018). Medialnością epidemii i tak sprofilowanymi przekazami autorka zajmowała się wcześniej (Hodalska 2014), a w 2020 r. przyglądała się obecności w nich koronawirusa:

> Choroby zakaźne, niestety, są bardzo medialne: pełne dramatycznych historii, przerażających liczb i opisów, walki bohaterów, napięcia i sensacyjnych zwrotów akcji. To sprawia, że COVID-19, który zagraża obecnie mieszkańcom sześciu kontynentów, jest na pierwszych stronach gazet i na czołówkach serwisów na całym świecie. W ciągu miesiąca liczba publikacji dotyczących SARS-CoV-2 tylko w polskich mediach przekroczyła milion (*Press-Service Monitoring Mediów* 2020) (Hodalska 2020b: 349).

Podobne badania prowadził m.in. Krzysztof Flasiński (2020), analizując tematykę związaną z Kościołem i wiernymi na podstawie internetowego serwisu „Gazety Wyborczej" w okresie pandemii COVID-19, wyłaniając słowa kluczowe według frekwencyjności ich występowania w materiale badawczym. Głównym tematem analizowanych newsów był rozwój

pandemii COVID-19 i jej skutki dla życia duchowego wierzących czytelników oraz zachęta do wspierania organizowanych przez instytucje kościelne akcji dla potrzebujących (Flasiński 2020: 85).

Pojawienie się pierwszych informacji o zakażonych SARS-CoV-2 w Polsce początkowo budziło niepokój. Bardzo szybko epidemia koronawirusa stała się nie tylko najważniejszą wiadomością, ale też przyczyną wprowadzanych zmian w życiu społecznym i łatwym uzasadnieniem wielu zachowań ludzkich. By zrekonstruować medialny obraz / medialne obrazy koronawirusa, analizie zostały poddane wysokonakładowe, a równocześnie mające czytelników z różnych grup społecznych dzienniki: „Gazeta Wyborcza", „Fakt. Gazeta Codzienna", „Super Express" „Rzeczpospolita", a także telewizyjne programy informacyjne, tzn. główne wydania serwisów informacyjnych: „Wiadomości" (TVP), „Wydarzenia" (Polsat), „Fakty" (TVN)[10]. Z nich zostały wyekscerpowane materiały zawierające słowa kluczowe (*COVID-19*, *SARS-CoV-2*, *koronawirus*, *wirus*, *pandemia*, *epidemia*, *szczepionka*) i pochodzące z kilku przedziałów czasowych, reprezentujących różne fazy związane z rozprzestrzenianiem się koronawirusa i sytuacją społeczno-polityczną w kraju. Wstępne wyniki badań przeprowadzonych na potrzeby tego projektu pozwoliły na wyróżnienie trzech czterotygodniowych przedziałów czasowych: 4.03.–1.04.2020, 20.04.–17.05.2020, 15.06.–12.07.2020.

Zebrany korpus tekstowy opracowano pod kątem:

1) ekstrakcji elementów składowych (słów kluczy) narracji o koronawirusie w wypowiedziach wybranych podmiotów politycznych, dziennikarzy oraz specjalistów w Polsce;
2) odczytania obecnego w dyskursie medialnym obrazu koronawirusa, a także obrazu rzeczywistości w czasie epidemii COVID-19;
3) relacji między obecnym w danym medium obrazem Polski w okresie pandemii a kontekstem społeczno-politycznym, m.in. zachowaniem ogółu społeczeństwa w poszczególnych okresach pod wpływem prezentowanego przez media obrazu świata w ogólności, a epidemii wywołanej przez COVID-19 w szczególności;
4) wartościowania pojęcia *koronawirus* i synonimów tego leksemu w przekazie medialnym, co ma wpływ na odbiór społeczny;

10 Wyniki raportu opracowanego przez MediaCom (GroupM) na temat zachowań konsumentów oraz prognozy dotyczącej ewolucji konsumpcji mediów w związku z rozprzestrzenianiem się COVID-19 potwierdzają, że od marca 2020 nastąpił znaczący wzrost oglądalności telewizji, w tym stacji informacyjnych (Borzdyńska 2020: 167).

5) stopnia emocjonalności przekazu i znaku wartości emocji, jakie taki sposób informowania wywołuje (m.in. agresja językowa);
6) identyfikacji i pogłębionej analizy wskazanych różnic w funkcjonowaniu treści na temat koronawirusa i epidemii w wypowiedziach poszczególnych podmiotów politycznych, dziennikarzy i specjalistów oraz wykazania podłoża występującej niekompatybilności (posiadana wiedza, intencja komunikacyjna, odmienna orientacja polityczna, postawa i zachowania społeczne oraz język podmiotów).

Metodologicznie projekt sytuuje się na pograniczu językoznawstwa (w tym socjolingwistyki), komunikacji medialnej oraz nauk politycznych. Analizie zostały poddane wypowiedzi wybrane z głównych telewizyjnych serwisów informacyjnych i artykułów w dziennikach. Rekonstruowanie obrazu COVID-19 i systemu aksjologicznego wpisanego w poszczególne wypowiedzi medialne (Bauer, Chudziński 2000) oraz ich nacechowania emocjonalnego przeprowadzono przy wykorzystaniu uzupełniających się: kognitywizmu (Langacker 2004; Lakoff, Johnson 1988), lingwistyki kulturowej (Wierzbicka 2007; Bartmiński 2009; Tokarski 1991), językoznawstwa aksjologicznego (Laskowska 2007a; 2007b), gdyż język (znak językowy) odnosi się do mentalnych reprezentacji rzeczywistości, tzn. obraz świata ukształtowany jest w świadomości mówiącego w wyniku doświadczeń percepcyjnych i kulturowych (Kubiński 2014). Lingwistyka kulturowa, łącząc zaś semantykę z pragmatyką (Bralczyk 2004; Bralczyk, Majkowska 2000; Bralczyk, Mosiołek-Kłosińska 2001) i teorią tekstu/dyskursu (Duszak 1998; Witosz 2016; Wojtak 2004), uznaje, że, z jednej strony, język jest składnikiem kultury, z drugiej zaś – kultura jest zawarta w języku, zatem język wypowiedzi medialnych na temat koronawirusa i sytuacji podczas epidemii jest interpretacją świata podczas epidemii, odbiciem wiedzy i zbiorowych doświadczeń, wyznawanych poglądów i systemów wartości członków wspólnoty komunikacyjnej danej społeczności i poszczególnych jednostek. Nurt kognitywny interpretuje te zjawiska w sposób dynamiczny, tzn. fakty językowe są odzwierciedleniem procesów poznawczych, a nurt kulturowy – bardziej statycznie – jako językowo utrwalone efekty tych procesów. Językowy obraz świata jest utrwalony w znaczeniach słów, ich etymologii, wynika z ich łączliwości leksykalnej, frazeologizmów, metafor i metonimii pojęciowych (Bartmiński 2006; Tokarski 2001). Znajduje swoje odbicie w semantycznej strukturze tekstów, m.in. w treściach presuponowanych

i implikowanych. Pojęcia *wirus*, *koronawirus*, *COVID-19*, *epidemia*, *pandemia* są rozmaicie konceptualizowane, co związane jest z subiektywną strukturą pojęciową odpowiadającą danemu, często potocznemu sposobowi widzenia świata oraz wpływowi kontekstu (społeczno-politycznego, fizycznego i językowego). Zbadanie kontekstu, w jakim nazwy te występują w poszczególnych wypowiedziach medialnych, ich miejsca w tekście (nagłówek, lid, pasek w serwisach informacyjnych, tekst główny), wskazanie relacji między słowem a obrazem (Hopfinger 2013), a także wartości, z jakimi najczęściej się wiążą, jak również stereotypów i konotacji kulturowych (Buława 2008), odwołujących się do systemów wartości, norm i ocen, wzorców osobowych, przyczyni się do odtworzenia ich językowego i medialnego obrazu. Podczas analiz istotne było także określenie roli komponentów afektywnych, które mają wpływ m.in. na powstawanie mowy nienawiści (Kamińska-Szmaj 2007; Taras 2013), a ponadto ustalenia semantyki intencjonalnej (intencja odnoszenia się nadawcy do konkretnych elementów przez wypowiedziane/napisane słowa) oraz semantyki Kripkego-Putnama (odwołanie się nie do intencji nadawcy, ale do społecznej praktyki posługiwania się danym słowem [Matczak 2008]).

Ryc. 1. Widok interfejsu CAST

W niniejszym badaniu zostały zastosowane również metody analizy ilościowej zawartości przekazów, dzięki czemu możliwe stało się np. określenie częstotliwości pojawiania się określonych wątków oraz osób, liczby wystąpień oraz czasu i miejsca pojawienia się omawianej kwestii.

W badaniu wykorzystano CAST (Content Analysis System for Television) – komputerowy system wspomagający analizę zawartości mediów stworzony na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Umożliwia on jednoczesne odbieranie kilkuset kanałów telewizyjnych i propagowanie ich w sieci komputerowej dzięki technologii streamingu multicastowego. System od 2014 r. rejestruje następujące kanały: TVP1, TVP2, TVN, Polsat, TVN24 oraz TVP INFO. Tak obszerny materiał badawczy umożliwia badania *ex post* i prowadzenie szerokich studiów porównawczych, dając niespotykany wcześniej dostęp do programów telewizyjnych. Każdy materiał automatycznie otrzymuje anotację generowaną na podstawie danych EPG (Electronic Program Guide), w tym: tytuł audycji, krótki opis, nazwę kanału, datę nadania, czas trwania etc. Ponadto CAST umożliwia transkrybowanie mowy na tekst, co ułatwia wyszukiwanie określonych audycji.

Dostęp do systemu możliwy jest z poziomu przeglądarki www, co pozwala w elastyczny sposób prowadzić proces kodowania, użytkownicy mogą bowiem pracować na dowolnym komputerze z dostępem do Internetu. CAST pozwala stworzyć formularz badania, w którym opisuje się poszczególne jednostki analizy. Ułatwia to proces kodowania – lista analizowanych audycji, klucz kategoryzacyjny i odtwarzacz wideo wyświetlane są w pojedynczym oknie przeglądarki.

Zastosowano hybrydową jednostkę analizy. Z jednej strony zespół rozpatrywał pojedyncze newsy[11], w których została wspomniana pandemia. Z drugiej strony w procesie kodowania wyróżniano wypowiedzi przedstawione w powyższych newsach. Klucz kategoryzacyjny został przygotowany zgodnie z tym założeniem.

Sekcja *News* zawiera kryteria używane w analizie newsów, podczas gdy sekcja *Mówca* odnosi się do poszczególnych wypowiedzi. Klucz został zaimplementowany w CAST, co pozwoliło na sprawną pracę koderów. Dzięki utrzymywaniu stałego kontaktu pomiędzy członkami zespołu za pomocą

11 *News* to relacja o wydarzeniu (Palczewski 2011: 54).

Microsoft Teams wszelkie wątpliwości, które pojawiały się w trakcie procesu kodowania, były natychmiast rozstrzygane. Wszyscy koderzy wzięli udział w badaniu pilotażowym, a następnie w spotkaniach, podczas których wypracowano ostateczny kształt klucza. Uczestnictwo w tym etapie projektu zapewniło wysoki poziom zrozumienia operacjonalizacji przez zespół badawczy. Powyższe czynniki pozwoliły na osiągnięcie bardzo wysokiej koherencji danych wyjściowych. Na zakończenie tego etapu badań dane zostały wyeksportowane w postaci pliku csv, co pozwoliło na ich wykorzystanie w etapie kolejnym, czyli interpretacji danych statystycznych.

Ryc. 2. Książka kodowa w systemie CAST

Baza tekstów poddanych obserwacji została przygotowana i udostępniona przez Press-Service Monitoring Mediów (https://psmm.pl/). Wyselekcjonowany materiał badawczy wyekscerpowano z dzienników takich jak: „Gazeta Wyborcza", „Rzeczpospolita", „Fakt. Gazeta Codzienna" oraz „Super Express". Z artykułów opublikowanych w wybranych do analizy okresach zostały wykorzystane tylko te, które zawierały co najmniej jedno z następujących słów kluczowych: *koronawirus*, *COVID-19*, *COVID*, *epidemia*, *pandemia*, *wirus*, *SARS-COV-2*. Otrzymany w ten sposób materiał był poddawany analizie ilościowej i jakościowej, co pozwoliło porównać sposoby nazywania i obrazowania koronawirusa w prasie i programach informacyjnych, a także obecne w nich emocje związane z polem leksykalnym STRACHU. W tym miejscu warto dodać, że przeszukiwanie bazy tekstów prasowych, a także określanie liczby wystąpień wybranych leksemów przygotowywano z wykorzystaniem oferowanej przez firmę Press-Service Monitoring Mediów aplikacji Inforia, będącej nowoczesnym narzędziem do monitoringu mediów i analiz medialnych[12].

12 Zob. więcej https://psmm.pl/aplikacja-inforia/.

III. Kalendarium

Warto przypomnieć, o jakich ważnych wydarzeniach związanych z epidemią i wyborami prezydenckimi w Polsce oraz o jakich danych liczbowych w wyróżnionych okresach 2020 roku donosiły media. Dobór wydarzeń i wypowiedzi przywołanych w kalendarium związany jest z częstością pisania i mówienia o nich w mediach, dlatego np. wspomina się o zakażeniu koronawirusem Adama Małysza, o czym donosiły wszystkie serwisy informacyjne i większość tytułów prasowych (12 artykułów w badanym przez nas materiale). Media cytowały wypowiedzi skoczka[13], a pomijały informacje o zakażeniu wielu innych osób, podając jedynie dane statystyczne. W newsach informujących o kolejnych zdarzeniach pojawiało się co najmniej jedno z kluczowych słów odnoszących się do koronawirusa lub wywoływanej przez niego choroby.

1. Pierwszy okres (4.03.2020–1.04.2020)

Pierwszy okres można określić jako stan zagrożenia epidemicznego i początek stanu epidemii. W okresie tym w Polsce pojawił się pierwszy przypadek

13 W „Rzeczpospolitej" np. można było przeczytać: „Były skoczek, a obecnie dyrektor w Polskim Związku Narciarskim, miał pozytywny wynik testu na COVID-19. Wykonał go po tym, jak dowiedział się, że jedna z osób, z którą miał w ostatnich dniach kontakt, jest zakażona. «Na szczęście na razie choroba przebiega bezobjawowo. Mam nadzieję, że tak będzie do wyzdrowienia» napisał na Facebooku" (RZ 23.06.2020).

zakażenia nowym koronawirusem (04.03.2020), zakazano wywozu z kraju leków przeciwbólowych, przeciwgorączkowych i przeciwwirusowych oraz maseczek (6.03.2020), rząd odwołał imprezy masowe (9.03.2020), wprowadzono pierwsze (10.03.2020), a następnie drugie i trzecie obostrzenia (24.03.2020, 31.03.2020), zawieszono aktywność instytucji kulturalnych. Polska Ekstraklasa wstrzymała rozgrywki. Po śmierci pierwszej ofiary koronawirusa (12.03.2020) zdecydowano się wprowadzić stan zagrożenia epidemicznego, jak również ograniczono dopuszczalną liczbę wiernych uczestniczących w nabożeństwach do 50 osób (13.03.2020). Episkopat zwrócił się z prośbą do biskupów, aby wydawali dyspensę dla wszystkich, którzy z powodu epidemii nie chcą lub nie mogą uczestniczyć w nabożeństwach i zachęcał do uczestnictwa w mszach transmitowanych w mediach (14.03.2020). Zamknięto granice Polski dla ruchu lotniczego oraz kolejowego (15.03.2020), przeprowadzono akcję #LOTdoDomu, dzięki której ok. 55 000 Polaków wróciło do kraju, gdzie musieli poddać się czternastodniowej kwarantannie. Po czternastu dniach wyzdrowiał polski pacjent zero. 20 marca 2020 r. oficjalnie ogłoszono epidemię, 10 dni wcześniej władze Poznania rekomendowały zamknięcie wszystkich szkół, przedszkoli i żłobków, dopiero 25 marca 2020 r. nieczynne były wszystkie szkoły w Polsce, w związku z tym lekcje odbywały się zdalnie, również uniwersytety przeszły na nauczanie zdalne (11.03.2020 zawieszono zajęcia na UAM). Sejm uchwalił zmiany w regulaminie umożliwiające posiedzenia i głosowania zdalne (26.03.2020). Wiceminister zdrowia Józefa Szczurek-Żelazko wysłała do lekarzy pełniących funkcję konsultantów krajowych pismo, w którym zakazała im wypowiadania się w mediach na temat koronawirusa (27.03.2020). Sejm przegłosował zmiany w kodeksie wyborczym. Wprowadzona poprawka zakładała, że głosować korespondencyjnie będą mogli wyborcy „podlegający w dniu głosowania obowiązkowej kwarantannie, izolacji lub izolacji w warunkach domowych", a także ci, „którzy najpóźniej w dniu wyborów skończyli 60 lat" (28.03.2020). Dzień później Małgorzata Kidawa-Błońska zawiesiła swoją kampanię wyborczą, a Sejm przyjął projekt tarczy antykryzysowej.

Wprowadzane w Polsce kolejne restrykcje ograniczały działalność hoteli, podróże i możliwość wychodzenia z domu na zewnątrz do sytuacji niezbędnych, zmniejszały liczbę osób uczestniczących w zgromadzeniach (aż do pięciu podczas nabożeństw), zamykały parki, bulwary i plaże, a także salony fryzjerskie i kosmetyczne; wprowadzały obowiązek zachowania

2 metrów odległości od innych osób oraz zakazywały dzieciom poniżej osiemnastego roku życia opuszczania domu bez opiekuna. Ulice polskich miast były niemal całkowicie opustoszałe. Nakazano zachowywanie podczas spacerów zasad ograniczenia kontaktów międzyludzkich. Onet 1 kwietnia 2020 r. podał, że „Koronawirus całkowicie dominuje w mediach". Zainteresowanie pandemią było tak ogromne, że np. strona główna Onetu odnotowała w marcu 2020 r. najlepsze wyniki oglądalności w historii. Porównywalna liczba czytelników wystąpiła wcześniej tylko raz – w tygodniu po katastrofie smoleńskiej[14].

W dniu pojawienia się w Polsce pacjenta zero we Włoszech było już ponad 3 600 przypadków, w Austrii – 42, w Niemczech – 240, we Francji – 285, w Wielkiej Brytanii – 87, w USA – 159, a w Chinach ponad 80 000. Włochy zamknęły wówczas szkoły i uczelnie wyższe, a mecze Serie A odbywały się bez publiczności. 5 marca 2020 r. zrezygnowano z organizacji wielkich europejskich maratonów w Rzymie i Paryżu. Następnie Francja odwołała imprezy powyżej 1 000 osób. Ponad 16 000 000 ludzi we Włoszech zostało objętych poważnymi ograniczeniami w poruszaniu się, zamknięto muzea i miejsca rozrywki (8.03.2020), a następnie zabroniono wychodzenia z domu, z wyjątkiem wyjść do pracy, lekarza oraz na spotkania rodzinne (9.03.2020). Kolejnego dnia również Czesi i Grecy zamknęli szkoły. Donald Trump ogłosił anulowanie wszystkich lotów z Europy do USA, z wyjątkiem połączeń z Wielką Brytanią. Zawieszone zostały rozgrywki najważniejszych amerykańskich lig sportowych (11.03.2020). Tego samego dnia Światowa Organizacja Zdrowia (World Health Organization – WHO) ogłosiła pandemię COVID-19. 12 marca 2020 r. prezydent Stanów Zjednoczonych ogłosił stan zagrożenia i przeznaczył 50 miliardów dolarów na walkę z koronawirusem. Angielska Premier League zawiesiła rozgrywki. W Czechach zamknięto granice (13.03.2020). W połowie marca we Włoszech było już 1 266 ofiar śmiertelnych epidemii. Wyciekł tajny raport brytyjskiego rządu zawierający przewidywania, że epidemia potrwa do 2021 r., koronawirusem może zarazić się 80 procent populacji, a nawet pół miliona osób może umrzeć (14.03.2020). We Francji, mimo rozwijającej się epidemii

14 https://wiadomosci.onet.pl/kraj/koronawirus-jak-rozwijala-sie-epidemia-w-polsce-i-na-swiecie-kalendarium/xgt8wcd [dostęp: 3.05.2021]; https://www.rmf24.pl/raporty/raport-koronawirus-z-chin/najnowsze-fakty/news-kalendarium-pandemii-koronawirusa,nId,4883378#crp_state=1 [dostęp: 3.05.2021].

i negatywnej opinii przewodniczącego Komisji Medycznej Szpitali Paryskich, odbyły się wybory samorządowe (15.03.2020). II tura wyborów samorządowych została jednak przełożona. Szwajcaria wprowadziła stan wyjątkowy. Dyrektor generalny WHO Tedros Adhanom Ghebreyesus ostrzegał, że wprowadzane przez rządy restrykcje spowolnią, ale nie wygaszą epidemii COVID-19, i zachęcał do testowania (16.03.2020). Sanktuarium maryjne w Lourdes we Francji zostało po raz pierwszy w swej historii zamknięte. Chińskie władze zezwoliły na rozpoczęcie testów eksperymentalnej szczepionki przeciwko koronawirusowi (17.03.2020). Wielka Brytania zamknęła szkoły. FIFA przełożyła Klubowe Mistrzostwa Świata (18.03.2020). We Włoszech liczba ofiar śmiertelnych (3 405 osób) przekracza liczbę zmarłych z powodu COVID-19 w Chinach. W Rosji odnotowano pierwszy zgon z powodu COVID-19 (19.03.2020). WHO ostrzegała Chiny, Koreę Południową i Singapur przed drugą falą zachorowań, którą mogą wywołać osoby przyjeżdżające do tych państw. W czterech krajach UE najbardziej dotkniętych epidemią, Włoszech, Hiszpanii, Niemczech i Francji, odnotowano łącznie ponad 85 000 zakażeń, czyli więcej niż w Chinach. W tym samym czasie USA stały się krajem z największą liczbą odnotowanych przypadków zakażeń koronawirusem. Roberto Azevedo uprzedzał, że według prognoz spowolnienie gospodarcze i utrata miejsc pracy spowodowane pandemią będą gorsze niż recesja w 2008 r. (20.03.2020). Netflix i YouTube obniżyły jakość przesyłu swoich filmów w UE ze względu na wzrost obciążenia sieci spowodowany tym, że miliony Europejczyków pracują zdalnie z domów i łączą się za pomocą komunikatorów wideo (21.03.2020). Liczba ofiar śmiertelnych we Włoszech przekroczyła 6 000 osób. Kanadyjski Komitet Olimpijski i Paraolimpijski ostrzegł, że nie wyśle swoich sportowców na igrzyska w Tokio, jeśli nie zostaną przełożone. Wielka Brytania zmieniła strategię w walce z koronawirusem, zamykając wszystkie galerie handlowe i większe sklepy, a także biblioteki, siłownie i miejsca kultu religijnego. Podobnie jak wcześniej w Niemczech, wprowadzony został odgórny zakaz spotkań powyżej dwóch osób. WHO stwierdziła, iż pandemia koronawirusa przyspieszyła (23.03.2020). Rosja zawiesiła loty międzynarodowe, zamknęła większość sklepów, restauracje, bary i parki. Chiny ogłosiły zakaz wjazdu dla większości obcokrajowców. Wielka Brytania odnotowała po raz pierwszy ponad 100 zgonów z powodu COVID-19 jednego dnia. Całkowitą i przymusową kwarantannę dla swoich obywateli zarządziły Indie, w domach

pozostało 1,3 miliarda ludzi. Międzynarodowy Komitet Olimpijski przełożył igrzyska w Tokio na następny rok. Francja została piątym krajem, w którym liczba ofiar przekroczyła 1 000. Wcześniej tyle zmarłych odnotowano w Chinach, we Włoszech, w Iranie i Hiszpanii (24.03.2020). Dwa dni później w USA zmarło już ponad 3 700 osób. W kolejnych doniesieniach informowano, że w Hiszpanii liczba zakażeń koronawirusem przekroczyła 100 000 osób, a liczba ofiar śmiertelnych – 10 000, we Włoszech liczba ofiar śmiertelnych zbliżyła się do 14 000, we Francji – 5 000, w Wielkiej Brytanii – 3 000. Na koniec marca liczba zakażonych na świecie przekroczyła milion, a zgonów – 30 000, w tym jedna trzecia zmarła w Europie. 31 marca 2020 r. Komisja Europejska (KE) poinformowała o fałszywych informacjach dotyczących pandemii COVID-19 „będących częścią zaplanowanych kampanii dezinformacyjnych”[15]. KE zaleciła postępowanie według zaleceń krajowych służb zdrowia poszczególnych państw UE oraz czerpanie informacji na temat pandemii COVID-19 wyłącznie z wiarygodnych źródeł, m.in. stron organizacji unijnych i międzynarodowych, np. takich jak Europejskie Centrum ds. Zapobiegania i Kontroli Chorób (ECDC) czy WHO.

2. Drugi okres (20.04.2020–17.05.2020)

Drugi okres to w Polsce początek znoszenia ograniczeń oraz czas dyskusji, czy organizacja wyborów prezydenckich w trakcie epidemii „sprowadza niebezpieczeństwo zagrażające zdrowiu i życiu wielu osób”. W drugim wyróżnionym przez nas przedziale czasowym znalazły się najtragiczniejszy dzień od początków pandemii w Polsce (24.04.2020 – 40 zmarłych jednego dnia) i dobowy rekord zakażeń (12.05.2020 – 595 osób). Pierwszy etap znoszenia ograniczeń spowodował ponowne otwarcie lasów, zwiększenie limitów osób w sklepach i osób uczestniczących w kulcie religijnym, zniesienie ograniczenia przemieszczania się w celach rekreacyjnych (20.04.2020). Natomiast druga faza znoszenia obostrzeń przyniosła otwarcie centrów handlowych, bibliotek, muzeów, galerii sztuki, hoteli, placówek rehabilitacji

15 https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation_pl; https://www.ecdc.europa.eu/en/novel-coronavirus-china/sources-updated [dostęp: 13.03.2021].

leczniczej (4.05.2020), a także żłobków i przedszkoli z zastosowaniem zaleceń Głównego Inspektoratu Sanitarnego (6.05.2020). Rozpoczęły się także testy nowego leku na COVID-19, który został sprowadzony ze Stanów Zjednoczonych (20.04.2020). Prokuratura Rejonowa Warszawa Mokotów wszczęła śledztwo w sprawie wyborów prezydenckich, by ustalić, czy ich organizacja w trakcie epidemii „sprowadza niebezpieczeństwo zagrażające zdrowiu i życiu wielu osób", ale Prokuratura Okręgowa zdecydowała o jego umorzeniu (23.04.2020). Ministerstwo Edukacji Narodowej podało nowe daty egzaminów szkolnych: matura została przeniesiona na 8–29 czerwca 2020 r., a egzaminy ósmoklasistów na 16–18 czerwca 2020 r. (24.04.2020). Podano daty wznowienia rozgrywek piłkarskiej oraz żużlowej ekstraklasy (25.04.2020). Do odwołania przedłużony został obowiązek kwarantanny dla osób, które przekraczały granicę i udawały się do miejsca zamieszkania lub pobytu w Polsce (26.04.2020). Krytyczne opinie o propozycji wyborów korespondencyjnych wydały OBWE i Sąd Najwyższy (27.04.2020). Przewodniczący Państwowej Komisji Wyborczej ocenił, że 10 maja nie da się zorganizować wolnych wyborów w pełnym zakresie (28.04.2020). Główny Inspektor Sanitarny MSWiA Marek Posobkiewicz ostrzegał przed kontaktami przedszkolaków z dziadkami (29.04.2020). Kandydat na prezydenta Stanisław Żółtek ogłosił, że doszło do wycieku pakietu wyborczego, który miał zostać rozesłany do milionów Polaków przed wyborami prezydenckimi (30.04.2020). Poinformowano, że listonosze przed 10 maja 2020 r. rozniosą pakiety wyborcze (1.05.2020). W Senacie odbyła się debata na temat przeprowadzenia wyborów prezydenckich w trybie korespondencyjnym, a w siedzibie PiS odbyło się spotkanie Jarosława Kaczyńskiego z Jarosławem Gowinem niezgadzającym się na majowy termin wyborów (5.05.2020). W wydanej 10 maja 2020 r. uchwale PKW stwierdziła, że w wyborach Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej zarządzonych na dzień 10 maja 2020 r. brak było możliwości głosowania na kandydatów[16] (10.05.2020). Tego dnia Ministerstwo Zdrowia poinformowało o 345 nowych przypadkach zakażenia (łącznie 15 996) oraz 15 ofiarach śmiertelnych (łącznie 800), kolejne 261 osób wyzdrowiało (łącznie 5 698), 2 658 było hospitalizowanych, 100 784 objętych kwarantanną, a 17 225 nadzorem epidemiologicznym. Najwięcej zakażeń odnotowano na Śląsku (blisko 3 800 zakażeń). Z powodu

16 https://pkw.gov.pl/uploaded_files/1589173994_uchwala-nr-129.pdf [dostęp: 1.06.2021].

epidemii COVID-19 tradycyjne głosowanie w lokalach wyborczych okazało się zbyt niebezpieczne. PiS przygotowało projekt ustawy zakładający, że wbrew rekomendacjom ministra zdrowia Łukasza Szumowskiego głosowanie listowne będzie tylko możliwością (11.05.2020). Premier Mateusz Morawiecki zapowiedział, że od 18 maja 2020 r. będą mogły funkcjonować zakłady fryzjerskie i kosmetyczne oraz częściowo usługi gastronomiczne, a od 25 maja 2020 r. do szkół wrócą uczniowie klas 1–3 szkół podstawowych oraz – na konsultacje z nauczycielami – przygotowujący się do egzaminów maturzyści i ósmoklasiści (13.05.2020). Małgorzata Kidawa-Błońska ogłosiła, że wycofuje się z wyborów prezydenckich, tego samego dnia władze PO zawiadomiły, że zamiast niej jako kandydat Koalicji Obywatelskiej o fotel prezydenta będzie się ubiegał prezydent Warszawy Rafał Trzaskowski (15.05.2020). Kolejnego dnia w stolicy odbył się protest przedsiębiorców. 17 maja 2020 r. Ministerstwo Zdrowia poinformowało o łącznie 18 529 przypadkach zakażenia oraz 925 ofiarach śmiertelnych i kolejnych 276 ozdrowieńcach. Wśród tych ostatnich była stutrzyletnia pacjentka z Kędzierzyna Koźla.

Kiedy w Polsce znoszono obostrzenia i dyskutowano o terminie i sposobie przeprowadzenia wyborów prezydenckich, świat zmagał się z epidemią COVID-19. Liczba zakażonych na świecie przekroczyła 3 miliony osób. W wielu krajach liczba zachorowań na COVID-19 zaczęła spadać. ONZ przestrzegała również przed „pandemią głodu" i wzrostem bezrobocia. Pojawiły się też informacje o testowaniu szczepionki na COVID-19 (22.04.2020). We Włoszech spadała liczba zgonów spowodowanych koronawirusem, z kolei na Białorusi odnotowano rekordowo wysoką liczbę zachorowań na dobę (25.04.2020). Sytuacja wciąż była bardzo trudna w USA. Na skutek epidemii zmarło już więcej Amerykanów, niż zginęło ich podczas wojny w Wietnamie (29.04.2020). Europa zaczęła znosić ograniczenia związane z epidemią: w Hiszpanii dzieci mogły już wychodzić z domów, na Litwie otworzono zakłady fryzjerskie i sklepy, a we Włoszech wznowiono produkcję w fabrykach (1.05.2020). Na Półwyspie Apenińskim doszło do znacznego dobowego wzrostu liczby zgonów (z 269 do 474 przypadków). Rekordową liczbę zakażeń odnotowano w Rosji (2.05.2020). Sekretarz stanu USA Mike Pompeo stwierdził, że istnieją dowody na to, że koronawirus został stworzony w laboratorium w Wuhan (3.05.2020). Dyrektor generalny WHO Tedros Adhanom Ghebreyesus stwierdził, że ryzyko powrotu do kwarantanny pozostanie bardzo

wysokie, jeśli poszczególne kraje nie będą znosić restrykcji ostrożnie i stopniowo. Według niego po epidemii nie można będzie powrócić do „normalności" (6.05.2020). Unia Europejska ogłosiła, że przedłuży zamknięcie swoich zewnętrznych granic do 15 czerwca 2020 r., w Rosji liczba nowych przypadków odnotowanych w ciągu jednego dnia przekroczyła 10 000. W tym samym czasie Indie sprowadzały do kraju setki tysięcy swoich obywateli przebywających za granicą (9.05.2020). WHO rozpoczęła badania nad zespołem objawów po przejściu COVID-19 przez dzieci, który później nazwano PIMS (*paediatric inflammatory multisystem syndrome*).

3. Trzeci okres (15.06.2020–12.07.2020)

Ostatni badany okres to czas kampanii wyborczej, kiedy premier Mateusz Morawiecki – jeszcze przed wyborami Prezydenta Rzeczypospolitej (28.06 i 12.07 – I i II tura wyborów) – przekonywał, że „Polska wychodzi zwycięsko z walki z epidemią"[17]. 22 maja 2020 r. minął zgodny z konstytucją czas na przeprowadzenie wyborów, dopiero jednak 3 czerwca 2020 r. Marszałek Sejmu Elżbieta Witek zarządziła wybory na 28 czerwca 2020 r.

15 czerwca 2020 r. powołano okręgowe komisje wyborcze oraz podano do publicznej wiadomości dane o kandydatach na prezydenta. Startowało ich jedenastu (w alfabetycznej kolejności): Robert Biedroń, Krzysztof Bosak, Andrzej Duda, Szymon Hołownia, Marek Jakubiak, Władysław Kosiniak-Kamysz, Mirosław Piotrowski, Paweł Tanajno, Rafał Trzaskowski, Waldemar Witkowski i Stanisław Żółtek. Andrzej Duda w Lublinie przekonywał, że w sprawie tzw. ideologii LGBT powołuje się na poglądy Jana

17 Oficjalna strona z informacjami o wyborach Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej odbywających się 12 lipca 2020 roku w Polsce, https://wybory.gov.pl/prezydent20200628/pl/frekwencja/1/Koniec/pl [dostęp: 11.03.2021] oraz https://wybory.gov.pl/prezydent20200628/pl/frekwencja/2/Koniec/ [dostęp: 11.03.2021]; A. Rychard, J. Haman, *Wybory prezydenckie 2020. Kontekst społeczny i polityczny*, https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2020/10/Wybory-prezydenckie-2020.-Kontekst-spo%C5%82eczno-polityczny.pdf [dostęp: 11.03.2021]; https://tiny.pl/9fgll [dostęp: 11.03.2021]; https://www.rp.pl/Wybory-prezydenckie-2020/307059987-Wybory-prezydenckie---kampania-wyborcza-przed-II-tura---relacja-z-5-lipca.html [dostęp: 11.03.2021].

Pawła II[18]. Polska i Europa otworzyły granice, ale czeskie władze uznały, że polski Śląsk ma zbyt wielu chorych, więc nie zezwolił tam zameldowanym na wjazd. 16 czerwca 2020 r. minął termin zgłaszania zamiaru głosowania korespondencyjnego, a 17 czerwca 2020 r. odbyła się debata telewizyjna przed planowaną I turą głosowania (TVP1, prowadzący: Michał Adamczyk), w której udział wzięli wszyscy kandydaci. Andrzej Duda w Opocznie mówił o wielkich i lokalnych inwestycjach, a Rafał Trzaskowski w Warszawie spotkał się z kobietami i rozmawiał z nimi o tworzeniu biznesu oraz roli samorządów, Robert Biedroń w Bydgoszczy rozmawiał z przedstawicielami emerytów służb mundurowych, a Szymon Hołownia zaprezentował program „Rodzina 2050" (18.06.2020).

Media w kolejnych dniach informowały o upływających termiach składania wniosków w sprawach: głosowania przez pełnomocnika (19.06.2020), głosowania poza miejscem zamieszkania i dopisania do spisu wyborców w wybranym obwodzie głosowania (23.06.2020), wniosków o wpisanie do spisu wyborców na statkach morskich albo do spisu wyborców za granicą (25.06.2020), zgłaszania głosowania korespondencyjnego przez wyborców podlegających w dniu głosowania obowiązkowej kwarantannie, izolacji lub izolacji w warunkach domowych zamiaru głosowania korespondencyjnego (26.06.2020) oraz o początku tzw. ciszy wyborczej.

Andrzej Duda przekonywał, że przyznane świadczenia socjalne otrzymane przez rodziny przez ostatnie 5 lat oraz obniżenie wieku emerytalnego będą utrzymane. O tym samym zapewniał Rafał Trzaskowski, mówiąc o nowej solidarności w czasach pandemii, o potrzebie budowania wspólnoty mimo różnic i sporów (19.06.2020). Minister zdrowia wydał rekomendacje dotyczące konieczności głosowania wyłącznie korespondencyjnego

18 Prezydent Andrzej Duda stwierdził: „Za to, że to głośno wypowiedziałem i nie zgadzam się, żeby do szkoły były przemycane treści o charakterze ideologicznym, wychowujące dzieci i kształtujące ich moralność. Za to, że to powiedziałem, zostałem zaatakowany i na zachodzie Europy, i w naszym kraju. Mam jedną odpowiedź. Chciałbym, żebyście przypomnieli sobie, co mówił z odwagą i determinacją Jan Paweł II. Nasz autorytet moralny. Jan Paweł II pisał tak w swojej książce *Pamięć i tożsamość*: «Nie brak innych poważnych form naruszania prawa Bożego. Myślę na przykład o silnych naciskach Parlamentu Europejskiego, aby związki homoseksualne zostały uznane za inną postać rodziny, której przysługiwałoby również prawo adopcji. Można, a nawet trzeba zapytać, czy tu nie działa również jakaś inna ideologia zła. W pewnym sensie głębsza i ukryta. Usiłująca wykorzystać nawet prawa człowieka przeciwko człowiekowi oraz przeciwko rodzinie». To jest moja odpowiedź do tych, którzy wątpią w sens i istotę moich słów" (TVP1 15.06.2020).

w dwóch gminach z uwagi na pandemię COVID-19. Jego wniosek został uwzględniony przez Państwową Komisję Wyborczą (19.06.2020). Sztab Andrzeja Dudy przedstawił nowe hasło: „Prezydent polskich spraw". W kampanię urzędującego prezydenta zaangażowali się premier, ministrowie, posłowie i europosłowie PiS. Kandydat KO na Warmii i Mazurach ogłosił, iż najistotniejsza jest dla niego edukacja równych szans, dlatego stworzy fundusz stypendialny dla młodzieży (20.06.2020). Władysław Kosiniak-Kamysz zapowiedział złożenie projektu obniżającego stawki VAT. Robert Biedroń zaproponował stypendia dla studentów i podwyżkę emerytur dla kobiet. Jak wynikało z sondażu przeprowadzonego przez IBRIS dla Onetu, najważniejszym tematem dla Polaków była sytuacja gospodarcza po epidemii koronawirusa (21.06.2020). W Krakowie Andrzej Duda stwierdził, iż rządy PO-PSL były „gorszym wirusem niż koronawirus" (TVN 22.06.2020). Lider ruchu Polska 2050 przedstawił program dla osób niepełnosprawnych. Rafał Trzaskowski wygrał proces w trybie wyborczym. Sąd uznał, że wypowiedź kandydata Koalicji Obywatelskiej mówiąca o tym, że prawie milion osób straciło w Polsce pracę, nie była błędna. Tego dnia Minister Zdrowia Łukasz Szumowski zapowiedział drugą falę zachorowań, która miała przyjść jesienią razem z sezonem grypowym. Jedną z osób zarażonych okazał się Adam Małysz (22.06.2020). Natomiast 24 czerwca 2020 r. prezydent RP udał się z wizytą do Białego Domu, gdzie został przyjęty jako pierwszy zagraniczny przywódca podczas pandemii. Dzień później premier Morawiecki ogłosił sukces władz w walce z koronakryzysem (25.06.2020). Kampanię prezydent skończył w Starym Sączu, a jego główny oponent na placu Zamkowym w Warszawie.

Pierwsze głosowanie odbyło się w niedzielę 28 czerwca 2020 r., natomiast 30 czerwca 2020 r. Państwowa Komisja Wyborcza ogłosiła wyniki, według których Andrzej Duda zdobył 43,5 procent głosów, Rafał Trzaskowski zaś – 30,46 procent. Kolejne miejsca zajęli: Szymon Hołownia – 13,87 procent, Krzysztof Bosak – 6,78 procent, Władysław Kosiniak-Kamysz – 2,36 procent, Robert Biedroń – 2,22 procent. Kolejni kandydaci uzyskali mniej niż 1 procent głosów. W związku z nieuzyskaniem przez żadnego z kandydatów więcej niż połowy ważnie oddanych głosów do II tury weszli urzędujący prezydent Andrzej Duda i prezydent Warszawy Rafał Trzaskowski.

Na przełomie czerwca i lipca 2020 r. w Szpitalu Specjalistycznym nr 1 w Bytomiu wyleczono pierwszego pacjenta chorego na COVID-19,

wykorzystując do tego osocze innego ozdrowieńca. Przed drugą turą wyborów pojawiły się propozycje przeprowadzenia debat: 2 lipca 2020 r. chciały ją zorganizować TVN, Onet i WP, natomiast TVP zapraszała do Końskich 6 lipca 2020 r. W pierwszej nie zechciał wziąć udziału Andrzej Duda, w drugiej – Rafał Trzaskowski. 6 lipca 2020 r. w Końskich wystąpił jedynie Andrzej Duda (prowadzącym był Michał Adamczyk), natomiast Rafał Trzaskowski o tej samej porze odpowiadał na pytania kilkunastu zróżnicowanych profilowo redakcji w debacie-konferencji prasowej (emitowanej w telewizji w stacjach TVN24, TVN24 BIS i Polsat News) w Lesznie.

Premier Mateusz Morawiecki zachęcał w Tomaszowie Lubelskim do wzięcia udziału w II turze wyborów (2.07.2020), stwierdzając:

> Ja cieszę się, że coraz mniej obawiamy się tego wirusa, tej epidemii. I to jest dobre podejście, szanowni państwo. Bo on jest w odwrocie. Już teraz nie trzeba się jego bać. Trzeba pójść na wybory. Tłumnie. Będą zachowane wszystkie wymogi sanitarne, bardzo adekwatne. Nic się nie stało teraz, nic się nie stanie 12 lipca. Wszyscy, zwłaszcza seniorzy, nie obawiajmy się, idźmy na wybory (TVP1 2.07.2020).

4 lipca 2020 r. w Szczawnie-Zdroju Andrzej Duda zapowiedział inicjatywę mającą doprowadzić do zmiany ustawy zasadniczej, we Wrocławiu opowiedział się za utrzymaniem obecnych przepisów dotyczących pracy zdalnej w *Kodeksie pracy* i obiecał doprowadzenie światłowodu do każdego domu do 2025 r.

Do słów premiera Morawieckiego odniósł się prof. Krzysztof Simon, lekarz, specjalista od chorób zakaźnych, ordynator oddziału zakaźnego Wojewódzkiego Szpitala Specjalistycznego we Wrocławiu, zauważając, że „w dalszym ciągu epidemii trzeba się obawiać. Koronawirus był, jest i będzie, a dzienna liczba przypadków jest taka sama jak miesiąc czy dwa temu" (RZ 5.07.2020).

Na początku lipca Ministerstwo Zdrowia informowało, iż najwięcej nowych przypadków zakażeń koronawirusem pochodzi z województwa śląskiego. Jak wynikało z badań ARC Rynek i Opinia, Polacy czuli się gotowi na drugą falę pandemii, nawrotu wirusa obawiało się ponad 75 procent pytanych, a ponad 40 procent oszczędzało na tzw. czarną godzinę. Rafał Trzaskowski w Dąbrowie Górniczej, Bytomiu i Katowicach przeciwstawiał

się pojawiającym się masowo agresywnym i krzywdzącym wypowiedziom dotykającym Ślązaków, które wynikały z lęku przed koronawirusem. Deklarował chęć „nowej solidarności", „budowania, wspólnoty" i opartego na nich patriotyzmu (6.07.2020). Prezydent Duda opowiedział się za nieobowiązkowymi szczepieniami przeciwko koronawirusowi i podkreślał, że nigdy nie zaszczepił się przeciwko grypie. Natomiast Minister Zdrowia Łukasz Szumowski, odpowiadając na pytanie dziennikarza Polsat News, dlaczego można organizować wiece, na które przychodzą setki i tysiące osób, także bez maseczek, a branża imprez masowych nie została odmrożona, stwierdził: „Teoretycznie na wiecach wyborczych powinien obowiązywać limit 150 osób, tylko ludzie przychodzą spontanicznie. Trudno, żeby kandydat blokował wejście" (Polsat 6.07.2020). Kandydat Koalicji Obywatelskiej wzywał do myślenia o przyszłości, obiecywał darmowe żłobki i przedszkola, stypendia dla młodzieży i oskarżał rząd o bezczynność w czasach pandemii (9.07.2020). W ostatnich dniach kampanii prezydent Polski mobilizował swoich zwolenników, m.in. w Zamościu wzywał do kontynuowania rozwoju poprzez wsparcie rodziny, dostrzeganie potrzeb człowieka, szacunek dla podstawowych wartości, które budowały Polskę i polskość, a także przeciwstawianie się obcym ideologiom. Rafał Trzaskowski zaplanował finisz swojej kampanii w Rybniku. Zapowiedział współpracę z rządem i wzywał do budowania Polski otwartej, tolerancyjnej, uśmiechniętej. Jako sukces swojej kampanii uznał odbudowę społeczeństwa obywatelskiego. 11 lipca 2020 r. nastąpił koniec rozpowszechniania audycji wyborczych. 12 lipca 2020 r. odbyło się ponowne głosowanie. Wybory zakończyły się zwycięstwem urzędującego prezydenta Andrzeja Dudy, który został wybrany na drugą kadencję, otrzymując 51,03 procent głosów. W połowie czerwca 2020 r. WHO ogłosiła „naukowy przełom", tzn. odkrycie przez brytyjskich naukowców leku na koronawirusa, którego skuteczność potwierdzono klinicznie. W Pekinie podniesiono alert epidemiczny znów do poziomu drugiego w czterostopniowej skali i odwołano 1 500 krajowych lotów z okolicznych lotnisk (18.06.2020). Władze Hiszpanii obwieściły zniesienie stanu zagrożenia epidemicznego (20.06.2020). Chińskie władze zezwoliły na rozpoczęcie prób klinicznych na ludziach kolejnego prototypu szczepionki przeciw COVID-19. Tymczasem Donald Trump potwierdził, że nakazał spowolnienie testów, by ograniczyć liczbę odnotowywanych przypadków koronawirusa w USA (23.06.2020). Raloksyfen został wytypowany jako kolejny

lek, który może być skuteczny w walce z COVID-19 (24.06.2020). Czeskie władze zapowiedziały przywrócenie ruchu granicznego na granicy z województwem śląskim. We Włoszech sytuacja wydawała się wracać do normy, a liczba zachorowań spadała (27.06.2020). Szef WHO Tedros Adhanom Ghebreyesus stwierdził jednak, że pandemia COVID-19 nie zbliża się do końca, przeciwnie – przyspiesza (30.06.2020). Tymczasem brytyjskie ministerstwo zdrowia sporządziło listę trzydziestu sześciu miast, hrabstw i dzielnic w Anglii, które w ciągu najbliższych dni mogą zostać objęte lokalnymi blokadami z powodu rosnącej liczby zakażeń (1.07.2020). W USA sytuacja stale się pogarszała. Naukowcy zastanawiali się, czy szczepionka na koronawirusa zapewni trwałą odporność. W pierwszych dniach lipca Indie stały się trzecim najbardziej dotkniętym pandemią krajem na świecie. W Brazylii zachorowało już ponad 1,7 miliona osób, a na świecie zachorowań było w sumie ponad 12 milionów. WHO wydała nowe zalecenia w związku z transmisją powietrzną koronawirusa (9.07.2020). Po dziesiątym lipca 2020 r. informowano o rekordowej liczbie nowych przypadków zakażenia koronawirusem. Najwięcej nowych zakażeń wykryto w USA, Brazylii, Indiach i RPA.

IV. Słowa kluczowe – sposoby nazywania koronawirusa

Przekazy informacyjne, zarówno prasowe, radiowe, telewizyjne, jak i internetowe, powinny cechować się aktualnością, rzetelnością oraz dążeniem do obiektywizmu, a uwiarygadniać je winna konfrontatywność źródeł. Niezależnie od medium newsy odpowiadają na pięć pytań: *co? gdzie? jak? dlaczego? z jakim skutkiem?* (Baranowska-Szczepańska 2010). Zainteresowanie odbiorców jeszcze do niedawna przyciągać miało stosowanie się do sformułowanej ponad pół wieku temu zasady negatywizmu (Galtung, Ruge 1965), ujmowanej w następujący sposób: „Im bardziej negatywny wydźwięk ma dane wydarzenie, tym większe jest prawdopodobieństwo, że stanie się ono informacją" (Kunczik, Zipfel 2000). Podana 9 stycznia 2020 r. przez WHO informacja pozwalała odpowiedzieć tylko na trzy z wymienionych pięciu pytań i to nie w pełni: w chińskim Wuhan występuje tajemnicze zapalenie płuc, które jest związane z zakażeniem niepoznanym dotąd koronawirusem. Było zatem wiadomo *gdzie*, ale już określenie *tajemnicze*, odnoszące się do zapalenia płuc, sugerowało, że jest ono 'trudne do wyjaśnienia', 'nieznane'. Na pytanie *dlaczego*, znów pojawia się niepełna odpowiedź: zapalenie powstaje w wyniku zakażenia niepoznanym dotąd koronawirusem. Wiadomo zatem, że chorobę wywoływał wirus, ale jego właściwości były nieznane, dlatego trudno było stwierdzić, jak doszło do zakażenia i jakie mogą być jego skutki. 11 lutego 2020 r. Międzynarodowy Komitet ds. Taksonomii Wirusów (International Commitee on Taxonomy of Viruses, ICTV)

nazywa nowego wirusa *koronawirusem ciężkiej ostrej niewydolności oddechowej 2 (SARS-CoV-2)*, klasyfikując go w następujący sposób: rząd – *Nidovirales*, rodzina – *Coronaviridae*, podrodzina – *Coronavirinae*, rodzaj – *Betacoronavirus*, linia – *Sarbecovirus*, gatunek – *SARS-CoV-2*[19]. Występujące wcześniej koronawirusy wywoływały infekcje głównie u różnych gatunków zwierząt, a także u ludzi, były to jednak łagodne infekcje górnych dróg oddechowych oraz – rzadziej – przewodu pokarmowego. Przyjmuje się, że około 30 procent sezonowych infekcyjnych nieżytów nosa i łagodnych zapaleń górnych dróg oddechowych jest wywoływanych przez tego typu wirusy (Mrukowicz 2003).

Sytuacja zmieniła się na początku XXI wieku, gdy w Chinach wystąpiły infekcje dróg oddechowych wywołane nowym podgatunkiem koronawirusa, które u części pacjentów powodowały ciężką ostrą niewydolność oddechową. Wirus ten nazwano SARS-CoV (*severe acute respiratory syndrome – coronavirus*) (Mrukowicz 2003). W grudniu 2019 r. w Chinach, w mieście Wuhan, wystąpiły infekcje dróg oddechowych, które podobnie jak w latach 2002–2003 u niektórych chorych wywoływały ciężką niewydolność oddechową. Koronawirus wyizolowany od tych chorych zawierał materiał genetyczny w 96,2 procent identyczny z SARS-CoV zidentyfikowanym w 2002 r. ICTV nadał mu nazwę SARS-CoV-2 (*severe acute respiratory syndrome – coronavirus 2*). WHO zgodnie z ustalonymi przez siebie wytycznymi dotyczącymi mianownictwa nazwała chorobę wywoływaną przez tego wirusa COVID-19 (*coronavirus disease 2019*). SARS-CoV to infekcja szpitalna, co oznacza, że był przenoszony głównie w placówkach opieki zdrowotnej, natomiast SARS-CoV-2 odpowiedzialny jest za wybuch pandemii, której ogniska pojawiały się w szpitalach, domach opieki, ale także w przedszkolach, szkołach, komunikacji zbiorowej, kopalniach, zakładach produkcyjnych, galeriach handlowych, kościołach, podczas spotkań rodzinnych itd. Liczba osób, u których potwierdzono infekcję wirusem SARS-CoV-2,

19 Informacje o koronawirusie m.in. na licznych stronach internetowych: https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019?gclid=Cj0KCQjw3f6HBhDHARIsAD_i3D9hV_pUwE7SaeNV9qhawNL1FB8DrbGVtfQgRozwy-QZPY_QEOgjahcaAvrwEALw_wcB [dostęp: 11.03.2021]; https://www.nhs.uk/conditions/sars/; https://www.news-medical.net/health/How-does-SARS-CoV-2-Compare-to-SARS-CoV.aspx [dostęp: 11.03.2021]; https://sciencemediahub.eu/2020/04/23/the-differences-between-sars-cov-1-and-sars-cov-2 [dostęp: 11.03.2021].

przekroczyła w lipcu 2021 r. na świecie 195 milionów, a COVID-19 spowodował od grudnia 2019 r. do lipca 2021 r. śmierć ponad 4 milionów osób. Taka sytuacja sprawiła, że znane dotychczas sposoby prezentowania rzeczywistości, wpływające na odbiorców, zmieniły się z początkiem roku 2020. Według raportu Press-Service Monitoring Mediów w okresie od 1 stycznia do 10 marca 2020 r. pojawiło się 235 000 publikacji w mediach tradycyjnych oraz ponad milion w mediach społecznościowych na temat koronawirusa (Press-Service Monitoring Mediów 2020: 5–6). Media nie musiały już selekcjonować tematów czy eskalować emocji – rzeczywistość przerosła najśmielsze oczekiwania, agendy dziennikarskie zdominowała tematyka pandemiczna, a słowami kluczowymi dla wielu newsów i artykułów stały się leksemy związane z epidemią koronawirusa[20].

Pojęcie *słowo klucz* (*key word*, *mot clé*) jest używane w wielu dyscyplinach naukowych, m.in. w semantyce i leksykologii, w statystyce, nauce o informacji, stylistyce, socjologii i w badaniach kulturoznawczych, także w badaniach dyskursu. Co istotne: „W prezentacji badań nad kluczowością słów i znaków pojawiają się synonimy i odpowiedniki funkcjonalne centralnego pojęcia, takie jak słowa sztandarowe, symbole kolektywne, kulturemy" (Łaziński 2016a: 7). Pojęcie to jest wieloznaczne. Słowa klucze mogą oznaczać leksemy stanowiące pewien zasób kilkudziesięciu pojęć podstawowych, uniwersalnych dla danej kultury. Nazywają one najistotniejsze idee, wartości, które są istotne dla zrozumienia tradycji i sposobu myślenia o świecie przez członków określonej społeczności, a także są powszechnie przez nich używane, występują w przysłowiach, frazeologizmach, znanych cytatach, piosenkach i tytułach dzieł. Chociaż nazwy tych pojęć pojawiają się także w innych językach, ich znaczenie w niektórych aspektach jest odmienne, co dowodzi podobieństw i odrębności między kulturami (Wierzbicka 2007: 40–45). Słowa klucze mogą być pewnego rodzaju słowem hasłem czy też „słowem sztandarowym", a więc takim, które nadaje się na transparent „Niech żyje x" lub „Precz z x". Są one „nacechowane dodatnio lub ujemnie, wyrażają (lub wywołują w świadomości partnera

20 Wyraz *koronawirus* pojawiał się często w tytułach na podstronach portali informacyjnych, np. „Koronawirus – wszystkie najświeższe wiadomości" (Wp.pl), „Pandemia – najważniejsze dzisiaj" i „Koronawirus COVID-19" (Onet.pl; Medonet.pl); w cyfrowych wersjach dzienników, np. „Epidemia koronawirusa" (Wyborcza.pl), i na stronach stacji radiowych, np. „Koronawirus" (Radiozet.pl).

dyskursu) bądź pojęcia pozytywne, czyli miranda, bądź pojęcia negatywne, czyli kondemnanda" (Pisarek 2002: 7). Należą do słownictwa tematycznego (Sambor 2001: 519), charakterystycznego dla danego autora, tekstu, stylu itd., wyznaczanego przez swą względną frekwencję w tekstach w danym przedziale czasu ponadprzeciętnie wyższą niż w analogicznie wybranych tekstach z poprzednich dni lub miesięcy. Każde z tych słów ma treść, moc (intensywność) oraz kierunek wartości emocjonalnej (dodatni lub ujemny). Słowa sztandarowe różnią od słów kluczy w klasycznym rozumieniu tym, że mieszkają nie tylko w tekstach, ale i w języku (Pisarek 2016: 14, 16). Natomiast Alicja Nagórko wyróżnia słowa ważne, czyli *kulturemy*, jako podzbiór leksyki, zawierający słowa kluczowe dla samoidentyfikacji jakiejś społeczności, charakteryzujące zarówno jej stosunek do tradycji, dziedziczonych wartości, jak i radzenie sobie z czasem teraźniejszym, aktualne przyzywanie świata (Nagórko, Łaziński, Burkhardt 2004: XIX).

Słowa klucze są także narzędziem wykorzystywanym do opisu językowego obrazu świata. Lubelscy badacze za najbardziej kluczowe dla kultury polskiej uznali słowa: *rodzina*, *praca*, *miłość*, *wiara*, *przyjaźń*, *wolność*, *sprawiedliwość*, *prawda*, *tolerancja*, *uczciwość*, *patriotyzm*, *ojczyzna*, *godność*, *demokracja*, *zdrowie*, *odpowiedzialność*, *dobro*, *honor*, *pieniądze*, *władza*. Otwierają one dostęp do treści charakterystycznych dla poszczególnych kultur narodowych (Bartmiński 2016: 26).

Słowa klucze występują ponadto w kontekście metadanych bibliologicznych, służących do opisu zasobu informacji w wyszukiwarkach internetowych (Eder 2016: 31). Należą także do podstawowego repertuaru metod językoznawstwa kwantytatywnego niemal od początku istnienia tej dyscypliny (Eder 2016: 32), a jednocześnie interesują „od lat lingwistów, obserwatorów życia społecznego, dziennikarzy, wreszcie polityków, specjalistów od marketingu i reklamy" (Łaziński 2016b: 75). W ramach Narodowego Korpusu Języka Polskiego, a od 2011 roku w ramach projektu „Słowa na czasie", badana jest frekwencja słownictwa prasy codziennej w Polsce. Na podstawie wyników tych badań wybierane jest słowo dnia, tygodnia i miesiąca. Natomiast słowa roku wyłaniane są jako wynik plebiscytów organizowanych np. przez Uniwersytet Warszawski (htpp://slowo-roku.uw.edu.pl) lub Wydawnictwo Naukowe PWN we współpracy z autorami projektu „Słowa klucze" (https://sjp.pwn.pl/mlodziezowe-slowo-roku/). Jak podkreśla jednak Jerzy Bartmiński, „żadne (poza *krzyżem*) ze słów, które w latach

2011–2015 zwyciężały w plebiscycie i były przez kapitułę podnoszone do rangi słów roku, nie figuruje na listach kluczowych nazw wartości" (Bartmiński 2016: 27), co potwierdza opinię o szybkim przemijaniu kluczowości słów występujących w dyskursie medialnym.

Od początku pandemii COVID-19 w różnego typu rankingach słowami miesiąca w minionym roku były: *wirus*, *koronawirus*, *epidemia*, *pandemia*, *maseczka*, *szczepionka*, a słowem roku 2020 w wielu różnych zestawieniach został wyraz *koronawirus*. Wybierane bądź wyłaniane nie na podstawie badań naukowych, ale dzięki ankietom i głosom użytkowników różnych mediów internetowych, m.in. takich jak Twitter, Facebook, YouTube, Instagram, zgodnie z wymaganiami mediatyzacji i medializacji życia społecznego wskazują na ich kluczowość w określonym momencie oraz ważność dla odbiorców konotowanych przez nie zagadnień, która z czasem jednak mija. Słowo miesiąca czy roku staje się więc nie „markerem leksykalnym", lecz „markerem nastrojów społecznych" w chwili jego wyboru (Pisarek 2016: 14)[21].

Literatura przedmiotu potwierdza, że „kluczowość słów prasy codziennej liczonych dla krótkich odcinków czasu jest przemijająca" (Łaziński, Szewczyk 2007: 57–68). Podjęte badania pośrednio to potwierdzają, dotyczą szczególnego słownictwa obecnego w mediach od półtora roku. Zarysowują zatem szerszą perspektywę, a kluczowość nie wydaje się tak szybko przemijać, jak można by zakładać, choć zmienia się intensywność jej występowania w analizowanych informacjach prasowych i telewizyjnych, ponieważ po pierwszej fali zachorowań następowały naprzemiennie okresy znaczącego spadku liczby nowych zakażeń i kolejnych fal z gwałtownym ich wzrostem.

Doświadczenie pandemii COVID-19 odcisnęło swoje piętno na języku polskim, zwłaszcza na leksyce. W polszczyźnie dość szybko zaczęły pojawiać się nazwy odnoszące się do samego wirusa. Publikowane dotychczas analizy językoznawcze pokazują zmiany w zakresie nazw odnoszących się do koronawirusa, także jednostek leksykalnych pozwalających opisać różne

21 *Koronawirus* to Słowu Roku wskazane przez internautów i kapitułę językoznawców w konkursie *Słowa na Czasie* (http://www.slowanaczasie.uw.edu.pl/slowo-roku–2020-w-plebiscycie-internautow-i-glosowaniu-kapituly/) [dostęp: 3.03.2021]; *Koronamowa, czyli neologizmy powstałe w 2020 r. w związku z pandemią. Słownik słów covidowych*, https://nadwyraz.com/blog/blog-ubierz-sie-w-slowa/koronamowa-czyli-neologizmy-powstale-w–2020-r-w-zwiazku-z-pandemia-slownik-slow-covidowych [dostęp: 3.05.2021].

sfery rzeczywistości podlegające przemianom w wyniku działania wirusa (Kuligowska 2020).

Z analizowanego materiału prasowego i telewizyjnego wyekscerpowano nazwy stanowiące słowa kluczowe charakterystyczne dla newsów publikowanych w czasie pandemii. Materiał uzyskano po analizie newsów telewizyjnych trzech serwisów informacyjnych („Fakty", „Wiadomości", „Wydarzenia"), tzn. po obejrzeniu newsów i wypreparowaniu przekazów mówionych – wypowiedzi poszczególnych speakerów oraz przekazów pisanych – wyświetlanych na ekranie tytułów newsów lub plansz z umieszczonym na nich tekstem. Stosowne fragmenty newsów wraz z ewentualnym komentarzem objaśniającym utrwalano na piśmie i zakodowano dzięki systemowi CAST. Podobnie postąpiono z materiałem wyekscerpowanym z prasy z czterech ogólnopolskich dzienników: „Gazety Wyborczej", „Rzeczpospolitej",„Super Expressu",„Faktu". Dzięki narzędziom oferowanym przez aplikację Inforia przefiltrowano pod kątem obecności wyróżnionych słów kluczowych artykuły prasowe. Uzyskane wyniki, które zostały automatycznie otagowane, zweryfikowano, tzn. sprawdzono, czy pojawiające się w nich poszczególne nazwy odnoszą się do koronawirusa, czy np. wyraz *wirus* nie ma związku z zakaźną chorobą układu oddechowego świń albo programem komputerowym, który ma zdolność powielania się, a zatem, czy w danym artykule nie jest mowa o świńskiej grypie albo wirusie komputerowym.

Na wstępie tej części rozważań warto zaznaczyć, że nazwy typu *koronawirus*, *COVID-19*, *epidemia* pojawiały się szybciej i częściej w partiach mówionych, a nie jako napisy, gdzie słowa kluczowe pozostają niedopowiedziane, zapewne by nie epatować zagrożeniem i nie wzmacniać strachu u odbiorców (rycina 3, 4).

Ryc. 3. Polsat, 5.03.2020

Ryc. 4. Polsat, 5.03.2020

Przeprowadzone badania ilościowe tekstów prasowych i telewizyjnych wskazują istotne różnice co do liczby newsów i artykułów, w których zaznaczają swą obecność interesujące nas miana, a przede wszystkim w zakresie częstości występujących nazw w poszczególnych mediach i trzech wyróżnionych okresach.

Jeśli zestawi się liczbę artykułów, w których występują poszczególne nazwy w badanych przedziałach czasowych, okazuje się, że najliczniej występującą nazwą jest *koronawirus*.

Wykres 1. Słowa kluczowe w prasie – zestawienie

Ta przewaga w prasie jest bardzo widoczna, gdyż słowo *koronawirus* pojawiło się w 2 499 artykułach, które powstały w wyznaczonych okresach. Najliczniej wystąpiło ono w artykułach w „Rzeczpospolitej" i „Gazecie Wyborczej". Wykres pierwszy przedstawia rozkład słów kluczowych dla analizowanych artykułów. W badanych telewizyjnych serwisach informacyjnych również dominuje wyraz *koronawirus*, który wystąpił w 804 newsach na 1 893, w których obecne były wyróżnione nazwy. Szczegółowe dane ilustruje wykres numer 2.

Wykres 2. Słowa kluczowe w serwisach informacyjnych – zestawienie

Leksem *koronawirus* definiowany jest przez WSJP jako ‘wirus mający otoczkę białkową z wypustkami przypominającymi koronę, wywołujący choroby układu oddechowego u ludzi i różne choroby u zwierząt’. Choć stał się słowem kluczowym na początku 2020 r., nie jest nazwą nową. Odnosi się do wirusów z podrodziny *Coronavirinae*, powstał w języku angielskim w latach sześćdziesiątych XX wieku (Pyrć 2015: 48–54), w polszczyźnie specjalistycznej występuje od lat siedemdziesiątych XX wieku, a od 1980 roku stosuje się go w odniesieniu do wirusa atakującego ludzi (Duda 2020). Z terminologii specjalistycznej do polszczyzny ogólnej wszedł kilkanaście miesięcy temu (Cierpich-Kozieł 2020)[22]. Pojawia się w artykułach i newsach dotyczących różnych, nie tylko medycznych, tematów. Często słowu temu towarzyszą powiększone mikroskopowe obrazy wirusa, pracowników służby zdrowia niejednokrotnie szczelnie osłoniętych kombinezonami, testujących potencjalnie chorych, badających próbki, poszukujących odpowiedniego leku,

22 Niektórzy badacze za poprawną uznają także formę *koronowirus*, ale w badanym materiale ten wariant pojawił się zaledwie czterokrotnie.

przemieszczających się ambulansami lub zajmujących się chorymi głównie w szpitalach jednoimiennych. Powtarzające się obrazy, stanowiące uatrakcyjniające tło dla przekazu werbalnego, oraz kontekst sytuacyjny wpływają na wyobraźnię i przywołują konkretne skojarzenia, wywołują emocje i determinują sposób oceny i zapamiętywania danego wydarzenia, zjawiska czy osoby. W pamięci odbiorców tworzy się sieć powiązanych z sobą informacji, która szczególnie wrażliwa jest na oddziaływanie kontekstu, co powodowało, że w pierwszym okresie wpływ kolejnych komunikatów był coraz silniejszy i pogłębiały się uczucia zagrożenia oraz dyskomfortu[23], zob. np. ryciny 5 i 6.

Ryc. 5. „Fakt", 2.03.2020

Ryc. 6. „Rzeczpospolita", 19.03.2020

Później następuje swego rodzaju przesycenie obrazami pandemii i zmniejszenie wrażliwości na treści, które w pierwszych miesiącach epidemii (wraz z nieznajomością natury samego wirusa, z informacjami o kolejnych zakażonych, chorych pod respiratorami i zmarłych oraz obostrzeniach) wywoływały narastające poczucie zagrożenia. Od maja informacje o pandemii

23 Przyjmuje się, że „to, co jest przedstawiane, to jak jest przedstawiane, i to, jaką wartość danemu przedstawieniu się przypisuje, jest wyrazem kulturowo swoistego sposobu widzenia i ma znaczący wpływ na podejmowane przez ludzi wybory i działania" (Olechnicki 2003: 277).

zaczęły być traktowane jako mniej istotne, o czym świadczy m.in. mniejsza liczba newsów i ich mniejsza ranga w serwisach informacyjnych oraz przeświadczenie nadawców, że przynoszą one odwrotny od zakładanego skutek. Gdy zniesiono zakazy, rozpoczęła się kampania wyborcza, wprowadzono bon turystyczny, nastąpiło jak gdyby oswojenie się społeczeństwa z sytuacją, wiadomości o kolejnych zakażonych i zmarłych były często ignorowane i zaczęto skupiać się na innych tematach.

Jaki jest językowy obraz koronawirusa w mediach? Zarówno w newsach telewizyjnych, jak i w artykułach prasowych koronawirus jest wszechobecny. Media donoszą bowiem, że pojawia się on w różnych miejscach i instytucjach, np. w przychodniach, szpitalach, ministerstwach, Krajowej Radzie Sądownictwa, sejmie, na komendach policji, w wojsku, w kościołach, w przedszkolach, szkołach, akademikach, w teatrach, kinach, restauracjach, klubach sportowych, na siłowniach, w kopalniach, w małych i dużych firmach, zakładach usługowych, sklepach, galeriach handlowych, w pociągach, samolotach, autobusach i na statkach. Koronawirus *czai się*, *rozpędza się*, *atakuje*, *zaraża*, *infekuje*, *zakaża*, *przenosi się z osoby na osobę*, *zbiera coraz większe żniwo*, *szaleje*, *zaskakuje*, *zmienia się*, np.:

„Koronawirus groźnie mutuje”
Naukowcy mają już pewność, że koronawirus zmutował na trzy odrębne szczepy, które „rozeszły się” w różne regiony świata. Genetycy z Uniwersytetu w Cambridge, którzy zastosowali metodę sieci filogenetycznej pozwalającej na prześledzenie związków ewolucyjnych między różnymi stadiami ewolucji koronawirusa, twierdzą, że znaleźli trzy różne, ale ściśle powiązane za sobą odmiany tego patogenu. Wyniki swoich badań opublikowali w czasopiśmie „Proceedings of National Academy of Sciences” (PNAS). Rekonstrukcja wczesnego stadium ewolucyjnego koronawirusa, rozprzestrzeniającego się na początku pandemii w jej strefie zero, czyli chińskim mieście Wuhan, wykazuje istotne różnice w porównaniu z patogenami z Europy i Ameryki Północnej. Analiza pierwszych 160 kompletnych genomów wirusa, sekwencjonowanych i pobranych od zarażonych pacjentów, wskazuje, że wariant tego patogenu odkryty u nietoperzy występuje w dużej mierze u pacjentów z USA i Australii, ale nie u tych z miasta Wuhan (RZ 15.04.2020).

Warto także przyjrzeć się kolokacjom słowa *koronawirus* w analizowanych tekstach, gdyż – jak zauważa Kazimierza Ożóg – polszczyzna medialna staje się dla przeciętnego Polaka językowym wzorem niosącym rozstrzygnięcia normatywne, przynosi wiele skrzydlatych słów i ponowoczesną aksjologię (Ożóg 2008a: 65, 67). Pozwalają też one odtworzyć językowy obraz koronawirusa. Jak podają media, ten zabójczy wirus *najbardziej zagraża osobom starszym* i *mającym choroby współistniejące*. „Koronawirus nie wybiera – jego ofiarą padają też gwiazdy" (F 14.03.2020), „pokonał nawet Bonda" (F 6.03.2020). Może *zabić*, *zabija* konkretnych ludzi, ale i gospodarkę, branżę targową, sport. Niejednokrotnie już kogoś *zabił*. *Uderza w gospodarkę*, *w procesy sądowe*, *paraliżuje kraj*, *rozgrywki*, *kasuje imprezy*, *zamyka* np. szkoły, potrafi *uwięzić*, *wysłać na kwarantannę*, *zablokować*, *krzyżować*, *storpedować* plany, *nakręcać* spadki cen, *wykańczać firmy*, ponieważ *dokonuje spustoszeń*, *wywołał wstrząs*, *przewrócił wszystko do góry nogami*, *mocno uderzył*, *zdecydowanie ograniczył*, *zburzył*, *brutalnie sprowadził*, *kładzie się cieniem*, *przybiera na sile*, *w nagłym trybie zmienił kontekst oceny*. *Przyszedł*, *przywędrował do nas*, *wybuchł*, *zaskoczył*, *nie ominął*, *jeszcze pogorszył*, *spowolnił*, *uniemożliwił*, *pokrzyżował plany*, *postawił* przed wszystkimi *niespodziewane*, *długookresowe wyzwania*, *zdominował działalność*, *wywołał spadek*, *zakłócił*, *zatrzymał prace*. Koronawirus jest *gorszy niż światowy kryzys finansowy*, *dotknął* nie tylko *Polskę*, ale *cały świat*, *Chiny*, *Włochy*, *Hiszpanię*, *Francję*, *Szwecję*, *Czechy*, *Kenię*, a nawet *Stany Zjednoczone*. Kolejne państwa *zaatakował*, *osłabił* i *sparaliżował*, *rzucił na kolana*. Jego wpływ na świat jest opisywany i dokumentowany, jak również zapowiadany, np. w tytułach artykułów: „Koronawirus może dotknąć każdego z nas" (SE 10.03.2020); „Koronawirus może dobić liberalne demokracje" (GW 24.03.2020); „Koronawirus może zdemolować naszą gospodarkę" (SE 10.03.2020); „Koronawirus może wpłynąć na rezydencję podatkową" (RZ 25.05.2020).

Koronawirus wpływa na wszystkie sfery życia społeczno-polityczno-gospodarczo-kulturalno-religijnego, także na stan psychiczny jednostek. Koronawirus *zamknął nas w domach*, *przestraszył*, *wywołał panikę*, *zwiększył agresję*, *jest psychozą*. *Pokazał* on także *samotność wielu seniorów* i uwypuklił ich codzienne problemy. *Wywołuje wdzięczność*, ale i *negatywne emocje*, takie jak *strach*, *lęk*, *gniew*, np. „Koronawirus wkurza siatkarki" (F 9.03.2020). Mówi o ludzkich słabościach, pokazuje „polskie grzechy i grzeszki" (GW 7.04.2020). Jest „gratką dla populistów" (GW 14.03.2020), według niektórych „to kara boska za życie w grzechu" (GW 6.03.2020).

Koronawirus jest często obrazowany nie tyle jako wróg, z którym ludzkość toczy nierówną walkę, ile jako katastrofa, żywioł, który pociągnął za sobą wiele ofiar śmiertelnych, zebrał śmiertelne żniwo. Pojawia się *jako fala*, *pustoszy*, *stawia nawet matki pod ścianą*, *przewrócił* dotychczasowe *zwyczaje nawet w szpitalach*, gdzie obowiązywały sprawdzone i wypracowane procedury. Ale *nie jest wszechmocny*, gdyż jak podają nagłówki, choć „Koronawirus wyczyścił powietrze nad Włochami" (F 26.03.2020), to „Koronawirus nie zabije smogu na wsi" (F 30.04.2020).

Już 2 lipca 2020 r. premier Mateusz Morawiecki podczas spotkań z wyborcami w Tomaszowie Lubelskim i Kraśniku ogłaszał, że „Koronawirus jest w odwrocie i nie trzeba się bać". Jak się później okazało, jesienią i na początku tego roku nastąpiły dwie kolejne fale zakażeń i ogromny wzrost liczby nie tylko chorych, ale też ofiar śmiertelnych. Chociaż premier i „Wiadomości" TVP1 zapewnili, że koronawirus słabnie i walkę z nim Polacy wygrali, pozostałe stacje telewizyjne, a przede wszystkim prasa, donosiły niezmiennie od marca 2020 r., że stanowi on duże zagrożenie, np.:

„Koronawirus na usługach PiS"
Jeszcze niedawno co kilka dni słyszeliśmy z ust premiera Mateusza Morawieckiego, jaki to koronawirus jest groźny. Choć wiele małych i średnich firm dogorywało po kilku tygodniach od zamrożenia kraju, rząd zwlekał ze znoszeniem obostrzeń. Minister zdrowia Łukasz Szumowski straszył, że nie będzie wakacji, a maseczki będziemy nosić co najmniej przez dwa lata. Teraz nastąpił zwrot (GW 3.07.2020).

„Koronawirus nie odpuszcza"
– Cieszę się, że coraz mniej obawiamy się wirusa, tej epidemii i to jest dobre podejście, bo on jest w odwrocie – mówił w Tomaszowie Lubelskim premier Mateusz Morawiecki, który zachęcał jednocześnie do udziału w II turze wyborów prezydenckich. Statystyki pokazują jednak, że premier zbytnio pospieszył się z optymistycznymi informacjami. Codziennie rozpoznawanych jest od 220 do 500 nowych zakażeń (SE 3.7.2020).

„Koronawirus w komisji wyborczej"
Członkini jednej z komisji wyborczych w gminie Jasieniec (Mazowsze) jest zarażona koronawirusem (F 6.07.2020).

> „Prof. Simon: koronawirus to nie grypa"
> – Nie chcę się włączać w spory polityczne, bo nie jestem z żadnej partii. Ale uważam, że premier powinien się zajmować dbaniem o obywateli, a nie prowadzeniem kampanii politycznej, bo to chyba jest nieetyczne – mówi prof. Krzysztof Simon. [...] – Co znaczy, że nie trzeba się bać? – pyta prof. Krzysztof Simon, naukowy autorytet w dziedzinie chorób zakaźnych, ordynator oddziału zakaźnego w szpitalu we Wrocławiu. – Koronawirus wcale nie jest w odwrocie. Od trzech miesięcy przypadków zakażeń jest między 300 a 500. Trudno więc mówić, że tego nie ma (GW 6.07.2020).

Również w lipcu 2020 „Fakty" i „Wydarzenia" informowały, że nowy wirus *ciągle jest groźny*, *mutuje*, *nie odpuszcza*, *dotyka wszystkich*. Jak donosili publicyści: „Koronawirus wykrwawia gospodarkę" (GW 10.07.2020) i „skutecznie przemeblował nasze życie prywatne, towarzyskie, a nawet zawodowe" (SE 2.07.2020), w związku z czym „trudność naszych czasów jest większa niż kiedykolwiek i wymaga znacznie większego poczucia odpowiedzialności" (GW 1.07.2020). Należy jednak zaznaczyć, że nie wszyscy w ten sposób postrzegali wpływ koronawirusa na rzeczywistość. Cytowane były wypowiedzi dowodzące, że „pandemia to efekt paskudnej manipulacji, a koronawirus to nic innego jak zwykła poczciwa grypa" (GW 1.07.2020).

We wszystkich okresach najczęściej spośród nazw wyekscerpowanych z analizowanych wypowiedzi z serwisów telewizyjnych występuje *koronawirus*, który stanowi 47 procent spośród badanych sposobów nazywania wirusa SARS-CoV-2 w I okresie, 37 procent w II i 42 procent w III. Podobnie jak w prasie w newsach telewizyjnych nastąpiło zawężenie znaczenia tego słowa, gdyż niejednokrotnie nawet w wypowiedziach ekspertów *koronawirus* jest utożsamiany z wirusem SARS-CoV-2, a jednocześnie używany jest także jako potoczna nazwa choroby COVID-19 (WSPJ), np.:

> Ponad 220 zakażonych, 5 osób nie żyje, to bilans koronawirusa w Polsce. [...] Koronawirus w rządzie. Minister Środowiska ma wynik pozytywny, więc inni ministrowie mają testy, ale wirusa nie mają. Prezydent odwołuje Radę Gabinetową, ale problemów odwołać się nie da. [...] Koronawirus też w KRS. Członek nowej Krajowej Rady

> Sądownictwa oraz prezes Sądu Rejonowego w Biłgoraju sędzia Zbigniew Łupina jest zakażony koronawirusem (TVN 17.03.2020).
>
> Pocieszające jest też to, że 80% pacjentów przechodzi infekcję koronawirusem łagodnie. Niepokojące jest to, że objawy, a czasami ich brak ktoś może zignorować i nieświadomie zarażać (TVN 25.03.2020).
>
> A na froncie walki z epidemią dobre i złe informacje. Pierwszy chory zarażony koronawirusem w Polsce jest już zdrowy. [...] Koronawirusa stwierdzono u jednego z pracowników Centrum Zdrowia Dziecka. W sumie mamy dziś w Polsce 282 osoby zakażone koronawirusem. [...] Chorzy są już w każdym województwie. [...] W szpitalu Bergamo niemal każdego dnia ktoś przegrywa walkę z koronawirusem (Polsat 18.03.2020).

Kluczowe dla badanego materiału słowo *koronawirus* wielokrotnie wykorzystywane jest przez autorów tytułów kolejnych newsów w serwisach informacyjnych. Podobnie jak w tekstach prasowych pojawia się ono w militarnych metaforach, które mają wywoływać u odbiorców odpowiedzialne zachowania, ale zapewne także dumę. Dzieje się tak zwłaszcza w „Wiadomościach", gdzie elementy narodowe, patriotyczne są niezwykle istotne, np.: „Nowe przypadki koronawirusa w Polsce" (TVP1 6.03.2020); „Polska walczy z koronawirusem" (TVP1 16.03.2020); „Polacy wygrywają z koronawirusem" (TVP1 26.04.2020); „Polski sukces w walce z koronawirusem" (TVP1 28.04.2020); „Polska solidarna z ofiarami koronawirusa" (TVP1 22.04.2020); „Prawie 5 000 Polaków pokonało koronawirusa" (TVP1 7.05.2020); „Bohaterowie walki z koronawirusem" (TVP1 14.05.2020). Na to pozytywne waloryzowanie polskiego działania zwraca się uwagę tym silniej, im Europa i świat bardziej przegrywa starcie z wirusem: „Rośnie bilans ofiar pandemii koronawirusa" (TVP1 28.03.2020); „Koronawirus paraliżuje Europę" (TVP1 16.03.2020, 24.03.2020); „Koronawirus atakuje kolejne kraje" (TVP1 26.03.2020); „Koronawirus pustoszy świat" (TVP1 8.05.2020); „Stany Zjednoczone w walce z koronawirusem" (TVP1 27.06.2020); „Koronawirus atakuje gospodarkę" (TVP1 13.03.2020); „Koronawirus trzęsie światową gospodarką" (TVP1 21.04.2020). Paski informowały m.in. o tym, że trwa walka z koronawirusem (TVP1 15.03.2020), pojawia się on w wielu

instytucjach i miejscach, np. w parafiach (Polsat 5.07.2020), że przerwał sportowe zmagania (TVP1 26.03.2020), szuka się na niego leku (Polsat 17.06.2020). Wykorzystywane przez nadawców tytuły współtworzą z newsami spójny dyskurs, pozwalają zrekonstruować obraz koronawirusa, świata i systemu wartości, najsilniej scalając się na poziomie relacji news – kontekst (Piekot 2006: 97). Ich wzajemne relacje i związek z koronawirusem mają charakter zarówno synchroniczny (dotyczą wiadomości na temat pandemii z jednego dnia), jak i diachroniczny (dotyczą wiadomości z różnych dni zamieszczanych w danym medium i w różnych mediach), są odbiciem reakcji społecznych, dostarczają odbiorcy istotnej wiedzy, stanowią propozycję interpretacji świata, wywołują emocje.

Warto przyjrzeć się również zestawieniom szczegółowych danych z kolejnych okresów dla czterech wybranych czasopism (wykresy 3–5), a także w poszczególnych serwisach informacyjnych (wykresy 6–8).

Wykres 3. Słowa kluczowe w prasie – okres I, 4.03.–1.04.2020

Po najczęściej występującym w I okresie *koronawirusie* na drugim miejscu plasuje się *epidemia* użyta przez autorów 1 294 artykułów odnoszących się do COVID-19, która w 578 tekstach była dookreślana jako *epidemia koronawirusa*, a w 4 jako *epidemia SARS-CoV-2*, co stanowi łącznie 1 876 tekstów. Na trzecim miejscu sytuuje się *wirus* z 988 artykułami. Rzadziej pojawiała się *pandemia* – 661 artykułów, *covid* – 359, *zaraza* – 214, *SARS-CoV-2* – 165 tekstów. Przyglądając się poszczególnym wynikom, można dojść do wniosku,

iż o sytuacji pandemicznej pisano częściej w „Rzeczpospolitej" i „Gazecie Wyborczej" (łącznie 4 665 tekstów) niż w „Fakcie" i „Super Expressie" (łącznie 2 065 tekstów). W tym ostatnim tytule zwraca uwagę liczba artykułów, w których pojawia się słowo *zaraza*, o którym będzie mowa w dalszej części raportu.

Plasująca się na drugim miejscu w I okresie nazwa *epidemia* – 19 procent wystąpień, definiowana jest przez *Wielki słownik języka polskiego* jako:

1. 'pojawienie się wśród ludności danego terenu dużej liczby zachorowań na określoną chorobę';
2. 'nagminne występowanie, rozpowszechnianie się czegoś';
3. 'masowe występowanie na określonym terenie zachorowań roślin na daną chorobę'.

Przywołane definicje uświadamiają, że zachorowania na COVID-19 nazywane są *epidemią*, gdyż wirus wywołujący tę chorobę pojawił się nagle, niespodziewanie, rozprzestrzenia się szybko, powodując liczne zakażenia. Kolejne informacje medialne poszerzają wiedzę na temat koronawirusa i wywoływanej przez niego choroby. Odbiorcy dowiadują się zatem, że jest on *nieprzewidywalny*, *wszechobecny*, w związku z tym *epidemia dopiero się rozwija*, *rozprzestrzenia się*, czyni to *w niekontrolowany sposób*, *przybiera coraz większe rozmiary*, *przetacza się przez świat*, *szaleje*, *wszystko dziś przykrywa*, *słabnie*, jeszcze *nie wygasła*, *światem wstrząsnęła*, *wywróciła do góry nogami nasze życie*, *gwałtownie przyspiesza*, może być dla nas *śmiertelnie groźna*. „Zbiera największe żniwo we Włoszech, ale atakuje już Hiszpanię, Niemcy, Polskę..." (GW 14.03.2020); „Epidemia rzuciła nas na kolana" (SE 21.03.2020); „Epidemia spycha Zachód do defensywy" (RZ 26.03.2020). *Wystawia na wielką próbę bogate państwa* z rozwiniętą służbą zdrowia. Tylko *niektórym się wydaje, że jest pod kontrolą*, a *jest nieprzewidywalna* i *niejednorodna*. *Paraliżuje*, *zagraża* nie tylko *naszemu zdrowiu*, ale i *gospodarce*, o czym w różny sposób informują kolejne nagłówki, np.: „Światowa epidemia łamie polskie meble" (RZ 26.03.2020); „Epidemia uderza w najem krótkoterminowy" (RZ 20.03.2020); „Epidemia porazi wyniki finansowe przedsiębiorstw" (RZ 17.03.2020); „Epidemia pokrzyżowała plany niejednego osiedla" (RZ 17.03.2020); „Epidemia wirusa paraliżuje przewozy lotnicze" (RZ 12.03.2020); „Epidemia zaczęła mocno hamować polski eksport" (RZ 20.03.2020). *Grozi ona katastrofą na*

polskim rynku pracy, *wepchnęła największą gospodarkę świata w recesję*, *podcięła popyt na ropę na świecie*. „Zatacza coraz szersze kręgi, powodując panikę na rynkach finansowych" (RZ 10.03.2020). *Wpływa* także *na turystykę*, *wypłoszyła z pociągów podróżnych* i *gości z hoteli*, *niszczy rekreację* i *sport*, *storpedowała* m.in. *sezon Formuły 1*, *dotyka polskiej piłki*, *wymusza istotne zmiany w kalendarzu rywalizacji sportowej*.

Dziennikarze stawiają pytanie: czym jest epidemia koronawirusa oraz „Jak epidemia zmieni nas i nasz świat?" (F 19.03.2020). I odpowiadają, że jest ona *złem*, *prawdziwym dramatem*, *kryzysem* albo *powoduje bardzo specyficzny kryzys*. Uznawana jest za *test dla instytucji*. *Wpływa na politykę*, *nie jest dobrym czasem dla osób starszych*, *przewlekle chorych*, a także *dla kobiet w ciąży*. *Nie jest dobrym i bezpiecznym czasem na kampanię* i *wybory*. *Zdewastowała*, *przeorganizowała nasze życie społeczne* i *państwowe*, *dziesiątkuje wojsko*. „Nasilająca się epidemia koronawirusa w Polsce przypomina wszystkim nie tylko, jak jesteśmy krusi wobec sił natury, ale także jak bardzo potrzebujemy państwa" (SE 10.03.2020), gdyż – jak dowodziły media – najczęściej nie łączyła rodaków w solidarnych działaniach, lecz stworzyła wspólnotę strachu, nastąpił regres społeczeństwa obywatelskiego, większość społeczeństwa unikała kontaktów np. z sąsiadami, pracownikami służby zdrowia, sprzedawcami, kurierami i oczekiwała reakcji od instytucji państwowych. Tylko część rodaków zaangażowała się, wspierając służbę zdrowia, opiekę społeczną i edukację. Epidemia zachwiała równowagę psychiczną, „wywołała powszechny niepokój i rosnące zapotrzebowanie na rzetelną informację" (GW 25.03.2020), co jest tym ważniejsze, że „Epidemia karmi się kłamstwem" (GW 7.03.2020).

Epidemia wpływa na codzienne życie Polaków. Z jednej strony zauważa się jej codzienne negatywne oddziaływanie i zapowiada kolejne skutki, np.: *będzie miała długotrwały negatywny wpływ na polską gospodarkę*, *zdestabilizuje całe nasze życie*, *uderzy w mały* i *duży biznes*. Rząd i parlament starają się zmniejszyć skutki zdrowotne i ekonomiczne pandemii, *uchwalając kolejne obostrzenia*, *ułatwienia* oraz *ustawy*. Najczęściej jednak *działania* te są *spóźnione* i świadczą o nieprzewidywalności wirusa oraz pewnej *bezradności* polityków, na którą wskazują sami politycy, ale i dziennikarze. Oddaje ją również fotografia na rycinie numer 7. Wskazuje się również na *bezradność* na przykład rodziców i dzieci przygotowujących się do pierwszej komunii świętej. W większości parafii uroczystości zostały

przeniesione na jesień albo kolejny rok, jednak nie wszędzie. Decyzję o terminie winien podejmować proboszcz w porozumieniu z rodzicami. Tak się jednak nie zdarzyło w Łodzi, a artykuł o tym donoszący został zatytułowany „Szaleje epidemia, a ksiądz robi komunię". Epidemia jest więc konceptualizowana jako siła, 'traci panowanie nad sobą i zachowuje się gwałtownie i agresywnie' (WSJP). Decyzja księdza spowoduje zapewne negatywne skutki. Jej ofiarami mogą się okazać dzieci, co sugeruje fotografia (rycina 8). Nie w kościele, w miejscu, gdzie najczęściej celebruje się liturgię i spotyka się wspólnota wiernych, lecz samotnie na przejściu dla pieszych niczym na rozdrożu znajduje się odwrócona tyłem dziewczynka w białej sukience, symbolizującej jej czystość, niewinność. Na asfalcie leżą płatki kwiatów: białe, różowe, czerwone, ciemnoczerwone – jakby nasycające się krwią.

Epidemia w Sejmie

Sejm szykuje się do posiedzenia, na którym posłowie mają przegłosować pakiet pomocy dla firm i pracowników. A kolejni parlamentarzyści zamykają się w domowej kwarantannie.

Agata Kondzińska, Iwona Szpala

Zachodziliśmy w głowę jak takie obrady miałyby wyglądać: siedzimy w maseczkach i rękawiczkach na sali obrad? – słyszymy w KO

Obrady w maseczkach

Łódź

Szaleje epidemia, a ksiądz robi komunię

Proboszcz ogłosił nagle, że komunia się odbędzie. Z tydzień. – A koronawirus?! Chodzi tylko o tacę – rodzice są oburzeni.

Agnieszka Urazińska

• Dziś o terminie komunii decydują proboszczowie i rodzice

Proboszcz wygłosił monolog, a gdy rodzice zaczęli do niego podchodzić, denerwował się, żeby nie za blisko, bo jest koronawirus!

ŁÓDZKA PARAFIANKA

Czy tu chodzi o pieniądze?

Kuria: Znamy sprawę

Ryc. 7. „Gazeta Wyborcza", 19.03.2020

Ryc. 8. „Gazeta Wyborcza", 06.05.2020

Z drugiej strony należy podkreślić fakt, że czasem oddziaływanie epidemii jest pozytywne, gdyż np. pod jej wpływem upowszechnia się informatyzacja

urzędów, służby zdrowia, rozwijają się usługi elektroniczne, stała się ona szansą dla kart płatniczych i wyspecjalizowanych aplikacji czy platform cyfrowych, np. do pracy zespołowej albo usług bankowych.

Epidemia dookreślana jako epidemia *koronawirusa*, *wirusa* SARS-COV-2, *koronawirusa* SARS-COV-2, COVID-19, *śmiertelna*, *światowa*, *nasilająca się*, *obecna* jest zjawiskiem ocenianym negatywnie, *wrogiem*, który *naciera*, *uderza*, *wymusza*, *niszczy*, *zabija*. Do jej opisu, podobnie jak w wypadku koronawirusa, służą zatem metafory walki, nierzadko wręcz walki z żywiołem.

Wykres 4. Słowa kluczowe w prasie – okres II, 20.04.–17.05.2020

Również w II okresie najczęściej pojawia się słowo *koronawirus* (1 699 artykułów), zwłaszcza w „Rzeczpospolitej", gdzie zresztą najczęściej poruszano tematy związane z sytuacją pandemiczną – 2 457 artykułów. Kolejne najczęściej występujące nazwy to *pandemia* (1 022 artykuły) i *epidemia* (952 artykuły), a zatem już na początku drugiego kwartału 2020 r. zdawano sobie sprawę z tego, iż koronawirus z chińskiego Wuhan szybko się rozprzestrzenia i jest obecny na całym świecie, nie jest więc zjawiskiem lokalnym.

W II i III okresie słowo *epidemia* ustępuje miejsca *pandemii*. 11 marca 2020 r. WHO ogłosiła stan pandemii, wprowadzając tym samym do przekazów medialnych nową nazwę pozwalającą opisać sytuację

związaną z rozprzestrzenianiem się wirusa SARS-CoV-2 i zachorowaniami na COVID-19. Stan ten ogłaszany jest w sytuacji, gdy epidemia obejmuje więcej niż jeden kontynent, co oddaje *Wielki słownik języka polskiego*: *pandemia* to 'epidemia, która pojawia się w tym samym czasie na bardzo dużym obszarze i obejmuje zasięgiem różne kraje i kontynenty'. Etymologia nie wskazuje na różnicę przestrzenną, lecz ilościową – z gr. *pandēmía* – 'cała ludzkość'.

Realnoznaczeniowa definicja słowa *pandemia* oraz kulturowo i społecznie uwarunkowane jego konotacje, podobnie jak wcześniej opisywane znaczenia i aksjologiczny wymiar nazw, współtworzą medialny obraz koronawirusa. Istotne informacje dotyczące *pandemii* wyrażone są w kolokacjach. Słowo to łączone jest z polem semantycznym walki (*walczyć*, *zwalczać*, *powstrzymywać* itp.). Postrzegana jest ona jako kataklizm zagrażający ludzkości. W wypowiedziach wielu speakerów uobecniły się negatywne skutki społeczne oraz odczucia, jakie wywołuje *epidemia*, dlatego można stwierdzić, że słowo to zawiera też ładunek emocjonalny i aksjologiczny, konotuje bowiem zagrożenie, brak bezpieczeństwa, a także emocje lęku, strachu, przerażenia, co uwidacznia się w tworzonych apokaliptycznych wizjach końca świata.

Jak donoszą media, pandemia *spowodowała ogromne spustoszenie*, *dopada*, *buszuje w nas*, *zmieni wszystko*. *Zmienia bankowość na giełdzie*, *radykalnie nas zmieni*, *zrewolucjonizowała sposób*, w jaki pracujemy, uczymy się i spędzamy wolny czas, *zmienia preferencje klientów*, *utrudnia prowadzenie firmy w sposób uczciwy*, *pogrąża świat w długach*, *zatrzyma lokomotywę eksportu*. Pandemia *uderza w czynsze*, *przerodzi się w trwałą światową dekoniunkturę*, *krzyżuje plany zagranicznych gigantów*, przez nią *spadnie eksport polskiego przemysłu motoryzacyjnego*. Pandemia będzie *poważnym ciosem dla rynku pracy*, *spowoduje zwolnienia* i *upadłości*, *uderzy w prawniczy rynek*, *nie oszczędza naszych portfeli*, *wpłynie na kariery piłkarzy*, *uderza w rowery miejskie*, *zmieniła bardzo letnie urlopy*, jest też *katalizatorem nowych cyberzagrożeń*.

Pandemia *zagraża* nie tylko *zdrowiu*, ale i *demokracji*, *sprawdza jakość zarządzania*, ale też *więzi rodzinne*. Pandemia *uwypukliła* np. *podziały ideologiczne wśród Amerykanów*, *zdominowała dyskurs polityczny w Waszyngtonie*, w Europie *wypłoszyła cudzoziemców*. W artykule pod znamiennym tytułem „Jak pandemia zmieniła Europę" czytamy:

> Rozczarowanie opieszałością struktur UE i nieudolnością rządów, spadek zaufania do ekspertów, ale też wiara w sens europejskiej solidarności – pandemia zmieniła nasze postrzeganie Europy i świata. [...] Z badania wynika, że pandemia zmieniła nie tylko postrzeganie przez Europejczyków własnych rządów i unijnych struktur, ale też reszty świata. Aż 60 proc. respondentów przyznaje, że bardziej negatywnie postrzega dziś Amerykę, podczas gdy blisko połowa ma gorszą opinię o Chinach. Autorzy raportu zauważają, że pandemia zmieniła też postrzeganie przez Europejczyków miejsca UE na globalnej scenie politycznej (GW 30.06.2020).

Publicyści przypominali także o istotnych wartościach, których znaczenie i waloryzacja nie powinny się zmienić:

> Pandemia przypomniała nam znaczenie solidarności międzyludzkiej, którą papież nazwał regułą dobrego Samarytanina. Oznacza to, że „każdy inny wybór kończy się przyjęciem opcji zbójców lub tych, którzy mijają napotkanego na drodze rannego, nie udzielając pomocy". Pytania o wiarę stają się zasadne, gdyż w obliczu śmiercionośnego wirusa łatwo się pogubić. Iluż jest krytykujących i panikujących, których dusza zasłonięta jest czarną chmurą niezadowolenia (RZ 01.04.2020).

Pandemia uderza w najbogatszych

Chorwaci pamiętają wojnę, Grecy – finansową katastrofę. Takie doświadczenia uczą dyscypliny, która dziś pozwala im skuteczniej rozprawiać się z koronawirusem – ocenia „New York Times".

Marta Urzędowska

W czasie kiedy nowy koronawirus rozprzestrzenia się na świecie, można zaobserwować ciekawe zjawisko: bogate kraje wcale nie radzą sobie z pandemią lepiej niż biedne. Okazuje się, że – choć teoretycznie mają więcej pieniędzy, większą sprawność mobilizowania środków i poętne mechanizmy państwowe, które mają wspomagać społeczeństwo w kryzysie – w walce z wirusem wypadają dość blado. Ten paradoks przeanalizowali dziennikarze „New York Times".

Wiedzą, że bywało gorzej

Podkreśla tamtejszy: że najbardziej dotknięte pandemią kraje Europy to Wielka Brytania, Francja i Włochy, czyli jedne z największych europejskich gospodarek. Za te mniejsze, biedniejsze kraje – jak Chorwacja czy Grecja – zarządzały bliskawicznie i skutecznie: wprowadziły surowe ograniczenia, przekonały ludzi do ich przestrzegania i utrzymały wirusa z rzadkich tak, że dziś stopniowo znoszą obostrzenia.

„New York Times", cytując eksperto, analizuje przyczyny tego sukcesu. Możliwe, że społeczeństwa tych krajów wykształciły w przeszłości umiejętność radzenia sobie z trudnościami i dyscyplinę wynikającą z doświadczeń wojennych, jakich doświadczyły na tyle niedawno, że dużo części mieszkańców doskonale je pamięta. I tak w porównaniu z wojną (w przypadku Chorwacji, czy gospodarczą katastrofą (w Grecji) dzisiejsze zamknięcie gospodarek wyznaczone pandemią wyrzeczenia czy niepewność jutra nie wydają się tak dramatem jak społeczeństwom przywykłym do spokoju i dobrobytu.

W Chorwacji zadbał wiele osób dobrze pamięta konflikt na Bałkanach z lat 90. i konieczność barykadowania się tygodniami w domach przy ciągłym poczuciu zagrożenia. Z kolei w Grecji, gdzie wszyscy doskonale pamiętają olbrzymi kryzys zadłużenia sprzed kilku lat, dzisiejsza wizja wzrostu bezrobocia i finansowych turbulencje to nie nowina.

– Owszem, bardzo się boją. Ale dyscyplina, jakiej się nauczyliśmy, pomaga nam się dostosować i wytworzyć coś w rodzaju wyimaginowanej jedności – tłumaczy cytowany w dzienniku 45-letni Chorwat, który wspomina, że w latach 90. musiał wbiegać na szczyt pobliskiego wzgórza i odpalać syrenę ostrzegającą przed nalotem.

– Byłem dzieckiem, ale dobrze pamiętam, jak gralibyśmy w piłkę nożną, obserwując jednocześnie pocisk spadający z nieba – wspomina. Jest pewien, że sposób, w jaki Chorwaci odpowiedzieli na pandemię, ma źródło w czasach wojny i wczesnych lat – komunizmu.

Mniejsza skłonność do buntu?

Według przygotowywanej w Oksfordzie skali surowości wprowadzonych w czasie pandemii obostrzeń Chorwaci są na samym szczycie. Ale przyniosło to efekty: do tej pory zmarło tu zaledwie 96 osób, co oznacza, że z powodu zakażenia wirusem 2,1 osób na 100 tys., podczas gdy w Nowym Jorku to aż 137 osób na 100 tys.

– Chorwacja sięgnęła po maksymalne obostrzenia, a właśnie zaczynają bardzo stanowczo – tłumaczy Thomas Hale, prof. z Oksfordu, który przypomina, że w krajach wschodniej Europy częściej niż na zachodzie kontrolnym obostrzenia są bardziej zdecydowane. – Możliwe, że ludzie w tych krajach rzadziej się buntują i są bardziej gotowi się zaakceptować – dodaje.

W efekcie Chorwacja jest 27 kwietnia jako jedyne z pierwszych krajów zaczęła znosić niektóre restrykcje.

Grecja skończyła lockdown gospodarki nieco później, bo 4 maja. Liczba ofiar śmiertelnych koronawirusa w tym kraju też jest stosunkowo niewielka – z powodu zakażenia zmarło 151 osób. Grecy mimo gorszej recepsji wykazują w sondażach duży optymizm. Uważają, że ostatni kryzys zadłużenia, podczas którego ich gospodarka skurczyła się o jedną czwartą, dał im odporność, która i tym razem pozwoli im wyjść z opresji.

• Pusta plaża w miejscowości Alimos na przedmieściach Aten, 4 maja 2020 r.

Ryc. 9. „Gazeta Wyborcza", 12.05.2020

GOSPODARKA

Pandemia poraziła złotego i polską giełdę

Dolar ponad 3 proc. w górę, euro 1,4 proc., frank prawie 1,5 proc. WIG20 ponad 13 proc. w dół.

WIG w pkt: -36 proc., 37 164
euro kurs w zł: 3,5 proc., 4,39
dolar kurs w zł: 6 proc., 3,96
frank szwajcarski kurs w zł: 6 proc., 4,15

PANDEMIA KORONAWIRUSA rzp.pl/koronawirus

Ryc. 10. „Rzeczpospolita", 13.03.2020

„Obecny kryzys obnażył słabości jednych firm, ale dla innych okazał się szansą. Dziś jak nigdy innowacyjność jest w cenie. Pandemia COVID-19 stała się katalizatorem zmian. Bardzo radykalnych" (RZ 16.06.2020). Pandemia niektórym sektorom „dała wiatr w żagle" (RZ 26.06.2020), ma też zatem w pewnych aspektach pozytywne skutki, np. uczyniła nas silniejszymi, przyspieszyła automatyzację branży logistycznej. Kolejne nagłówki zapowiadają, że „Pandemia nas nie zatrzyma" (RZ 1.06.2020); „Pandemia wymusi ekologiczna uprawę" (F 30.04.2020); „Pandemia szansą dla OZE" (RZ 30.04.2020); „Pandemia łagodzi zasady zatrudniania cudzoziemców" (RZ 14.05.2020); „Pandemia zwiększyła lojalność specjalistów i menedżerów" (RZ 01.07.2020). Pandemia okazała się matką wynalazków, sprzyja procesom digitalizacji:

> Pandemia stała się impulsem dla szybszego rozwoju cyfryzacji i robotyzacji medycyny na całym świecie. A w krakowskim Szpitalu na Klinach jedynie przyspieszyła procesy transformacji technologicznej, które były już w toku (GW 27.03.2020).

Wykres 5. Słowa kluczowe w prasie – okres III, 15.06.–12.07.2020

Kolejnym słowem kluczem pojawiającym się często w prasie II okresu, rzadziej III, a prawie niewystępującym w telewizyjnych serwisach

informacyjnych, jest *zaraza*. Według współczesnych leksykografów to ‘niebezpieczna dla życia choroba zakaźna występująca w masowej skali na jakimś terenie’ (WSJP), ‘szybko szerząca się groźna choroba zakaźna, epidemia’ (SJP Dun).

W analizowanym materiale prasowym wyraz *zaraza* jako nazwa wirusa wywołującego COVID-19 wystąpił łącznie w 261 artykułach. Najczęściej towarzyszą jej określenia: *chińska*, *z Chin*, *nowa*, *nieznana*, *szalejąca*, *globalna*, *bezlitosna*, *śmiertelna*. *Zaraza* budzi negatywne skojarzenia, bywa przedstawiana jako wojna lub kataklizm, gdyż zachowuje się w sposób nieprzewidywalny jak wroga armia czy żywioł, o czym świadczą kolokacje, w których się pojawia, np.: *przywędrowała*, *przypełzła*, *spadła*, *dotarła*, *wybuchła*, *opanowuje*, *przeniosła się*, *atakuje*, *nie wybiera*. *Dopada* nawet *najpiękniejszych i najsprytniejszych*, *zaatakowała* przede wszystkim *ciężko chorych seniorów*. Zaraza *atakuje* też coraz więcej *polityków*, *nie oszczędza* ich *bliskich*. *Rozlewa się po Polsce*, *uderza w Afryce*, *USA*. *Utrudnia życie Polakom*. Zaraza *dopadła budżet* państwa, *wytyczyła granice*, *zamknęła* je, *uwięziła w domach*, jest *wspólnym wrogiem*; *przybiera na sile*, *rozlewa się*, *idzie z …*, *szerzy się*, *roznosi się*, *panuje*, *szaleje*, *dziesiątkuje najsłabszych i najstarszych*, *zbiera żniwo*, *ruszy z nową siłą*, *wróci*. *Rozprzestrzenia się* po świecie, *nie ustępuje*, *nie odpuszcza*, *czyha zewsząd* i *zbiera śmiertelne żniwo*, *dopadła*, *zabija/wybija/zabiła*, *zabrała życie*; zaraza *ma się dobrze*; *daje się we znaki*. Chińska zaraza *zatacza coraz szersze kręgi*, *postępuje szybko*, ale *można z nią wygrać*. Dziennikarze donoszą:

> Zaraza z Chin jest tak groźna, że Sejm przyjął specjalną ustawę o walce z zagrożeniem. Ministerstwo Zdrowia mówi Polakom, jak się zachowywać w obliczu koronawirusa (F 04.03.2020).

> „Chiny pokonują zarazę”
> W zalewie złych wiadomości na temat koronawirusa jest na szczęście jakaś dobra informacja. Podczas gdy w Europie zaraza jest w ofensywie, w Chinach sytuacja pomału wraca do normy (SE 12.03.2020).

> We Włoszech brakuje miejsc w kostnicach! Na północy kraju, gdzie chińska zaraza zbiera największe żniwo, zaczęto przerabiać przycmentarne kościoły i kaplice na miejsca składowania ciał (SE 17.03.2020).

> Chińska zaraza stanowi zagrożenie dla wszystkich, ale na szczególne niebezpieczeństwo narażone są osoby zmagające się ze schorzeniami przewlekłymi. Ci pacjenci powinni zachować więc szczególną ostrożność (SE 31.03.2020).

Warto zauważyć, że najczęściej wyraz ten pojawiał się w I okresie na łamach dziennika „Super Express" jako kolokacja *chińska zaraza*, co miało podkreślić obcy charakter wirusa. Społeczno-polityczne tabloidy najczęściej wykorzystywały wyraz *zaraza* do tworzenia emocjonalnych tytułów, wywołujących strach w odbiorcach, np. „Księdza zabiła chińska zaraza" (SE 25.02.2020); „Chińska zaraza atakuje w Polsce" (SE 18.03.2020); „Zaraza może być wszędzie" (SE 05.03.2020); „Zaraza zabiła go w 3 godziny" (SE 27.04.2020); „Zaraza opanowuje USA" (SE 28.03.2020); „Nie pozwolę, by zaraza zabiła mój teatr" (SE 1.04.2020); „Pomagał innym. Zabiła go zaraza" (SE 20.04.2020). W tym miejscu należy jednak dodać, że po pierwsze, pojedyncze wystąpienia wyrażenia *chińska zaraza* w „Gazecie Wyborczej" oraz „Rzeczpospolitej" pojawiają się z graficznym znakiem cudzysłowu, sugerującym dystans piszącego, po drugie, nazwy wskazujące na chińską proweniencję wirusa uznane zostały przez polityków i nadawców medialnych za politycznie niepoprawne (Kuligowska 2020: 113).

Na łamach dzienników „Fakt" i „Super Express" wyraz *zaraza* pojawia się tam, gdzie opisywane są przypadki z życia zwykłych ludzi z niewielkich miejscowości. Nie brakuje w nich intymnych szczegółów, które łamią tabu związane z opisami śmierci czy choroby, ponieważ COVID-19 traktuje się jako sensację. Narracja ta ma uzmysłowić odbiorcom, że także oni mogą zachorować, co więcej, w takiej sytuacji staną się zagrożeniem dla innych, np.:

> Panią Barbarę dopadła zaraza z Chin, na Czapury padł blady strach (F 13.03.2020).

> Przez niego zaraza rozlała się po Krotoszynie i okolicy (SE 25.04.2020).

> Mieczysław Opałka (66 l.), pierwszy Polak zakażony koronawirusem, walczył z chińską zarazą i ją pokonał! (SE 19.03.2020).

Idyllę przerwała chińska zaraza. Jeszcze przed rozwiązaniem Emilia dowiedziała się, że jest zakażona koronawirusem. Prawdopodobnie zakaziła się od własnej mamy, która walczy z tą groźną chorobą. Leoś przyszedł na świat przez cesarskie cięcie, a tuż po porodzie jego mamusię przewieziono do szpitala w Łańcucie. Emilia zmarła w piątek (SE 23.03.2020).

WSZYSCY MINISTROWIE ROLNICTWA PODDANI KWARANTANNIE

Zaraza atakuje polityków

Minister Jan Krzysztof Ardanowski (59 l.), z lewej, i wiceminister Ryszard Kamiński (55 l.)

Złe wieści z Ministerstwa Rolnictwa. W piątek resort poinformował, że koronawirusa wykryto u wiceministra Ryszarda Kamińskiego (55 l.), i w związku z tym całe kierownictwo przebywa na kwarantannie. Kamiński to niejedyny polityk z problemami – koronawirusa ma także były kandydat na prezydenta i najbliżsi ministra środowiska!

Informacje o zakażeniu wiceministra Kamińskiego krążyły już wczesnym rankiem. Tuż przed południem potwierdził je resort rolnictwa. Całe kierownictwo udało się na przymusową kwarantannę i przechodzi na pracę zdalną. Niełatwe chwile przeżywa też pierwszy zakażony koronawirusem członek rządu. Minister środowiska Michał Woś (29 l.) przekazał w mediach społecznościowych, że zaraza dopadła też jego żonę i córeczkę! Na szczęście obie są w dobrym stanie. – Wieczorem 17 marca trafiłem do szpitala, nie obyło się bez podania tlenu. Dziś wypuszczą nas na leczenie domowe – napisał wczoraj Woś. Dodał, że jest pełen podziwu i wdzięczności dla pracowników służby zdrowia. Niestety, na tym nie kończy się zły bilans piątku. Wirus nie uznaje podziałów i atakuje polityków różnych partii. – Jestem w szpitalu i czuję się dobrze. Wyjdę z tego i wszyscy z tego wyjdziemy. Musimy – poinformował o zakażeniu koronawirusem Adam Jarubas (46 l.), w przeszłości kandydat na prezydenta z PSL, a dziś europoseł. DG

Ryc. 11. „Super Express", 21.03.2020

ALARM! ZARAZA W POLSCE

Zaraza może być wszędzie

Kto mógł się zarazić?

Ryc. 12. „Fakt", 05.03.2020

W pozostałych tytułach prasowych wyraz *zaraza* pojawiał się w formie obrazowych porównań, np. „To nasza zaraza, taka nasza dżuma" (GW 28.04.2020); „Zaraza to rodzaj wojny" (GW 11.05.2020). Autorzy artykułów wykorzystywali też drugie znaczenie leksykalne tego słowa, odnoszące się do opisu człowieka – 'z najwyższą niechęcią, z intencją obraźliwą, o kimś ujemnie ocenianym': „Ludzkość to zaraza" (GW 11.05.2020) czy „Teraz zaraza to pracownicy służby zdrowia" (GW 1.05.2020). Tytułując w taki sposób artykuły, zwracali m.in. uwagę na strach, jaki w wielu wypadkach jest wynikiem poczucia zagrożenia, obawy przed kontaktem z drugim człowiekiem – potencjalnie zakażonym. Warto przytoczyć też fragment rozmowy z lekarzem, który zgłosił się na ochotnika do pracy w szpitalu w Tychach, przeznaczonym tylko dla chorych zakażonych koronawirusem. W jego wypowiedzi następuje negatywne wartościowanie stanu rzeczy desygnowanego przez badaną nazwę, jednocześnie wypowiedź nie epatuje ani strachem, ani patosem:

> Ale dawno takiej choroby nie było.
> – Może ostatnią, podobną, była hiszpanka, też bardzo zaraźliwa. Minęło wiele lat i jest COVID-19. To nasza zaraza, taka nasza dżuma. Stawiamy jej czoła. Są tu młodzi kapitalni ludzie. W ogóle ci, z którymi tu pracuję: lekarze, pielęgniarki, salowe, a nawet spawacz – są dobrzy i na swoim miejscu. Może gdybyśmy mieli drugą Lombardię, nie byłoby tak dobrej atmosfery, ale na razie stać nas na uśmiech (GW 28.04.2020).

Zupełnie inaczej słowo *zaraza* funkcjonuje w dzienniku „Rzeczpospolita", gdzie pojawia się najczęściej w zdaniach do pewnego stopnia pełniących funkcję sentencji odnoszących się do życia społecznego:

> – Zaraza zmobilizowała część społeczeństwa. Urodziło się wiele inicjatyw, są zbiórki pieniędzy i petycje do władz. Wielu woli się nie wypowiadać i przesiedzieć w domu. Wszyscy jednak znajdują się w stanie niepokojącego oczekiwania – dodaje (RZ 25.03.2020).

> Pandemia wymusza też przewartościowanie polityki w samej Unii. Zaraza pokazała, że europejski solidaryzm bywa papierowy, a czasami bardziej opierał się na ideologii niż na trosce o dobro wspólne (RZ 15.06.2020).

> Zaraza, która opanowała nasze miasta, przypomina nam również o tym, że człowiek jest przede wszystkim zwierzęciem politycznym. Nie możemy żyć poza wspólnotą. Coś takiego, jak stwierdził Arystoteles, potrafiłby zrobić jedynie Bóg albo zwierzę (RZ 25.04.2020).

Wypowiedzi w newsach telewizyjnych, w których pojawia się kluczowe słowo *zaraza*, mają różne nacechowanie emocjonalne. 18 marca 2020 r. w „Wydarzeniach" marszałek województwa lubuskiego Elżbieta Polak z entuzjazmem mówi o wyzdrowieniu pierwszego Polaka, który zakaził się koronawirusem: „Skoro pacjent zero pokonał zarazę, to pozostali też na pewno pokonają" (Polsat 18.03.2020). Natomiast 3 maja 2020 r. w newsie o znamiennym tytule „Rosnące napięcie" pojawiła się wypowiedź Marszałka Senatu Tomasza Grodzkiego, dla którego *zaraza* nie jest już czymś

łatwym do pokonania, dlatego lekarz-polityk domaga się, by zrezygnować z organizacji wyborów kopertowych: „Należy przełożyć wybory na spokojniejszy czas, gdy pokonamy zarazę" (Polsat 2.05.2020).

Wykres 6. Słowa kluczowe w „Wydarzeniach"

Dzień później słowo *zaraza* znów pojawia się w wypowiedzi reportera Wojciecha Dąbrowskiego, który informuje, iż państwowe obchody Święta Narodowego Trzeciego Maja były „ograniczone do minimum, do maksimum zachowano środki bezpieczeństwa" oraz że prezydent Andrzej Duda mówił o walce z epidemią i w „dziesięciominutowym wystąpieniu aż 3 razy wspomniał o stabilności władzy w czasach zarazy" (Polsat 3.05.2020). Prezydent uznał, że w czasach zarazy Polacy potrzebują ładu, porządku, zaufania, solidarności i współpracy. Wartości te przeciwstawił destabilizacji i kłótniom. *Zaraza* pojawiła się w tym newsie ponownie, ale już w wypowiedzi innego speakera. Arcybiskup Stanisław Gądecki w kaplicy cudownego obrazu zawierzał Polskę Bogu w następujący sposób: „oddal od nas wszelką zarazę błędów i grzechów, pandemię koronawirusa, grożącą nam suszę, jak również kryzys ekonomiczny i związane z tym bezrobocie" (Polsat 3.05.2020). W modlitwie Przewodniczącego Konferencji Episkopatu Polski obok siebie wystąpiły *zaraza błędów i grzechów* oraz *pandemia koronawirusa*. Ta druga przez dziennikarza nazwana została *zarazą*, arcybiskup za *zarazę* uznał zaś 'ułomność, słabość i grzeszność człowieka'. To zastanawiające zestawienie, gdyż w tym czasie w innych mediach pojawiły się głosy, że Bóg stracił cierpliwość i zesłał zarazę, by skłonić ludzi do nawrócenia (Machinek 2020).

Natomiast w „Wiadomościach" TVP1 *zaraza* przywołana została w tytule dwunastego newsa: „Trening w czasie zarazy", poświęconego temu, jak sportowcy zamienili własne mieszkania, garaże i piwnice na siłownie, by trenować przed sezonem letnim i igrzyskami olimpijskim. Reporterka Kinga Kwiecień stwierdziła, że: „W czasach zarazy kaszubski dom Angeliki Cichockiej stał się olimpijskim centrum dowodzenia" (TVP1 21.04.2020). Zaraza okazuje się zatem 'czasem wymagającym nietypowych rozwiązań', ale polscy sportowcy świetnie sobie z tym radzą, potrafią również zachęcić do aktywności fizycznej swoich kibiców.

Trzy dni później w „Wiadomościach" znów pojawiło się słowo *zaraza* w tytule newsa: „Musimy obronić demokrację w czasie zarazy" (TVP1 24.04.2020). W tym komunikacie *zaraza* okazuje się 'czasem obrony, walki polskich władz z Unią Europejską o wartości'. Komisarz Didier Reynders był zaniepokojony przygotowywanymi w Polsce wyborami, ale Komisja Europejska uznała, że decyzja o sposobie organizacji zależy wyłącznie od państwa członkowskiego. Minister Zbigniew Ziobro wyjaśnił komisarzowi, że „polska demokracja ma się bardzo dobrze". Polscy politycy zaapelowali, by Unia zajęła się realnymi problemami, ponieważ walczy z zarazą i walczy o przetrwanie. Jej problemy wynikają z przyjęcia idei polityków z frakcji liberałów i socjalistów. Wiceminister Marcin Warchoł zaproponował, by obniżono pensje członków komisji i przeznaczono zaoszczędzone środki na walkę z koronawirusem oraz zauważył, że np. w Hiszpanii wprowadza się cenzurę mediów. Zaraza testuje zatem instytucje unijne, brak jedności i odpowiedzialności członków Unii Europejskiej oraz czyni z Polski obrońcę demokracji i konserwatywnych wartości.

Wskazane powyżej przykłady pokazują, że wyraz *zaraza* wykorzystany w dyskursie medialnym ulega różnorodnym przekształceniom kontekstowym, co wpływa na jego znaczenie, konotacje, a jednocześnie – jakość komunikacji z odbiorcami poszczególnych tytułów prasowych i serwisów informacyjnych.

Samo słowo *wirus* ma w polszczyźnie wiele znaczeń. Dla niniejszych analiz istotna jest następująca definicja medyczna: 'twór znacznie mniejszy od bakterii, rozmnażający się tylko wewnątrz innego organizmu, powodujący choroby', która – jak podaje WSJP – w literaturze o leczeniu chorób obowiązuje od ok. 1970 r. Etymologia odsyła do francuskiego *virus* 'zarazek, coś jadowitego, trującego' oraz łacińskiego *vīrus* 'jad, sok trujący

lub śmierdzący' i wskazuje na coś wrogiego, co może zabić. Jak przekonują media, ten *śmiertelnie niebezpieczny*, *niewidzialny wróg* był, jest i będzie we wszystkich krajach świata. Wirus *uciekł z laboratorium w Wuhan* i *jest wszędzie*, m.in. w szpitalu, przedszkolu, zakonie, kopalni, klubie, teatrze, w drużynie, w rzeźni, w Polsce, w Europie, we Włoszech, w Pekinie.

Wykres 7. Słowa kluczowe w „Faktach"

Wirus *po cichu od jakiegoś czasu rozprzestrzeniał się* i *zbiera obecnie największe żniwo*, *kosztował życie* wielu tysięcy ludzi w Polsce, jego *ofiarą w dużym stopniu padają ludzie młodzi (18–35 lat) – dla wirusa łupem jesteśmy my wszyscy*, *nie oszczędza* nawet *gwiazd* i *polityków*. Nazywany *wirusem z Wuhan* albo *chińskim*, określany jest jako *niezwykle groźny*, *wredny*, *wywołujący wiele wątpliwości*, *śmiertelny*. *Dokonuje* on *zakażenia*, *spustoszenia*, *infekuje*, *uaktywnia*, *tworzy lokalne ogniska*, *przenosi się*, *rozpowszechnia się*, *rozprzestrzenia się*, *szerzy się*, *krąży po świecie w sposób wybiórczy*, *wymyka się spod kontroli*, *szaleje*, *demoluje*, *traci moc*, *słabnie*, *wraca*, ale także *otacza*, *atakuje* czasem *ze zdwojoną siłą*, *uderza z ogromną siłą*, *frontalnie*, *dopada*, *dopadł*, *otoczył*, *wykończy*, *pokona*, *dziesiątkuje*, znów *zaatakuje*, *zabija*. Dzienna liczba przypadków pokazuje, że walka *z wirusem z Chin* wciąż się toczy, że *w dalszym ciągu trzeba się obawiać*, *pocieszające* jest to, że *cała Polska nie jest zalana wirusem w jednolity sposób*. Ludzie *zakażają się*, *infekują*, *zarażają się* wirusem, *przekazują go sobie*, *przechodzą* wirusa *objawowo* lub

bezobjawowo, *walczą z nim*. Wielokrotnie na jego temat wypowiadają się eksperci medyczni i przekonują, np. że wirus *rozprzestrzenia się drogą kropelkową*, *w niskich temperaturach dłużej przeżywa w powietrzu*, *chowa się w zwojach nerwowych*, *wnika do płuc* i *zaczyna się namnażać w komórkach oddechowego nabłonka*. Natomiast eksperci innych dziedzin pokazują, jak wirus wpływa na otaczającą rzeczywistość, np. *odmroził stopy procentowe*, *likwiduje małe szkoły*, *obezwładnia onkologię*, *zmienia firmy*, *zaraża biznes*, *„wygumkował" cały ten pełzający zamach stanu*, *wyhamowuje inwestycje*, *wywołał prawdziwą rewolucję w handlu*, *wymusił szybkie przestawienie się rynku na nowe technologie*, wirus *podcina skrzydła dolinie lotniczej*, *zatrzymał komorników*, *zablokował narkobiznes*, *zabrał dopłaty na wakacje*. Wirus wpływa także na życie polityczne, gdyż *zmieni wybory*, *uderzył w imigrację*, *zatrzymał Putina*, *otoczył Trumpa*, *koronuje Bidena*. Jak podaje jeden z dzienników: „ten wirus jest jak hydra! Gdy rząd obetnie jej jeden łeb, odrasta nowy!" (F 18.03.2020). Dużo rzadziej pojawiają się informacje o tym, że wirus *traci moc* dzięki blokadzie kraju, dystansowi społecznemu i używaniu środków dezynfekujących.

Ryc. 13. „Fakt", 18.03.2020

Ryc. 14. „Gazeta Wyborcza", 1.04.2020

Obok informacji o wirusie SARS-CoV-2 w prasie przeczytać można, że *nie udało się uniknąć wirusa politycznych porachunków* albo o *szalejącym wirusie nienawiści*. Analiza kontekstów użycia słowa *wirus* zarówno w odniesieniu

do *koronawirusa*, jak i innych sfer życia przekonuje, że jest on tworem żywym, wręcz antropomorfizowanym, który nierzadko sytuowany jest w kategorii wroga, zagrożenia dla człowieka. Czasem jednak jego pojawienie się wprowadziło pozytywne zmiany, gdyż *podniósł pensję*, *pomógł dłużnikom*. W pierwszym okresie wywoływał silne emocje, ale szybko się to zmieniło, gdyż już na początku maja 2020 r. media donosiły, że „przestajemy się bać wirusa, bo nam spowszedniał" (GW 5.05.2020).

Równie często słowo *wirus* pojawiało się w serwisach informacyjnych, m.in. w tytułach newsów. Podobnie jak w prasie także w telewizji wykorzystywana jest metaforyka wojenna: „Na wojnie z wirusem" (Polsat 27.03.2020); „Wirus w natarciu" (Polsat 14.03., 25.03.2020; TVN 22.04.2020, 11.07.2020); „Walka z wirusem" (Polsat 16.03.2020); „Wirusowa bomba?" (TVN 9.05.2020). Dzięki napisom odbiorca dowiadywał się, gdzie pojawił się wirus danego dnia: „Wirus w domu pomocy" (Polsat 14.03.2020); „Wirus za drzwiami" (Polsat 29.03.2020); „Wirus na stadionie" (Polsat 17.03.2020); „Wirus na drodze" (Polsat 18.03.2020); „Rajd z wirusem w tle" (Polsat 27.03.2020); „Wirus na Śląsku" (Polsat 20.04.2020); „Wirus w prokuraturze" (Polsat 21.04.2020); „Wirus w Białym Domu" (TVN 12.05.2020); „Wirus na wyspach" (TVP1 18.03.2020); „Wirus w Ameryce" (TVP1 18.03.2020); „Wakacje z wirusem" (TVN 24.06.2020). Zapewne nakłonić do refleksji, a może i uspokoić miały informacje o tym, że wirus jest siłą, z którą walczą nie tylko Polacy, ale także: „Świat walczy z wirusem" (TVP1 14.03.2020); „Włosi nadal przegrywają wojnę z wirusem" (TVP1 25.03.2020). Ludzkość stara się znaleźć „Lek na wirusa" (Polsat 21.04.2020); „Przeskoczyć wirusa" (Polsat 23.06.2020). Dotyka on pojedynczych osób, przedstawicieli jednostek samorządowych i władz państwowych, jak i całych instytucji: „Minister kontra wirus" (TVP1 14.03.2020); „Rząd walczy z wirusem, opozycja między sobą" (TVP1 27.03.2020); „Wojsko walczy z wirusem" (TVP1 1.05.2020); „Naukowcy walczą z wirusem" (Polsat 29.03.2020);„Wirus tnie fryzjerów" (Polsat 30.03.2020); „Śląsk walczy z wirusem" (Polsat 15.05.2020). Wirus wpływa na odbywające się kampanie wyborcze: „Kampania w cieniu walki z wirusem" (TVP1 14.03.2020); „Kampania z wirusem" (Polsat 4.03.2020); „Wirusowa kampania" (Polsat 14.03.2020), a dla niektórych jest czymś pożądanym – „Zarobić na wirusie" (TVN 22.03.2020).

Wykres 8. Słowa kluczowe w „Wiadomościach”

Geneza nazwy określającej wirusa powodującego epidemię COVID-19[24] wiąże się z obserwacjami naukowców, którzy na podstawie zespołu objawów powodowanych przez koronawirus określili go – jak zauważono wcześniej – jako *severe acute respiratory syndrome coronavirus* 2, co przedstawiane jest za pomocą skrótowca *SARS-CoV-2* (Ziółek 2020). Cyfra 2 wskazuje, że opisywany wirus jest podobny do wirusa *SARS-CoV* będącego przyczyną epidemii w Azji i Kanadzie w latach 2002–2003 oraz wirusa *MERS-CoV*, który w latach 2012–2014 wywołał epidemię na Bliskim Wschodzie (Ziółek 2020). Nazwa *SARS-CoV-2* powstała na gruncie medycznym i przeniknęła do dyskursu medialnego. Frekwencja tej nazwy w tekstach medialnych nie jest jednak wysoka, co może się wiązać z medycznym, terminologicznym charakterem opisywanej jednostki. Najczęściej wykorzystywana jest w przekazach prasowych, w których zwykle stanowi składową nazwy *wirus SARS-CoV-2*, pełniąc funkcję identyfikującą, dookreślającą typ wirusa (Kuligowska 2020: 121)[25].

24 W literaturze medycznej i WSJP skrótowiec *COVID-19* jest zapisywany wielkimi literami, jednak w analizowanym materiale pojawił się też zapis *Covid-19*, *Covid*. W cytatach pozostawiono oryginalną pisownię.

25 K. Kuligowska zauważa, że w kontekstach prasowych leksem *wirus* nierzadko funkcjonuje już jako nazwa jednoznacznie wskazująca na SARS-CoV-2 (Kuligowska 2020: 121).

Medyczną proweniencję ma także leksem *COVID-19* (zapisywany najczęściej jako *Covid-19*[26]), który jest skrótowcem utworzonym od angielskiego określenia *coronavirus disease 2019* (WSPJ), używanym jako nazwa choroby wywoływanej przez wirus SARS-CoV-2[27]. W tekstach medialnych leksem ten stanowi często składową nazwy wieloczłonowej, której pierwszym członem jest wyraz *epidemia* lub *pandemia*, co poświadcza używanie go jako hiponimu dookreślającego konkretną chorobę. Kontekst występowania słowa *COVID-19* pokazuje, że może stanowić dla nadawcy zarówno nazwę choroby, jak i synonim dla miana *wirus SARS-CoV-2*, w którym podkreślony zostaje skutek, jakim jest nazwa infekcji wywoływanej przez opisywany wirus.

W mediach nazwa *COVID-19* pojawia się, gdy jest mowa o *badaniach w celu wykrycia COVID-19*, krzywej epidemii, czyli *liczbie potwierdzonych zachorowań na COVID-19* w wybranych krajach, pozytywnych wynikach *testu na COVID-19*, *niepokojących objawach związanych z chorobą COVID-19*, o *poważnych zmianach zdrowotnych u ozdrowieńców pozostawianych przez COVID-19*, o naukowcach, którzy *włączyli się do walki z COVID-19* i zastanawiają się, *jak leczy się chorobę COVID*, oraz *szczepionkach zapobiegających rozwojowi objawów choroby COVID-19*. *Chorzy na COVID-19* leczeni są w szpitalach jednoimiennych. Przestrzega się, że *to w jakiejś mierze od nas zależy, jak przechorujemy COVID-19*, oraz że *ciężkiego przebiegu zakażenia powodującego COVID-19 mogą spodziewać się chorzy z przewlekłą obturacyjną chorobą płuc*. Epidemia związana z COVID-19 spowodowała, że *świat wstrzymał oddech*, dowiadując się, że *tyle osób na całym świecie zmarło z powodu COVID-19*.

26 Zdecydowanie rzadszy jest zapis *Covid 19* bez dywizu. Nie spotyka się jednak w materiałach prasowych i wystąpieniach medialnych nazwy *covid*, która w WSJP jest obudowana kwalifikatorem *potoczny* (https://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=102173&ind=0&w_szukaj=covid) [dostęp: 3.03.2021].

27 Badacze podkreślają, że skrótowiec *COVID-19* jest nowym zapożyczeniem (Gębka-Wolak 2021). Zarówno *Wielki słownik języka polskiego*, jak i materiał pochodzący z korpusu FRAZEO potwierdzają, że wyrażenie zadebiutowało w polszczyźnie dopiero w 2020 roku. W przykładach pochodzących z wyszukiwarki FRAZEO pierwsze potwierdzenie wystąpienia skrótowca znajdujemy 13 lutego. Z kolei od początku marca użycia są już systematyczne, najczęściej w przedziale 40–100 wystąpień dziennie, choć zdarzały się dni z wyższą frekwencją, np. 4 sierpnia 2020 r. jednostkę potwierdzono w 153 przykładach.

PANDEMIA

Covid-19 szaleje w kopalniach

Ruszają masowe testy mieszkańców Śląska. Codzienie zbadają tysiąc osób.

IZABELA KACPRZAK

Na Śląsku dramatyczna sytuacja epidemiologiczna – już ponad 400 górników z ośmiu kopalń jest zakażonych koronawirusem i ok. 2 tys. przebywa w kwarantannie. Największa spółka górnicza – PGG – w środę wstrzymała wydobycie w kolejnej, trzeciej swojej kopalni. W regionie zachorowało już blisko 3 tys. osób – najwięcej w Polsce.

Procedury sanitarne, które kilka tygodni temu wdrożyły spółki górnicze, nie wystarczyły, by powstrzymać epidemię – w środę z interwencją na Śląsk przyjechał główny inspektor sanitarny Jarosław Pinkas. – Sytuacja w kopalniach jest gorsza niż w domach pomocy społecznej – przyznał wczoraj rzecznik Ministerstwa Zdrowia Wojciech Andruszewicz.

Procedury nie pomogły

Najgorzej jest w kopalniach Polskiej Grupy Górniczej, która zatrudnia blisko 40 tys. górników. Do 10 maja została wstrzymana produkcja w ich trzech kopalniach: Murcki-Staszic (105 przypadków chorych), Ruch Jankowice (197 osób) oraz Sośnica (53 zakażonych). Jak przyznaje Tomasz Głogowski, rzecznik PGG, w środę pozytywne wyniki otrzymało dwóch kolejnych pracowników innych zakładów: Ruda (Ruch Bielszowice) oraz Zakład Górniczych Robót Inwestycyjnych w Bierunia. W PGG na kwarantannie przebywa już 1489 osób.

Koronawirus pojawił się także w kopalni Boberek w Bytomiu (zakład należy do państwowego Węglokoksu) – do środy zakażonych było już 54 górników, kolejnych 52 w kwarantannie. – Stosujemy wyśrubowane procedury sanitarne. Źródłem zakażenia nie była kopalnia, ale rodziny górników, pracujące w szpitalu w mieście – tłumaczy Jarosław Latacz, rzecznik Węglokoksu. Zakażeni Covid-19 są górnicy kopalni Pniówek należącej do Jastrzębskiej Spółki Węglowej – w środę było 25 chorych. Kopalnia zatrudnia blisko 5 tys. osób, kolejne 2 tys. to pracownicy firm zewnętrznych.

W spółkach górniczych powołano sztaby kryzysowe. Ani Węglokoks, ani Jastrzębska Spółka Węglowa jednak nie wstrzymała wydobycia. – Bardzo szybko zaczęliśmy w naszej spółce stosować surowe zasady zachowania, profilaktyki i procedur sanitarnych. Ograniczono liczbę osób w windach zjeżdżających pod ziemię i wyjeżdżających na powierzchnię. Górnicy używają ochronnych masek i okularów nie tylko na stanowiskach pracy, ale także w drodze do nich. JSW kupiła dla każdego pracownika maseczki wielokrotnego użytku – wylicza Sławomir Starzyński, rzecznik JSW.

Na Śląsku **zachorowało** ponad 400 górników z ośmiu kopalń

Dezynfekcje i testy

Systematycznie przeprowadzana jest także dezynfekcja najbardziej newralgicznych miejsc – łaźni, lampowni, ważnych ciągów komunikacyjnych oraz wind górniczych. Odkażane są także podziemne kolejki i dworce. Codziennie odbywa się pomiar temperatury ciała wchodzących na teren zakładu pracowników. – Pracę załóg górniczych tak zorganizowano, aby ograniczyć kontakty pracowników z różnych zmian – wylicza Starzyński.

Decyzję o wstrzymaniu do 10 maja wydobycia w trzech kopalniach PGG podjął sztab kryzysowy spółki na wniosek dyrekcji zakładów „by maksymalnie obniżyć ryzyko zachorowań wśród pracowników" – poinformowała spółka w komunikacie.

Polska Grupa Górnicza uruchomiła dodatkowe cztery wymazobusy, które służą wyłącznie do badań pracowników ich spółki, w których wykonywane są na okrągło testy wśród pracowników przebywających na kwarantannie.

W kopalni Jankowice wprowadzono dodatkowo nakaz noszenia masek ochronnych na terenie całej kopalni. Od tego poniedziałku górnikom wydaje się maski wielokrotnego użytku – pracownicy skarżyli się bowiem na szybkie zużywanie masek ochronnych przeciwpyłowych, które górnicy muszą nosić od zjazdu pod ziemię do wyjazdu.

Ze względu na wstrzymane wydobycie w kopalni Murcki-Staszic spośród 4 tys. pracowników niezbędne zadania wykonuje tylko 1,2 tys. osób. Normalnie pracuje jedynie dział wentylacji, zastępy ratownicze, wykonywane są pomiary i roboty konieczne ze względu na bezpieczeństwo przeciwpożarowe. W rybnickiej kopalni Jankowice załogę pod ziemią zredukowano do tysiąca osób.

We środę w Śląskim Urzędzie Wojewódzkim odbyło się posiedzenie sztabu kryzysowego z Głównym Inspektorem Sanitarnym Jarosławem Pinkasem. Zastanawiano się, jak powstrzymać rozprzestrzenianie się wirusa w kopalniach. Decyzją GIS na Śląsk przyjadą epidemiolodzy z innych regionów, od czwartku rozsyłają także duże badania przesiewowe mieszkańców – po 1 tys. próbek dziennie. Będą one badane poza Śląskiem. /GB

Ryc. 15. „Rzeczpospolita", 7.05.2020

BIOTECHNOLOGIA

Ostatnie próby szczepionki na Covid-19

Spółka farmaceutyczna Moderna twierdzi, że jest bliżej stworzenia szczepionki przeciwko SARS-CoV-2. Ostatnie badania kliniczne mają odbyć się pod koniec lipca tego roku.

URSZULA LESMAN

Moderna poinformowała właśnie, że wybrała już dawkę do końcowego etapu próby klinicznej szczepionki przeciwko koronawirusowi, która powinna rozpocząć się w lipcu tego roku.

Ostatnie badanie kliniczne, które obejmie 30 tys. osób, zostanie przeprowadzone we współpracy z National Institute of Allergy and Infectious Diseases w Stanach Zjednoczonych. Jego głównym celem będzie wykazanie, że szczepionka zapobiega rozwojowi objawów choroby Covid-19 – poinformowała Moderna w komunikacie. Drugim celem będzie wykazanie, że szczepionka zapobiega ciężkim przypadkom powikłań Covid-19 u ludzi, które wymagają hospitalizacji.

Moderna to kolejna spółka, która zapowiada rychłe powstanie skutecznej szczepionki przeciwko SARS-CoV-2. Także koncern Johnson & Johnson zapowiedział, że rozpocznie testy szczepionki przeciwko koronawirusowi już w drugiej połowie lipca, a nie jak dotychczas planowano we wrześniu tego roku – przypomina Bloomberg.

Jesteśmy coraz bliżej stworzenia **szczepionki na koronawirusa**

W zeszłym miesiącu Moderna rozpoczęła drugi etap badań nad szczepionką o nazwie mRNA-1273 na grupie 600 zdrowych dorosłych osób. Przebadano już 350 osób – 300 w wieku do 54 lat i 50 w wieku powyżej 54 lat.

Nad szczepionką zapobiegającą Covid-19 pracuje także zespół naukowców z Uniwersytetu w Oksfordzie oraz AstraZeneca, która rozpoczyna w tym miesiącu końcowe testy kliniczne

Tymczasem Chiny zaczęły oferować pracownikom niektórych dużych przedsiębiorstw państwowych możliwość zaszczepienia się jedną z dwóch szczepionek, które wciąż są jeszcze w fazie rozwoju – informuje Bloomberg. /GB

Ryc. 16. „Rzeczpospolita", 16.06.2020

Strach przed COVID-19 *pustoszył uzdrowiska*, *zamykał firmy*, jednak obawy związane z drugą falą zachorowań są mniejsze niż na początku pandemii. W związku z epidemią COVID-19 wprowadzone zostały liczne ograniczenia dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej, wielokrotnie pisze się i mówi o firmach będących w trudnej sytuacji z powodu COVID-19. Zapowiada się, że z powodu epidemii COVID-19 *tempo wzrostu światowej gospodarki zmaleje o około 0,5 procent*. Czas epidemii COVID-19 *to czas odpowiedzialnego biznesu*, gdyż występuje zagrożenie życia i nastąpił *spadek obrotów*, lecz *wiele firm chce zarobić na COVID-19, próbując zastrzec nazwę kojarzącą się z wirusem*. Sytuację dobrze podsumowuje następujące doniesienie: „Niespodziewana w swoim zasięgu epidemia koronawirusa COVID-19 zdewastowała i przeorganizowała nasze życie społeczne i państwowe" (SE 28.03.2020).

Warto też zauważyć, że nazwa *COVID-19* pojawiała się również na paskach telewizyjnych z pozytywnym przekazem – „Szybko przybywa wyleczonych z covid-19" (TVP1 27.04.2020); „Blisko 7 tys. Polaków pokonało covid-19" (TVP1 14.05.2020); „Lek na COVID-19 z USA dla Polski" (TVP1 25.06.2020).

Uwzględniając perspektywę aksjologiczno-emocjonalną, warto podkreślić obecność nazw pojawiających się incydentalnie. Należy do nich kolokacja występująca tylko w „Super Expressie" – *chińskie paskudztwo*. Najczęściej pojawiała się ona w pierwszym miesiącu trwania epidemii w Polsce i występowała zarówno w treści artykułów, jak i w tytule lub lidzie, np. „Chińskie paskudztwo podcięło skoczkom skrzydła" (SE 13.03.2020); „Polski futbol traci miliony przez chińskie paskudztwo" (SE 12.03.2020); „Chińskie paskudztwo zrujnuje sport?" (SE 05.03.2020); „Bramkarz Bournemouth złapał chińskie paskudztwo" (SE 27.05.2020). Niezwykle ciekawy jest fakt, że wyrażenie to często wykorzystywane jest w tekstach na temat sportu. Znaczenie słownikowe pozwala sądzić, że nazwa *chińskie paskudztwo* odnosi się do 'czegoś zanieczyszczonego, brudnego, szkodliwego', jednak – jak wskazuje definicja leksemu *paskudztwo* w WSJP – może też być ona postrzegana jako synonimiczna względem *obrzydlistwa*, zawiera negatywną ocenę zjawiska przez użytkownika, który tę nazwę w swojej wypowiedzi stosuje[28].

28 Według WSJP *obrzydlistwo* to 'coś, co bardzo nie podoba się mówiącemu, bo jest brzydkie, niesmaczne lub bolesne, nieprzyjemne pod względem fizycznym, emocjonalnym lub moralnym' (https://www.wsjp.pl/index.php?id_hasla=51516&id_znaczenia=5158183&l=21&ind=0 [dostęp: 10.01.2021]).

V. Cechy przekazów dziennikarskich o koronawirusie i COVID-19

1. Infrastruktura

Od marca 2020 r. dziennikarze prasowi, radiowi, telewizyjni i internetowi wykonywali codzienne obowiązki w zmienionym trybie. Kolegia redakcyjne stały się zdalne, a wydania realizowano w domowych newsroomach (Zagórska 2020; Zagórska 2021). Zmieniały się ramówki mediów elektronicznych, niektóre tytuły czasowo zawieszały publikację, inne – jak „Wprost" – przestały ukazywać się w wersji papierowej. Oprócz nowych wymagań organizacyjnych konieczne stały się zmiany programowe, do których należało eksponowanie okolicznościowej tematyki covidowej na łamach gazet, antenach stacji radiowych i telewizyjnych oraz w sieci. Niedobory w zespołach reporterskich były rekompensowane skorygowanymi wymaganiami publikacyjnymi, co wspierało zarówno prasę, jak też media elektroniczne, szczególnie w pierwszym analizowanym okresie (3.04.–1.04.2020). W redakcjach akceptowano skromniejsze materiały zdjęciowe, nagrania wypowiedzi eksperckich realizowane przez telefon bądź online (wcześniej niechętnie uznawane za emisyjne), generalną zmianę sposobu pracy dziennikarzy związaną z wynikającymi z wprowadzanych obostrzeń małą dostępnością rozmówców i trudnościami wewnątrzredakcyjnej współpracy. W serwisach telewizyjnych, praktycznie we wszystkich okresach, często prezentowano korespondencje zagraniczne, co uzasadniały sytuacja w Europie (np. we Włoszech i Wielkiej Brytanii) czy wydarzenia dyplomatyczne (np. wizyta

prezydenta Andrzeja Dudy w USA). Wzrosła częstotliwość relacjonowania rządowych konferencji prasowych, stopniowo z ograniczonym dostępem dziennikarzy i ich zdalnym udziałem. Serwisy stały się monotematyczne, szczególnie w marcu, a później zdominowane były przez kontekst pandemiczny, przywoływany w wypadku prawie każdego tematu. Warstwę ikoniczną tworzyły zdjęcia pustych ulic, placów i dróg, prezentujące nową rzeczywistość, którą opisywało również tematyczne słownictwo (synonimy *koronawirusa*, *maseczka*, *kwarantanna*, *dystans społeczny* itp.). W tym czasie atrybutem artykułów i newsów telewizyjnych stały się elementy ikoniczne, mapy, wykresy, infografiki oraz dane statystyczne. Nową medialną rzeczywistość wyznaczały charakterystyczne tematy, sprofilowane narzędzia, reorganizacja pracy redakcji (w materiałach zdjęciowych widoczny stał się dodatkowy sprzęt, np. statyw do mikrofonu), wprowadzenie do ramówek i na łamy propozycji z aktualnymi, monotematycznymi treściami.

Ryc. 17. TVP1, 21.04.2020

Ryc. 18. Polsat, 19.03.2020

Mimo trudnych warunków poszukiwano form medialnych stanowiących odpowiednie narzędzie przedstawiające bieżącą sytuację (Zagórska 2020; Zagórska 2021) w perspektywie medycznej, biologicznej, prawnej, ekonomicznej bądź politycznej. Nastąpiły zmiany tematyczne w ujęciu programowym (makieta, ramówka, cykliczność wydań) i treści (zawartość gazet i serwisów). Stopniowo ewaluowały też formy, tzn. językowe i gatunkowe sposoby opisu pandemii.

2. Informacja

Do podstawowych cech informacji należy aktualność, rzetelność, dążenie do obiektywizmu dzięki konfrontowaniu dziennikarskich źródeł (Magdoń 2000: 32–46). Informacja odpowiada na pięć pytań: kto? co? gdzie? jak? dlaczego? z jakim skutkiem? (Baranowska-Szczepańska 2010: 29–66; Kunczik, Zipfel 2000: 105–148), wizualizuje ją odwrócona piramida (Bortnowski 2003: 55–84) porządkująca treści od najważniejszych do mniej ważnych.

Pewnym wyznacznikiem współczesnych newsów stała się zasada negatywizmu, na co już wcześniej zwrócono uwagę. Media spełniały te zasady także podczas pandemii, jednak w 2020 r. zmieniły się przede wszystkim technicznie i realizacyjnie sposoby prezentowania rzeczywistości. Redakcje nie musiały dokonywać selekcji tematów czy ich eskalacji – rzeczywistość przerosła najśmielsze oczekiwania, a agendy dziennikarskie zdominowała tematyka pandemiczna (por. podrozdział 1).

Ryc. 19. TVN, 2.05.2020

Ryc. 20. TVP1, 14.03.2020

Analizując trzy wybrane okresy, nietrudno było zauważyć, że serwisy informacyjne straciły nieco swoją dynamikę, szczególnie w marcu 2020 roku. W związku z koniecznością opisywania nowej rzeczywistości środki przekazu starały się zaspokajać informacyjne potrzeby odbiorcy, czyli pełnić swoją podstawową funkcję (Goban-Klas, 1999: 45), ale wbrew dotychczasowym praktykom nie oscylowały wokół hiperbolizacji negatywnych wiadomości, raczej przeciwnie, wielokrotnie poszukiwano pozytywnego przekazu, przede wszystkim jednak dążono do jego uwiarygodnienia przez powtarzanie tych samych treści.

Odpowiedź mediów skorelowana była zatem z aktywnością społeczną i różnego rodzaju inicjatywami wolontariackimi (posiłki dla medyków

i kierowców stojących w kolejkach, by przekroczyć granice, zakupy dla seniorów, naprawa używanych laptopów i przekazywanie ich uczniom). Odbiorca takich wiadomości nie czuł się biernym petentem oczekującym reakcji państwa, lecz kimś, od kogo postawy i zaangażowania zależy los bliskich, sąsiadów, społeczeństwa. Niektóre tytuły newsów telewizyjnych nie spełniały więc kryterium negatywizmu, np.:

> #pomagajmy sobie (TVN 15.03.2020);
>
> Czas odpowiedzialności. Dobra pomoc (Polsat 16.03.2020);
>
> Bohaterskie pielęgniarki (TVN 17.03.2020);
>
> Głosowanie w cieniu dramatu. Potrzebna pomoc (TVP1 28.06.2020);
>
> Pomoc dla poszkodowanych przez ulewy (TVP1 29.06.2020).

Pozytywnie nacechowany przekaz pojawiał się nie tylko w serwisach informacyjnych, ale także w prasie. Miał on na celu zmniejszenie odczucia lęku poprzez budowanie wspólnoty wzajemnie się wspierających osób i instytucji w sytuacji powszechnego zagrożenia życia oraz konieczności dostosowania się do wprowadzanych przez władze obostrzeń i ograniczeń. Walce z koronawirusem towarzyszą takie wartości, jak aktywność, zaangażowanie, odpowiedzialność, wdzięczność, ofiarność, współdziałanie, zgodność. Niejednokrotnie powtarzany był również przymiotnik *polski*: *polskie* firmy i instytucje wspierały *polskie* szpitale i *polskich* medyków. Z epidemią walczył cały świat, ale istotne było, jak Polska i Polacy wspólnie przeciwstawiają się wrogowi, niejednokrotnie niosąc pomoc innym państwom. Warto w tym miejscu podkreślić fakt, że artykuły nacechowane pozytywnie powstawały jako efekt pracy redakcyjnej:

> Przy głównych wejściach do wszystkich oddziałów KGHM działają kamery termowizyjne do zdalnego pomiaru temperatury ciała wchodzących na teren zakładów pracowników. W sumie jest ich 25, m.in. na szybach zjazdowych kopalń KGHM, wejściach do hut i rejonów ZWR. [...]

> KGHM aktywnie angażuje się w działania związane z walką z koronawirusem – działa na rzecz polskich szpitali. [...] będziemy zaopatrywać służby i te instytucje, które walczą z koronawirusem [...]. Respiratory, maseczki i pomoc medyczna [...], zakup respiratorów i sprzętu koniecznego do leczenia zakażonych koronawirusem („KGHM walczy z koronawirusem", SE 22.04.2020).

bądź współpracy, jak na łamach „Faktu", prezentującego materiały partnera – Caritas:

> 1.
> Imponujące wyniki kampanii #WdzięczniMedykom prowadzonej przez Caritas w odpowiedzi na potrzeby polskich szpitali walczących z epidemią koronawirusa. Pierwsze dostawy zamówionego w ramach kampanii sprzętu i wyposażenia w najbliższych dniach mają dotrzeć do Polski. [...]
> w odpowiedzi na potrzeby polskich szpitali walczących z epidemią koronawirusa. [...] Tak duże zakupy sprzętu i wyposażenia potrzebnego do walki z koronawirusem są możliwe dzięki niezwykłej ofiarności darczyńców [...]. To kapitał, który w obecnej sytuacji pomaga nam w walce z koronawirusem – podkreśla ks. Marcin Iżycki, dyrektor Caritas Polska („Caritas dla polskich szpitali", F 22.04.2020).
>
> 2.
> Na pomoc ruszyli wszyscy, a co najbardziej znamienne, nie było w tym rywalizacji, ścigania się, kto nazbiera więcej – mówi ksiądz Marcin Iżycki, dyrektor Caritas Polska, w rozmowie z Martą Mikiel z Fundacji Faktu.
> Rozmowy o pomaganiu w czasach pandemii
> Materiał partnera
> 127 mln na walkę z koronawirusem – małe cegiełki zbudowały wielkie dzieło Caritas – Marcin Iżycki, dyrektor Caritas Polska („27 mln na walkę z koronawirusem", F 15.06.2020).

Niektóre sposoby wyrażenia wdzięczności czy obrony służb medycznych mogły mieć charakter reklamy pośredniej, jak w wypadku spotu, o którym

donosiła „Gazeta Wyborcza", a który trafił do dwóch konkurencyjnych stacji telewizyjnych:

> Do stacji obsługiwanych przez Biura Reklamy TVN i TVP właśnie trafił spot z podziękowaniem dla wszystkich służb medycznych w Polsce. To wyraz wdzięczności i uznania dla tych, którzy codziennie stają na pierwszej linii frontu walki z koronawirusem („Aflofarm dziękuje służbom medycznym i sprzeciwia się hejtowi", GW 16.05.2020).

Ważne zatem było wyrażenie wdzięczności medykom i dotarcie z pozytywnym przekazem do dwóch grup odbiorców, stanowiących na co dzień podzielone polskie społeczeństwo[29].

W swoim przekazie stacje telewizyjne uwzględniały więcej opracowań ikonicznych, wizualizacji rozwoju pandemii, map i wykresów słupkowych i chronologicznych, diagramów, prostych piktogramów, instrukcji, schematów działania, infografik, a nawet quasi-logotypów koronawirusowych, emitowanych nie tylko jako element oprawy programów poradnikowych, lecz także serwisów informacyjnych. Komunikacja stała się jeszcze bardziej wizualna, a tradycyjne miejsce werbalnego kodu kultury jeszcze silniej przejmowała multimodalność, oznaczająca współistnienie w jednej przestrzeni różnych systemów znaków, a w konsekwencji równoczesne komunikowanie się z wykorzystaniem mówionych i/lub zapisanych słów oraz statycznych i/lub dynamicznych obrazów (Makowska 2019: 129).

29 Podział ten jest związany nie tylko z przekonaniami politycznymi, ale także z relacją, jaka występuje między mediami a polityką, która powoduje nasilanie się w Polsce zjawisk autocenzury i polaryzacji społeczno-politycznej, na co zwracają uwagę badacze (B. Dobek-Ostrowska 2019) i publicyści, m.in. Reporterzy bez Granic już w roku 2017 i kolejnych latach (*Freedom House, Pluralism Under Attack. The Assault of Media Press Freedom in Poland*, https://freedomhouse.org/report/special-reports/assault-press-freedom-poland [dostęp: 10.01.2021]). Sytuacja nasiliła się podczas ostatniej kampanii prezydenckiej, podczas której zarzucano stronniczość mediów wspierających jednego z kandydatów, upolitycznienie mediów publicznych (*Reporters Without Borders, Polish Public Broadcaster Peddles Government Hate Speech in Presidential Election Run-up*, https://rsf.org/en/news/polish-public-broadcaster-peddles-government-hate-speech-presidential-election-run–1 [dostęp: 10.01.2021]).

Ryc. 21. TVN, 21.03.2020

Ryc. 22. TVP1, 14.03.2020

Dążono do dostarczania treści odbiorcy w alternatywny, często efektywniejszy sposób, za pomocą wykresów (również porównawczych) lub infografik, by uatrakcyjnić sposób przekazywania i ułatwić przyswajanie komunikatów, zbliżając się coraz bardziej do komunikacji komputerowej, którą cechuje „tendencja do maksymalnego urozmaicenia semiotycznego warstwy przedstawień, przy jednoczesnej tendencji do uproszczenia [...] realizacji" (Szczęsna 2009: 273).

Ryc. 23. Polsat, 21.03.2020

Ryc. 24. TVN, 27.06.2020

Graficzna wizualizacja danych, czytelna i komunikatywna, statyczna, jednak częściej interaktywna w sposób klarowny i uporządkowany wzmacnia siłę prezentowanych wyników, ułatwia ich zrozumienie, a przede wszystkim zapamiętanie informacji. Wielomodalny przekaz jest lepiej przyswajany, gdy jego fragmenty są zaprezentowane w sposób podzielony i wyodrębnione za pomocą infografik. Koncentracji uwagi odbiorcy na poszczególnych elementach złożonej struktury materiału nie tylko prasowego, ale też telewizyjnego służyły na przykład nagłówki, wytłuszczania fragmentów, listy

punktowane, podkreślenia, stosowanie wykresów, tabel, piktogramów i różnych kolorów. Jednocześnie sprawdzenie, czy wizualizacje danych za każdym razem były właściwe, czy może raczej, by trafić do najszerszej grupy odbiorców i wpłynąć na nich w zamierzony i zaplanowany przez nadawcę sposób, zmieniały rzeczywisty obraz, manipulując np. sposobem budowania wykresu, wymaga szczegółowych analiz badaczy mediów.

Europa kontra koronawirus

Epidemia zbiera największe żniwo we Włoszech, ale atakuje już Hiszpanię, Niemcy, Polskę...
Rządy europejskich krajów próbują uczyć się na błędach krajów azjatyckich

Ryc. 25. „Gazeta Wyborcza", 14.03.2020

Ryc. 26. „Super Express", 21.03.2020

Szybko zmieniły się makiety gazet i telewizyjne serwisy informacyjne, które eksponowały graficznie wprowadzane stopniowo obostrzenia czy zasady higieny. Jak zauważa Magdalena Makowska: „Koronawirus stał się motywem obecnym zarówno w sferze języka, jak i w sferze obrazu. Przyjmując różne formy semiotyczne (słowo/obraz), posłużył do wizualizowania informacji w szeroko rozumianej przestrzeni komunikacyjnej" (2021: 4). To połączenie tekstu i obrazu tworzy wspólne jednostki znaczeniowe, które, skupiając na sobie uwagę, przekazują równocześnie wiele informacji, pozwalają je różnorodnie prezentować, strukturyzować, wpływać na sposób odbioru oraz wspomagają szybką orientację (Schmitz 2015: 59).

Istotną rolę odgrywa w tym wypadku *design* tekstu, „dzięki któremu dzielące wspólną płaszczyznę i wzajemnie się kontekstualizujące elementy językowe i obrazowe mogą tworzyć spójne jednostki znaczeniowe, które są źródłem komplementarnego przekazu" (Makowska 2021: 13).

3. Synkretyzm gatunkowy

Współczesny przekaz medialny cechuje hybrydowość i synkretyzm gatunkowy, przejawiający się podczas pandemii w charakterystyczny sposób. W serwisach telewizyjnych jedynym zasadnym gatunkiem pozostaje przede wszystkim informacja, w analizowanym materiale widać jej dominację, połączoną jednak częściowo z elementami autopromocji (Zagórska 2018: 200–202) i porady (Smól 2018). O ile pierwsze współwystępowanie dostrzegano w mediach wcześniej, o tyle w czasie pandemii koronawirusa pojawiły się porady sprofilowane tematycznie, realizowane w formie nowych audycji bądź elementów newsa. Ich nasilenie oraz sprofilowanie zależało od poszczególnych etapów rozwoju pandemii, skorelowanych z wyznaczonymi do analizy okresami badań. Jeszcze bardziej popularne stały się poradniki prasowe (rubryki, artykuły, materiały graficzne) lub telewizyjne („Uwaga! Koronawirus" TVN; „Koronawirus. Poradnik" TVP itp.), wypowiedzi ekspertów z kraju i zagranicy, transmisje rządowych konferencji prasowych, częstsze niż wcześniej wypowiedzi korespondentów, ekspertów z kraju i zagranicy, tematyczny przekaz informacyjny. Nie mogąc dotrzeć do bezpośrednich uczestników zdarzeń, telewizja odwoływała się niejednokrotnie do ustaleń prasowych, przywołując konkretne cytaty.

Ryc. 27. TVP1, 14.03.2020

Ryc. 28. TVP1, 14.05.2020

Przykłady szeroko rozumianej porady oraz autopromocji były różnie reprezentowane w trzech analizowanych okresach. W pierwszym, trwającym od 4.03 do 1.04.2020, dominowały porady dotyczące tego, jak należy się zachować w nowej sytuacji zagrożenia epidemicznego, jak dbać o higienę i przestrzegać zaleceń (mycie rąk, noszenie maseczek) czy ograniczeń (dystans społeczny, kwarantanna). Danych na temat samej choroby było niewiele, gdyż nie była ona zdiagnozowana, ale odczuwano konieczność informowania, starano się zatem porównywać ją do innych chorób zakaźnych i w tych zestawieniach odnajdywać pozytywy, by uspakajać nastroje społeczne, np.:

> Co robić, by zminimalizować ryzyko zakażenia koronawirusem? Należy przede wszystkim unikać kontaktu z chorymi i zaszczepić się przeciwko często występującym chorobom zakaźnym, jak na przykład grypa. Ważne jest także częste i dokładne mycie rąk. I przede wszystkim niewpadanie w panikę. Najważniejsze to zachować spokój. Ta choroba jest w przebiegu podobna do grypy, nie jest tak groźna jak SARS, MERS czy ebola. 80 proc. osób przechodzi ją łagodnie („Higiena i spokój w walce o zdrowie", RZ 5.03.2020).

Przekaz autopromocyjny dotyczył przede wszystkim zapowiedzi nowych programów – poradników koronawirusowych, emitowanych po głównym wydaniu serwisów, powtarzanych w innym czasie bądź w innych pasmach.

W drugim okresie poddanym badaniom, trwającym od 20.04 do 17.05.2020, pojawiają się dane dotyczące liczby zakażonych, hospitalizowanych, wyleczonych i ofiar śmiertelnych, przypominane są obowiązujące zasady zachowania dystansu, podstawowa różnica polega jednak na bardziej szczegółowym omawianiu tematyki gospodarczej niż w marcu. Początkowo sygnalizowano pojawiający się problem i związane z nim obawy, np.:

> Dla transportu, zwłaszcza przewozów drogowych, nastał ciężki okres. Nie dość, że przewoźnicy obawiają się konsekwencji unijnego pakietu mobilności, to w branżę uderza koronawirus („Ekologiczne ciężarówki są coraz bliżej, ale będą znacznie droższe", RZ 4.03.2020).

Późniejsze relacje dotyczyły wprowadzanych nowych zasad funkcjonowania instytucji i punktów usługowych w czasie pandemii sposobów ich

realizacji, np. odległości, jakie muszą zachować osoby korzystające z usług, odległości między stolikami w restauracjach, liczby zajętych miejsc w środkach transportu publicznego, ale także wypełnienia wniosków, ubiegania się o pomoc czy też znoszenia ograniczeń, szczególnie na początku maja 2020 r., np.:

> W III etapie znoszenia ograniczeń w funkcjonowaniu gospodarki i placówek publicznych zostaje przywrócona działalność zakładów fryzjerskich i kosmetycznych. Wraca dostępność restauracji, barów i kawiarni. 18.05 Zwiększenie limitu pasażerów w środkach transportu publicznego przy zachowaniu środków ograniczających rozprzestrzenianie się COVID-19. 18.05 Sport na otwartej infrastrukturze sportowej („Odmrażanie gospodarki, ale w rygorze pandemicznym", RZ 15.05.2020).

Radzono również, jak się zachować w czasie majówki: „Majówka inna niż wszystkie" (Polsat 30.04.2020), „Majówka pod rygorem" (TVN 30.04.2020). Łączono materiały autopromocyjne z poradnictwem, np.:

> SPRAWDŹ, JAKIE MASZ PRAWA W CZASIE EPIDEMII [...] Ubiegaj się o zasiłek. Radzimy, jak to zrobić. Uważaj na pułapki. Koronawirus. Codziennie raport Faktu! („Majówka w czasie epidemii", F 21.04.2020).

Tematy autopromocyjne dotyczyły wyników oglądalności, akcji charytatywnych, jak w tytule newsa „Testy i sprzęt od Grupy Polsat" (Polsat 30.04.2020).

W trzecim badanym okresie, między 15.06.2020 a 12.07.2020, radzono, w jaki sposób zachować zasady bezpieczeństwa w trakcie wyborów (oprócz tradycyjnych porad, w jaki sposób prawidłowo oddać głos) oraz jak przestrzegać obostrzeń w czasie wakacji, np. „Pierwszy weekend wakacji" (Polsat 27.06.2020), „Wakacje z dystansem" (TVN 27.06.2020).

Wszystkie stacje w zapowiedziach programowych z tego czasu przypominały o studiu wyborczym, a następnie prezentowały letnią ofertę, np. „Wakacyjna trasa Dwójki w nowej odsłonie ze względu na pandemię" (TVP1 28.06.2020). Tę samą tematykę zapowiadała też inna redakcja – prasowa:

> Popularni artyści uprzyjemnią widzom weekendowe wieczory. Coroczny cykl wakacyjnych koncertów zostanie zainaugurowany na scenie, którą zainstalowano na lotnisku w Nowym Targu. [...] Coroczny cykl wakacyjnych koncertów zostanie zainaugurowany w nowej formule – ze względu na zagrożenie koronawirusem. [...] występy publiczność podziwiać będzie ze swoich samochodów [...]. Wystąpią Zenon Martyniuk, Weekend, Cleo („Lato, muzyka, zabawa. Wakacyjna trasa Dwójki 2020", SE 26.06.2020).

W analizowanym materiale znajdują się zaskakujące przykłady działań promocyjnych, realizowanych przez inne redakcje. Tak jak „Super Express" polecał imprezy organizowane przez TVP2 , tak „Fakt" przedstawia program stacji Polsat:

> Jej chęć niesienia pomocy innym jest silniejsza od strachu przed koronawirusem. Katarzyna Dowbor wraca do pracy („Wraca do pracy", F 22.04.2020).

Zasadniczo elementy autoprezentacyjne w prasie rzadziej niż w telewizji bezpośrednio łączą się z informacyjnymi. Redaktorzy omawianych serwisów trzech stacji korzystali z tej konwencji częściej niż redaktorzy prasowi.

Porada przywoływana bywa jako część tekstu bądź newsa telewizyjnego lub jako część zapowiedzi osobnego programu, emitowanego po serwisach informacyjnych. Jest ona często opracowywana w sposób graficzny, co pozwala zilustrować omawiane zalecenia. Ponadto warto zauważyć, że porady stanowią inspirację dla tytułów i tekstów gazetowych, np.:

> Jak długo będziemy jeszcze żyć z epidemią? [...]
> CO WIEMY O KORONAWIRUSIE ▶ Ma najprawdopodobniej pochodzenie naturalne. [...] niemal co trzeci Polak, u którego wykryto koronawirusa, zakaził się nim w placówce medycznej. Jaka jest bezpieczna odległość... (SE 22.04.2020).

> Turysta dokonał rezerwacji noclegu w moim pensjonacie i chce ją odwołać. Czy mogę zaproponować mu inne rozwiązanie? [...] Prowadzę dom wypoczynkowy. Z powodu pandemii biznes stoi już kila tygodni. Na jakie wsparcie mogę liczyć? Jeśli świadczysz

usługi hotelarskie i w związku z koronawirusem rozwiązałeś umowę z klientem, możesz mu zaproponować w terminie 180 dni od dnia rozwiązania umowy voucher na poczet przyszłych wydarzeń. Voucher ma umożliwić realizację wydarzenia, za które klient... (SE 20.04.2020).

Z czego ludzie będą żyć na tych przymusowych kwarantannach?
Za czas kwarantanny przysługuje zasiłek chorobowy. Jeśli zostaliśmy na nią wysłani przez powiatowego inspektora sanitarnego, na podstawie jego decyzji, to po zakończeniu kwarantanny należy pracodawcy ją dostarczyć (w przypadku osób pracujących na własny rachunek – do ZUS). Jeśli wróciliśmy z zagranicy, to oświadczenie o kwarantannie należy, złożyć u pracodawcy lub w ZUS w ciągu w 3 dni od jej zakończenia (F 30.03.2020).

Porada sprawdziła się w tematyce wyborczej[30], zarówno w wydaniach serwisów telewizyjnych, jak i gazet codziennych, np. „Tak oddasz głos na prezydenta":

Niedziela 28 czerwca to bardzo ważny dzień – Polacy będą wybierać prezydenta RP. Przedstawiamy najważniejsze zasady głosowania. Tak oddasz głos na prezydenta [...]. Ze względu na pandemię koronawirusa to wybory inne niż wszystkie, bo głosujący i członkowie komisji

30 Dla dalszych badań wydaje się istotne, czy podawane informacje o wyborach różniły się od informacji podawanych we wcześniejszych okresach przedwyborczych. Szczególnie warto tu zwrócić uwagę na to, że by wybory spełniały warunek powszechności w badanym okresie, trzeba było tym razem uwzględnić nie tylko kwestie dotyczące rozwiązań dla osób z niepełnosprawnościami, lecz również tych, które przebywają na kwarantannie. Ponadto istotna jest trwająca wówczas dyskusja na temat procedury głosowania, która prawdopodobnie przyczyniła się do tego, że informacje na temat sposobu głosowania były podawane także w formie porady, a nie ulotki doręczanej wyborcy. Wyborca mógł bowiem do tej ulotki nie dotrzeć z uwagi na kwarantannę. Anna Frydrych-Depka wskazuje, że „informacja o warunkach ważności głosu i sposobie głosowania powinna być przygotowana w sposób przystępny i zrozumiały dla wyborcy" (2018: 65). Badaczka powołuje się na tezy wystąpienia K. Kłosińskiej podczas prezentacji raportu „Nieważne głosy, ważny problem" z 5 października 2016 r. (https://www.youtube.com/watch?v=4n-3-lEtRUw4), dowodzącej, że analizowana instrukcja z karty do głosowania w siedmiopunktowej skali trudności otrzymała pięć punktów, co według przyjętych kryteriów oznacza, że bez problemu może ze zrozumieniem przeczytać ją osoba mająca za sobą nie mniej niż trzynaście lat edukacji. Co więcej, Frydrych-Depka wskazuje, że badania prowadzone wśród wyborców pokazują, że poziom wiedzy o alternatywnych procedurach głosowania jest niski (2018: 64). Przywołuje ona tekst Jarosława Zbieranka prezentujący wynik badania, w którym aż 61% respondentów nie znało uprawnionych do głosowania korespondencyjnego (Zbieranek 2015).

muszą przestrzegać ograniczeń sanitarnych. Pamiętajmy też, żeby zabrać ze sobą dowód osobisty... (RZ 27.06.2020).

4. Tematyka

W pierwszym okresie wśród tematów pojawiających się na łamach gazet i w serwisach telewizyjnych dominowały informacje o szerzącym się koronawirusie i zwiększającej się liczbie chorych na COVID-19, konstruujące całe wydania marcowe. W drugim i trzecim okresie koronawirus stanowił kontekst większości tematów, bardzo rzadko nie pojawiał się w ogóle w danym wydaniu. Tematy budujące codzienne wydania gazet i serwisów telewizyjnych były z biegiem czasu bardziej zróżnicowane, choć główną osią konstrukcyjną pozostawała pandemia, a później wybory.

Wykres 9. Problematyka medyczna – rozkład tematów w serwisach telewizyjnych

Najistotniejsze w badanym materiale okazały się tematy, które dotyczyły kwestii medycznych (np. diagnozowanie, objawy zakażenia, przebieg choroby, terapia, skutki zdrowotne, poszukiwania leku, zapobieganie, praca nad szczepionką), statystyk dotyczących liczby zachorowań, zajętych łóżek szpitalnych i respiratorów oraz ofiar śmiertelnych i ozdrowieńców, ograniczeń w przestrzeni publicznej, jak również kwarantanny i izolacji (w tym samoizolacji). Jak pokazują dane z wykresu 9, tematy te najczęściej poruszane były w „Faktach" TVN.

Analiza tematyczna poszczególnych wydań serwisów telewizyjnych potwierdza, że wiele newsów zawierających odniesienie do epidemii w Polsce i na świecie dotyczyło tylko problemów medycznych, tzn. pochodzenia, rodzaju szczepów, gatunków wywołujących infekcję u człowieka, mutacji wirusów, budowy molekularnej wariantu SARS-CoV-2, diagnostyki, objawów, infekcji, charakterystyki zakażeń, drogi szerzenia się choroby, zaraźliwości, okresu inkubacji, wskaźnika śmiertelności, leczenia, zapobiegania burzy cytokin, powikłań. W dużej liczbie wypadków oprócz wymienionych kwestii poruszano inne tematy, np. polityczne, gospodarcze, edukacyjne. Wykresy 10 i 11 obrazują nasilenie zainteresowania tematyką epidemii w Polsce w poszczególnych badanych okresach.

Wykres 10. Liczba odwołań do epidemii w Polsce w badanych serwisach informacyjnych

Wykres 11 pokazuje, jak rozkłada się w poszczególnych programach liczba odwołań do problematyki związanej z epidemią w naszym kraju w każdym z trzech wyróżnionych okresów.

Wykres 11. Liczba newsów zawierających odwołania do epidemii w Polsce

Liczba odniesień do problematyki związanej z epidemią w badanych stacjach telewizyjnych pokazuje dość wyraźne zróżnicowanie w poszczególnych okresach. Bez względu na program informacyjny zauważyć można, że problematyka epidemii zdecydowanie wyraźniej obecna jest w pierwszym z badanych przedziałów czasowych, czyli między 4 marca a 1 kwietnia 2020 r., zatem od pierwszego zanotowanego w Polsce przypadku zachorowania na koronawirusa poprzez czas wprowadzania stanu zagrożenia epidemicznego. Liczba newsów poruszających problematykę związaną z epidemią może wynikać z tego, że temat ten nie tylko w polskich mediach był jednym z najważniejszych, o ile nie najważniejszy, zwłaszcza w pierwszych dniach marca, gdy pojawił się pacjent zero, specjaliści nie znali odpowiedzi na podstawowe pytania dotyczące samego wirusa i wywoływanej przez niego choroby, a zaniepokojeni odbiorcy poszukiwali wiarygodnych wiadomości. By przekazać więcej niż dotychczas relacji, Polsat przedłużył czas nadawania swojego głównego programu informacyjnego. Dodatkowo doświadczenie rozprzestrzeniającej się choroby dla wielu Polaków było czymś nowym, nieznanym, budzącym – jak pokazują dalsze wyniki analiz – emocje, których znak aksjologiczny był najczęściej negatywny. Emocje wywoływała nie tylko liczba zakażonych i ofiar, ale też informacje o braku kluczowych wiadomości na temat samego koronawirusa, możliwości zakażenia się nim, objawów i następstw choroby COVID-19, braku zainteresowania służb, wywiadu epidemiologicznego, braku środków ochronnych, testów lub za małej ich liczby. Negatywne emocje budziła także postawa części pacjentów, którzy zapominali, że mieli kontakt z osobą zakażoną, ukrywali prawdę, jak również nieprzygotowanie systemu opieki zdrowotnej i instytucji państwowych. To nasilenie negatywnych odczuć wyrażają cytaty tylko z jednego wydania serwisu informacyjnego:

> Testy powinniśmy wykonywać na dużo większą skalę, szybki test, szybki wynik, szybka diagnoza i decyzja o izolacji (TVN 17.03.2020).

> Testów nie będziemy wykonywać każdemu (TVN 17.03.2020).

> [...] niestety nam nikt nie robi testów na obecność koronawirusa [...] po przylocie możemy śmiało iść do domu [...] (TVN 17.03.2020).

[...] jesteśmy na pierwszej linii frontu, mimo tego że nikt nas o to nie pytał, szczególnie to są osoby samozatrudnione (TVN 17.03.2020).

[...] jesteśmy na wojnie, na wojnie o zdrowie, drodzy rodacy, Francja przeżywa bardzo trudne chwile (TVN 17.03.2020).

Europa, nowe epicentrum koronawirusa, zamyka granice, Schengen zostaje zawieszone (TVN 17.03.2020).

Podróżujemy z dziećmi. Nie mamy już jedzenia, nie mamy już wody (TVN 17.03.2020).

[...] ze względu na brak kluczowych informacji wypadło w Łodzi na 2 tygodnie 3 ratowników, 10 policjantów i 10 osób z personelu szpitala (TVN 17.03.2020).

Chciałbym, aby każdy pacjent wziął na siebie trochę odpowiedzialności (TVN 17.03.2020).

> [...] nawet gdyby medycyna poradziła sobie z wirusem za miesiąc, za dwa, to i tak już będzie za późno (TVN 17.03.2020).

Można by podać więcej takich przykładów w tym wydaniu, jak również wskazać następne pochodzące z innych wydań kolejnych serwisów. Nie inaczej było w prasie. Na przykład w wybranej losowo „Rzeczpospolitej" z dnia 25 maja 2020 r. odbiorca przeczyta obok informacji o tym, że „koronawirus uderza mocno w przemysł", „epidemia COVID-19 utrudniła wszystkim przemieszczanie się", „epidemia COVID-19 pokazała dramatyczną słabość państwa PiS i potrzebę silnego prezydenta", m.in. o tym, że:

> Podatnicy mogą dokonywać jednorazowo odpisów od wartości początkowej środków trwałych, które zostały nabyte w celu produkcji towarów związanych z przeciwdziałaniem epidemii koronawirusa i wprowadzone do ewidencji w 2020 r. (RZ 25.05.2020).

> Aż dziw, że w tarczy zabrakło nowego regulaminu *Listy Przebojów* Programu III. I zapisu, że Covid-19 zwalcza się w Polsce przez słuchanie wyłącznie „słusznych" piosenek (RZ 25.05.2020).

A w artykule Jędrzeja Bielickiego o znamiennym tytule „Szczepionka dla bogatych" o nierównym dostępie do szczepionek w czasie pandemii:

> Amerykanie dostaną ją pierwsi, za nimi bogata Europa i Japonia. O ile cudowne remedium na Covid-19 w ogóle powstanie. [...]
> – Gdy wybuchły epidemie Zika i SARS, koncerny farmaceutyczne zainwestowały miliardy dolarów [...]. SARS-CoV-2 mutuje wyjątkowo szybko, a osoby, które wyleczą się z Covid-19, uzyskują odporność na wyjątkowo krótko (RZ 25.05.2020).

Warto w tym miejscu zwrócić uwagę także na fakt, że odwołania do problematyki medycznej były nieco rzadsze w drugim okresie, czyli od 20 kwietnia do 17 maja 2020 r. Czas ten był okresem początkowego znoszenia ograniczeń, czemu towarzyszyły dyskusje na temat organizacji wyborów prezydenckich w trakcie epidemii. Co ciekawe, epidemia COVID-19 w Polsce w ostatnim z badanych okresów pojawiała się w ponad połowę mniejszej liczbie newsów. Obserwacja ta przyczyniła się do planowania dalszych badań jakościowych związanych z relacją między obrazem koronawirusa a kwestią kampanii wyborczej i organizacji wyborów prezydenckich w Polsce (zob. Kołodziejczak, Wrześniewska-Pietrzak, w druku)[31].

Kolejne zestawienia danych przynoszą informacje o pozycji pojawiania się newsów dotyczących epidemii w Polsce i na świecie w poszczególnych okresach z podziałem na programy, a także o frekwencji newsów na temat epidemii prezentujących dane statystyczne w poszczególnych mediach z podziałem na wyodrębnione okresy – wykresy 12 i 13.

31 Konkluzje analiz prowadzonych na podstawie programów telewizyjnych i prasy pokazują wyraźnie upolitycznienie problematyki związanej z epidemią COVID-19, jej instrumentalizacji w polityce, niekoniecznie tylko w odniesieniu do wyborów prezydenckich.

Wykres 12. Średnia pozycja newsa przedstawiającego wyłącznie kwestie związane z epidemią w Polsce i na świecie w głównych wydaniach programów informacyjnych

Kluczowe słowa *wirus*, *koronawirus*, *COVID-19* itd. pojawiały się zwłaszcza w I okresie w większości newsów danego serwisu, ale samemu koronawirusowi i wywołanej przez niego epidemii w Polsce poświęcano zwykle jeden news, który poprzedzony był np. informacjami o wprowadzanych obostrzeniach, pracach rządu czy parlamentu m.in. nad ułatwieniami dla przedsiębiorców, jak również dyskusjami o (nie)możności przeprowadzenia wyborów prezydenckich. Dopiero po wiadomościach na temat sytuacji epidemicznej w kraju i przedstawieniu stanowisk rodzimych ekspertów w kolejnych newsach prezentowano dane oraz wypowiedzi ekspertów i polityków z innych państw. Następujące po sobie relacje o wydarzeniach w Polsce i na świecie dopełniały się, przynosiły wiedzę o pandemii i sposobach przeciwdziałania zagrożeniu, a jednocześnie newsy z Włoch, Hiszpanii, Francji i Stanów Zjednoczonych uświadamiały odbiorcom różnice wynikające z liczby zarażonych i stanowiły w pewnym sensie przestrogę. Dzięki sugestywnej audiowizualnej formie i ładunkowi emocjonalnemu newsy kreowały rzeczywistość medialną, pełniły wiele funkcji, obok informacyjnej także perswazyjną i stymulacyjną (Sobczak 2016: 101). Prowokowały do refleksji i stymulowały odbiorców do odpowiednich zachowań, sugerując, że jeśli nie będą przestrzegać obostrzeń, doświadczą tego samego, czego doznają np. mieszkańcy Lombardii.

Wpływ na postawy społeczne względem koronawirusa i wprowadzanych przez rząd obostrzeń miały z pewnością pojawiające się w przekazach medialnych dane statystyczne, informujące o liczbie nowych zakażeń, zgonów, a także ozdrowieńców. Dane te dotyczyły nie tylko Polski, lecz również

świata, zwłaszcza krajów, w których koronawirus pojawił się wcześniej niż w Polsce. Przedstawiane dane liczbowe można by uznać za swego rodzaju szacowanie stanu walki z wirusem, do czego uprawniać może stosowana w przekazach metaforyka walki, powszechnie obecna zarówno w przekazach telewizyjnych, jak i w prasie, o czym przekonują choćby nagłówki artykułów prasowych donoszące o tym, że koronawirus m.in. *atakuje*, *zagraża*, *bije w* (coś), *uderza*, *niszczy*[32].

Zebrane dane potwierdzają znaczenie przytaczanych statystyk zwłaszcza w pierwszych dwóch okresach, natomiast ich mniejsza liczba w okresie powyborczym wiązała się z poprawiającą się sytuacją epidemiczną, coraz mniejszą liczbą zachorowań i przypadków śmiertelnych.

Wykres 13. Liczba newsów przywołujących dane statystyczne dotyczące epidemii w Polsce i na świecie

Interesująca jest też zależność między zachowaniami społecznymi (pozytywnymi, negatywnymi i negowaniem wirusa, np. zaprzeczaniem istnienia pandemii, krytykowaniem wprowadzanych restrykcji czy konieczności wykonywania testów, szczepień itp.), o których informowały media, a czasookresem. Dziennikarze informowali bowiem o zgłaszaniu się do szpitali i domów opieki społecznej wolontariuszy, o kupowaniu przez osoby fizyczne sprzętu medycznego, szyciu maseczek, dostarczaniu wody i posiłków pracownikom służby zdrowia, pacjentom i osobom samotnym, udostępnianiu miejsca do spania bezdomnym, robieniu codziennych zakupów seniorom, umożliwianiu zdalnej rozmowy chorych z bliskimi. Media wspierały

32 Tej problematyce został poświęcony osobny artykuł M. Rybka, D. Świerkowska, M. Wrześniewska-Pietrzak, K. Zagórska, *„Na froncie walki z koronawirusem", czyli o sposobach nazywania wirusa SARS-CoV-2 i wywoływanej przez niego choroby w dyskursie medialnym w Polsce* [w druku].

kolejne akcje, np.: #zostanwdomu, #ZałóżMaskę, #KupujemyRespirator, #gastropomaga, #pomocdlaseniorów, #widzialnaręka, #hot16challenge, „Kartka dla Medyka". Informowały także o osobach nieprzestrzegających kwarantanny lub izolacji, niestosujących się do obostrzeń, atakujących lub obrażających lekarzy i ratowników medycznych. Najmniej było komunikatów o tych, którzy zaprzeczali istnieniu epidemii koronawirusa (rycina 28). Media edukowały, ostrzegały przed zagrożeniem, wzywały do odpowiedzialnych zachowań, ale także starały się wykorzystać wywoływany przez informacje o epidemii strach do zmiany zachowań zdrowotnych. Nie poprzestawały na tym, emocjonalne apele inspirowały do altruistycznego działania, co zmniejszało poczucie bezradności, samotności na rzecz skuteczności podejmowanych inicjatyw i bycia we wspólnocie.

Wykres 14. Liczba newsów mówiących o wybranych zachowaniach społecznych

Prezentowany w przekazach telewizyjnych obraz postaw społecznych z jednej strony zwraca uwagę na stosunek Polaków do koronawirusa i epidemii COVID-19, jednak z drugiej strony potwierdza, że najczęściej występujące postawy stanowią swego rodzaju wzorce (modele) postępowania. Jak przekonują badania psychologiczne i socjologiczne (Klebaniuk 2003; Mrozowski 1989; Skarżyńska 2002), oddziaływanie programów telewizyjnych wiąże się z dostępnością telewizji, możliwością łatwego dotarcia do ogromnej

liczby odbiorców, a także swoistą łatwością angażowania widza w proces odbioru. W sytuacji zagrożenia epidemicznego programy telewizyjne były jednym z ważniejszych źródeł informacji na temat sytuacji w danym dniu, przekazywały dane liczbowe o nowych przypadkach zakażeń, zgonów lub ozdrowień. Występujący w nich mówcy (zarówno eksperci, politycy, jak i sami dziennikarze, a także zwykli ludzie) wypowiadali się na temat wirusa, prezentując jedną z trzech postaw: pozytywną – aprobującą wprowadzane obostrzenia, negatywną – która objawiała się łamaniem zaleceń i regulacji, a także postawę negującą istnienie samej pandemii. Zebrane dane ilustrują niewielką reprezentację wypowiedzi osób negujących występowanie wirusa. Najczęściej jednak prezentowany był stosunek bądź aprobujący, bądź krytyczny względem wprowadzanych obostrzeń. Liczby newsów prezentujących obie postawy są w „Faktach" oraz „Wydarzeniach" zbliżone w poszczególnych okresach, natomiast „Wiadomości" TVP pokazywały wyższą liczbę postaw pozytywnych oraz prawie o połowę niższą liczbę osób krytycznie nastawionych do wprowadzanych obostrzeń i rozwiązań. Zebrane dane przekonują o konieczności dalszej analizy korelacji między prezentowanymi postawami wobec COVID-19 i wprowadzanych przez

Ryc. 29. „Rzeczpospolita", 13.03.2020

Ryc. 30. „Super Express", 14.03.2020

rząd obostrzeń a sposobem waloryzacji tych zachowań przez społeczeństwo. W analizowanych przekazach nierzadkie bowiem były informacje pokazujące rażące naruszanie zaleceń, które to naruszenia oceniane były negatywnie jako zagrażające zdrowiu i życiu innych osób. Można było także znaleźć przykłady, w których prezentowane były swoiste absurdy związane z funkcjonowaniem zgodnym z wprowadzonymi regulacjami.

KOMENTARZ

Zuzanna Dąbrowska

rp.pl/opinie

Wirus i polityczne lekarstwo

Koronawirus wkroczył z impetem w kampanię prezydencką. Być może polska polityka go pokona?

Teorie spiskowe królowały przez cały ubiegły tydzień. Nie ma w Polsce koronawirusa? Niemożliwe. Rząd na pewno ukrywa rozpoznane przypadki. Media społecznościowe aż puchły od przypuszczeń, że wystąpienia ministra zdrowia należy się spodziewać w sobotę rano. Dlaczego? Bo to dzień konwencji Małgorzaty Kidawy-Błońskiej i nic tak nie przykryje medialnie tego wydarzenia, jak widmo śmiertelnego wirusa. Opozycja domagała się informacji, rząd oburzał się na „granie wirusem". Niektórzy podawali nawet godzinę konferencji prasowej: miała to być 11.30, tuż przed wystąpieniem kandydatki KO.

Spiskowa prewencja zadziałała znakomicie. Koronawirus nadal był nieobecny. Konferencji rządu nie było, pierwszy przypadek nie został ogłoszony.

Wydawało się, że sytuacja jest opanowana i władza może dalej zapewniać, że jesteśmy świetnie przygotowani i wszystko jest pod kontrolą. Ale właśnie w sobotę w sieci pojawił się dowód, że jest odwrotnie.

Pacjentka szpitala w Krotoszynie Anna Morawska nagrała przejmujące świadectwo tego, co się dzieje z osobami, które mają objawy koronawirusa i trafiają do publicznej służby zdrowia.

Od wtorku Morawska była zamknięta wraz z mamą w szpitalnej izolatce, w placówce bez oddziału zakaźnego. Nie została przyjęta przez szpital wyspecjalizowany i do soboty nie otrzymała (ani ona, ani krotoszyńscy lekarze) wyników testu na obecność wirusa. Lekarze sami podejmowali decyzje o objawowym leczeniu pacjentki, która w izbie przyjęć pojawiła się z gorączką i silnym bólem mięśni. Zarówno pacjentka, jak i szpital nie uzyskali żadnej pomocy od systemu. Próbki pobierały osoby nieprzeszkolone, bo takich w szpitalu nie było.

Dzięki opublikowaniu nagrania prawie natychmiast nadesłano wyniki pacjentki – negatywne na obecność koronawirusa. Mam nadzieję, że inni pacjenci nie będą musieli czekać równie długo i szukać pomocy w internecie. Bo na razie się okazuje, że Polska odkryła jedyną na świecie, polityczną metodę powstrzymania koronawirusa: kampanię wyborczą. Chyba jednak niezupełnie skuteczną.

Epidemia koronawirusa • A4–5

Ryc. 31. „Rzeczpospolita", 2.03.2020

ANDRZEJ STANKIEWICZ publicysta, Onet.pl

Koronawirus, propaganda i przeszłość

1. Mijający tydzień to dopiero początek koronawirusa w Polsce. Przyszły tydzień ma być o wiele gorszy. Do tej pory władza robiła wszystko, żeby nas przekonać, że przygotowała kraj należycie. Ale są już pierwsze sygnały pokazujące, że nie wszystko idzie idealnie. Chodzi zwłaszcza o marne zaopatrzenie w sprzęt ochronny szpitali oraz niewielką liczbę wykonywanych testów. Ten wirus może zmienić Polskę społecznie i politycznie.

2. Prezydent zażądał dymisji szefa TVP Jacka Kurskiego w zamian za podpis pod ustawą o finansowaniu mediów państwowych. Kurski został odwołany, ale po podpisaniu ustawy wrócił jako doradca zarządu TVP i będzie kierował telewizją z tylnego fotela. Żyjemy w kraju, w którym szef propagandy jest ważniejszy od prezydenta.

3. Przeszłość szefowej kampanii Andrzeja Dudy to kopalnia czarnego humoru. Mecenas Jolanta Turczynowicz-Kierytto nie tylko kiedyś pogryzła człowieka. Posiadła także talenty literackie. Ona sama nie przyznaje się do wierszyka sprzed kilku lat, w którym mowa o przypiekaniu Kaczora – choć dawni znajomi twierdzą, że to jej dzieło. Pani mecenas twierdzi za to, że napisała piosenkę z refrenem „Kolory naszych słów poprzez kłamstwa tracą sens". Pełna zgoda.

Ryc. 32. „Fakt", 13.03.2020

Jeszcze przed wykryciem pierwszego chorego na COVID-19 obok kwestii medycznych media podejmowały tematy polityczne (ryc. 29), zapowiadając, że COVID-19 „ochładza emocje kampanii wyborczej" (F 12.03.2020), że epidemia koronawirusa będzie miała wpływ również na ten aspekt życia, np. że „radykalnie zmieni warunki prowadzenia kampanii prezydenckiej" (RZ 14.03.2020), gdyż ze względu na zakaz zgromadzeń publicznych niemożliwe będzie organizowanie konwencji i wieców wyborczych, a sami kandydaci będą zmuszeni przenieść kampanię z realu do wirtualu: „Będziemy

musieli przenieść się do mediów i do Internetu" (RZ 9.03.2020). „Pozostanie więc walka na plakaty wieszane na płotach oraz korzystanie z mediów elektronicznych, a w szczególności społecznościowych" (RZ 14.03.2020).

Warto również zastanowić się, jak wygląda zależność między problematyką epidemii w Polsce a tematyką związaną z kampanią wyborczą w poszczególnych okresach.

Wykres 15. Liczba newsów odwołujących się do tematyki wyborów politycznych w stosunku do liczby newsów poruszających inne tematy polityczne

Analiza zawartości głównych programów informacyjnych pokazuje, że obecność newsów zawierających jakieś wiadomości na temat epidemii koronawirusa i jednocześnie poruszających problematykę zarówno wyborów prezydenckich, jak i innych zagadnień politycznych była zauważalna. To współwystępowanie obu tematów charakteryzowało także materiały prasowe. Z biegiem czasu wiedza medyczna na temat koronawirusa i wywoływanej przez niego choroby COVID-19 była coraz większa, a jej przekazywanie zmniejszało poczucie strachu. Jednocześnie zwiększała się liczba informacji dotyczących działania władz państwowych, kampanii wyborczej, sytuacji ekonomicznej państwa. Analiza zawartości artykułów potwierdza konkluzję o współwystępowaniu informacji na temat zagrożenia epidemicznego i kwestii politycznych (w tym tych związanych z wyborami prezydenckimi) już w pierwszym okresie, czyli w marcu 2020 roku[33].

33 Szczegółowa analiza pokazująca problem upolitycznienia wirusa została przedstawiona w tekście M. Kołodziejczak, M. Wrześniewska-Pietrzak, *The virus on the leash of politics? – media image of SARS-CoV–2 virus during the first wave of pandemic in Poland (preliminary remarks)* [w druku].

Obserwacje te przyczyniły się do sformułowania problemu badawczego dotyczącego kwestii upolitycznienia wirusa SARS-CoV-2 w przekazach medialnych, problem ten odwołuje się do koncepcji upolitycznienia obecnej w pracach Mirosława Karwata (2015: 35, 44–45).

Wykres 16. Liczba newsów odwołujących się do tematyki wyborów prezydenckich

Na tym tle niezwykle interesująco przedstawiają się dane prezentujące korelację z podziałem na poszczególne stacje telewizyjne. Zaobserwować można zdecydowaną przewagę łączenia problematyki epidemii koronawirusa z tematyką wyborów prezydenckich w TVN w pierwszym okresie, natomiast w drugim wyróżnionym okresie przypadającym na trwającą kampanię wyborczą ta korelacja zdecydowanie mocniej obecna była w „Wydarzeniach" emitowanych przez Polsat, okres powyborczy zaś w obu tych stacjach łączył się ze zdecydowanym spadkiem liczby newsów, w których prócz słowa kluczowego wskazującego na koronawirusa występowały kwestie wyborów. Na tym tle zauważyć można wzrost liczby newsów dotyczących wyborów w „Wiadomościach" TVP1. W tym programie informacyjnym w I i II okresie podlegającym badaniu zdecydowanie więcej było newsów, w których słowa kluczowe wskazujące na epidemię łączone były z informacjami na tematy polityczne inne niż wybory. Wynik ten koresponduje z badaniami M. Kołodziejczak i M. Wrześniewskiej-Pietrzak (w druku) dotyczących upolitycznienia wirusa w przekazach formułowanych

w analizowanych mediach (por. też: Poguntke, Webb 2005; Norris 2004; Kepplinger 2008).

Wykres 17. Liczba newsów zawierająca tematy polityczne inne niż wybory

Kolejne zestawienia pokazują wzajemne powiązania w newsach problematyki epidemii w Polsce ze sprawowaniem władzy przez PiS, ze stosunkiem opozycji do podejmowanych przez rząd i prezydenta RP działań, z dyskusją o sposobie przeprowadzenia wyborów prezydenckich, z prowadzeniem kampanii przed wyborami prezydenckimi, oddają zatem obecność dwóch tematów w danym newsie, ich łączenie ilustrują wykresy 18 i 19.

Wykres 18. Newsy zawierające odniesienia do epidemii w Polsce i wyborów prezydenckich

Wykres 19. Newsy zawierające odniesienia do epidemii w Polsce i tematyki politycznej innej niż wybory prezydenckie

Należy też zwrócić uwagę na powiązanie lub jego brak między liczbą newsów zawierających odniesienie do polityki a liczbą newsów dotyczących gospodarki, kultury lub sportu. Zestawienie pokazuje, że polityka nie była w analizowanych wydaniach tematem najważniejszym. Spodziewanym wynikiem był tu wzrost odniesień do polityki w II okresie z uwagi na czas okołowyborczy. Zauważyć jednak trzeba, że na tym tle wyniki zebrane z TVP1 pokazują stałą liczbę newsów zawierających tematykę polityczną, która to tematyka zdecydowanie rzadziej występuje w stacjach TVN i Polsat. TVP1 charakteryzuje się porównywalną liczbą odniesień do polityki, gospodarki, kultury oraz sportu. Natomiast programy informacyjne emitowane przez TVN i Polsat nie łączą tak często jak TVP1 wiadomości na temat epidemii z kwestiami politycznymi niezwiązanymi z wyborami prezydenckimi. Jak widać na poniższym wykresie, dominują w nich tematy inne niż polityczne.

Wykres 20. Newsy podejmujące tematy dotyczące polityki, gospodarki, kultury i sportu

Poza kwestiami dotyczącymi samej epidemii COVID-19 i polityki dziennikarze telewizyjni i prasowi podejmowali m.in. tematy społeczno-gospodarcze, od pierwszych dni marca 2020 r. zapowiadając kryzys:

> Polskie porty na Bałtyku mocno inwestują w zwiększenie możliwości przeładunkowych, ale niedawny wysoki wzrost obrotów maleje od ub. roku. [...] Na razie dalszy wzrost przeładunków kontenerów jest zagrożony przez epidemię koronawirusa (RZ 4.03.2020).

> Światowa Organizacja Zdrowia ogłosi najwyższy stopień zagrożenia, jeśli zarażenia między osobami, które nie były w Chinach, staną się powszechne. [...] Koronawirus na coraz większą skalę uderza także w elity władzy. [...] narasta obawa, że koronawirus doprowadzi do globalnej recesji (RZ 5.03.2020).

Ryc. 33. Polsat, 25.03.2020

Na progu pandemii wiele przekazów medialnych przynosiło niezbędne informacje o otaczającej rzeczywistości, jednocześnie budząc niepokój o nadchodzącą przyszłość i próbując wskazać pozytywny aspekt jakiejś sytuacji lub działań podejmowanych przez różne osoby lub instytucje. Wielokrotnie budowano ambiwalentny przekaz, w którym emocje negatywne mieszały się z pozytywnymi. W „Wydarzeniach" wypowiedź Bogdana Rymanowskiego ma w końcowym efekcie wydźwięk pozytywny, jednak napisy sugerują odbiorcy, że sytuacja jest co najmniej poważna. Słowa *zamknięte* i *straty* określone dodatkowo przez przymiotnik *wielkie* tworzą negatywny obraz rzeczywistości, a powiązanie go z *koronavirusem* zapisanym przez obce dla polszczyzny *v*, to odczucie tylko pogłębia, choć prowadzący przekonuje:

> Nawet 3 miliony osób może zostać bez pracy – ostrzegają eksperci. Ale rząd uspokaja, że jeśli walka z wirusem będzie się przedłużać, państwo rozszerzy pomoc. Na tarczę, która ma chronić gospodarkę, rząd chce przeznaczyć ok. 10% PKB (Polsat 25.03.2020).

EPIDEMIA

Szkoły bez dzieci, firmy bez pracowników

Zamknięcie żłobków, przedszkoli i szkół daje prawo do płatnego wolnego. Dla biznesu to katastrofa.

MARCIN RZEHEK

Decyzja rządu o zawieszeniu zajęć w szkołach, przedszkolach, żłobkach i na uczelniach ma przeciwdziałać rozprzestrzenianiu się epidemii koronawirusa. W czwartek i piątek placówki oświatowe będą jeszcze zapewniać dzieciom opiekę. Od poniedziałku będą już zamknięte – aż do środy 25 marca. Powoduje to komplikacje dla milionów pracowników, którzy nie będą mieli z kim zostawić dzieci.

Mamy w Polsce około 3 mln maluchów, które nie ukończyły ósmego roku życia. Ich rodzice dzięki spekulatywie cyrkuli przewo do 14 dni dodatkowego płatnego wolnego w razie zamknięcia żłobka, przedszkola czy szkoły. Wolne będą też brali rodzice starszych dzieci do 14. roku życia, którzy mają prawo do zasiłku opiekuńczego równego 80 proc. wynagrodzenia. ZUS potwierdza, że zasiłki będzie wypłacał już od 12 marca.

Dla ubezpieczonych

Z zasiłku mogą skorzystać zarówno pracownicy, jak i zleceniobiorcy czy prowadzący działalność gospodarczą. W przypadku osób niezatrudnionych na etacie, dla których ubezpieczenie chorobowe jest dobrowolne, ważne jest, czy opłacali składkę. Jeśli nie, nie mają prawa do zasiłku.

Dla osób prowadzących działalność gospodarczą ważna jest też wysokość składki, jaką płacili. Jeśli była najniższą możliwą (obecnie 609,14 zł miesięcznie), zasiłek w ręce około 20 zł za dzień wolnego. Niewiele ponad 80 zł zasiłku za każdy dzień dostanie natomiast przedsiębiorca opłacający podstawową składkę 1431,48 zł miesięcznie.

Ze świadczenia w czasie szkolnej kwarantanny może skorzystać tylko jeden rodzic. I to pod warunkiem, że w domu nie ma innej osoby, która mogłaby zająć się dzieckiem do 8. roku życia. Mogą to być np. dziadkowie lub starsze rodzeństwo powyżej 14. roku życia, jeśli pozostają we wspólnym gospodarstwie domowym. Przepisy mówią, że nastolatek może zająć się rodzeństwem.

– Gdy w domu jest rodzic na urlopie macierzyńskim, ZUS nie wypłaci zasiłku opiekuńczego dla drugiego rodzica, który będzie chciał się zaopiekować starszym dzieckiem – tłumaczy Katarzyna Przybyłowska, radca prawny.

Brakuje rąk do pracy

Decyzja rządu o zamknięciu szkół to wyzwanie dla przedsiębiorców. – Może dojść do masowych absencji, gdy pracownicy nie będą przychodzić do pracy ze względu na opiekę nad dziećmi – mówi Grzegorz Baczewski z Konfederacji Lewiatan. Z wolnego będą korzystać także lekarze i pielęgniarki, którzy są przede wszystkim rodzicami i będą teraz musieli zaopiekować się dziećmi.

– Najbliższe dwa tygodnie powinny zostać wykorzystane na przygotowania do wdrożenia specjalnego programu „Bezpieczna szkoła" – mówi Marek Kowalski, prezes Federacji Przedsiębiorców Polskich. – Dzięki wprowadzeniu w szkołach niezbędnych środków oraz wzmocnieniu procedur sanitarnych ograniczone do minimum zostałoby ryzyko rozprzestrzeniania się koronawirusa. Oświata bezpiecznie mogłaby wznowić działanie. Pozwoliłoby to na powrót do pracy zatrudnionych, którzy są niezbędni dla sprawnego funkcjonowania ochrony zdrowia – dodaje.

– Prewencja rozprzestrzeniania się wirusa ma daleko idące skutki dla gospodarki, ale to niezbędne do redukcji potencjalnych ofiar śmiertelnych – mówi Piotr Arak, dyrektor Polskiego Instytutu Ekonomicznego.

Przez epidemię ekonomiści spodziewali się wzrostu PKB o około 3 proc. Jak szacuje PIE, w optymistycznym scenariuszu, w którym na Covid-19 w Polsce zachoruje kilka tysięcy osób, gospodarka zwolni o 0,4 pkt proc. W najczarniejszym wzroście mógłby wynieść tylko 1,7 proc. To byłby najniższy wynik od 2013 r. —arw, gp

EPIDEMIA KORONAWIRUSA rp.pl/koronawirus

Szpitale z jednej strony odwołują planowe zabiegi, z drugiej – przygotowują się na napływ pacjentów z koronawirusem. Na zdjęciu: **połowa izba przyjęć w Częstochowie**

Ważne terminy

- **Żłobki i kluby dziecięce** będą zamknięte od 12 marca. Rodzicom przysługuje przez 14 dni zasiłek opiekuńczy
- **12 i 13 marca** w szkołach będą odbywały się zajęcia opiekuńcze. Rząd apeluje, by przyprowadzać dzieci tylko wtedy, gdy to niezbędne.
- **Od 16 do 25 marca** w szkołach zostają zawieszone zajęcia dydaktyczne. Nauczyciele mogą próbować uczyć przez internet.
- **12–25 marca** zawieszone zajęcia dydaktyczne na uczelniach. Prace naukowe prowadzone są normalnie
- **12–25 marca** zamknięcie instytucji kultury. Filharmonii, oper, teatrów, muzeów, kin, bibliotek oraz szkół, uczelni wyższych i placówek szkolnictwa artystycznego

W NUMERZE:

Komentarze • 12 • Sytuacja na granicach (Internetach) • 14-15 • Szukaj przemówień się do internetu • 18 • Lekci na pandemię • 19 • Jak wypełnić wniosek o zasiłek opiekuńczy • 114 • Gospodarka: giełda, akcizy, przepływy pieniędzy • 120-23 • Odwołane imprezy sportowe • 128

Ryc. 34. „Rzeczpospolita", 12.03.2020

Kujawsko-Pomorskie. Samorząd otworzył e-szkołę

Jak nauczyciele zostali youtuberami

Najpierw maturzyści i ósmoklasiści, a teraz uczniowie innych klas z Kujawsko-Pomorskiego wrócili do szkoły. Do e-szkoły, która ma nawet swojego dyrektora.

Agnieszka Kępka

Schemat działania szkoły jest prosty. Opiera się na streamingu – w specjalnym studiu każdego dnia nauczyciele poszczególnych przedmiotów prowadzą lekcje, które transmitowane są równocześnie na portalu województwa kujawsko-pomorskiego, stronie Edupolis.pl oraz Facebooku i YouTubie. Do wyboru. Właśnie na YouTubie e-szkoła cieszy się największą popularnością. „Jeszcze niedawno słyszałem, że youtuber to nie praca" – żartują w komentarzach uczniowie oglądający występy nauczycieli.

E-szkoła błyskawiczna

Kujawsko-Pomorską Szkołę Internetową zorganizował urząd marszałkowski w ekspresowym tempie. Powstała, gdy z powodu koronawirusa zawieszone zostały zajęcia. Najpierw były tylko e-lekcje dla maturzystów, a następnie dla ósmoklasistów. W pierwszym tygodniu odnotowano ponad 200 tys. wejść. Od tego tygodnia w e-szkole pojawiły się lekcje dla uczniów klas IV-VII oraz wszystkich pozostałych klas licealnych. Uczyć się można polskiego, matematyki, angielskiego, biologii, chemii, fizyki, geografii, WOS-u, historii, a nawet religii. Jest też wsparcie psychologiczne ucznia. Podczas pierwszych warsztatów z tego zakresu młodzież dowiedziała się usiąpłzy izomyni, jakie są metody radzenia sobie z lękiem.

Codziennie odbywa się do 20 lekcji online – mała forma wykładów, pokazów lub warsztatów. Każde zajęcia trwają pół godziny, później jest 15 minut na pytania zadawane na czacie. Program zajęć przygotowali metodycy pracujący w kujawsko-pomorskich centrach edukacji nauczycieli w Bydgoszczy, Toruniu i Włocławku.

Jest trudniej, ale mamy widzów

Pierwszą lekcję przeprowadziła Jolanta Serocka, nauczycielka języka polskiego w X LO w Toruniu, doradca metodyczny w Toruńskim Ośrodku Doradztwa Metodycznego i Doskonalenia Nauczycieli.

– Dla mnie ta forma zajęć jest trudniejsza. Na lekcjach stosuję metody aktywizujące, w tym pracę w zespołach. Tu takiej możliwości nie ma, ale widać, jak potrzebne są te zajęcia. Wielu uczniów po lekcji na czacie lub przez media społecznościowe zwierzało się do mnie z konkretnymi prośbami dotyczącymi kolejnych zajęć. Padały nawet pytania o to, jak się zmotywować do nauki – mówi nam Serocka.

W ten sposób dostarczyli tematy na kilka następnych zajęć. Według uczniów taki sposób nauki ma zalety i wady. – Nie podoba mi się, że nie da się przerwać nauczycielowi i od razu o coś zapytać, ale bardzo wygodne jest to, że w każdej chwili można włączyć sobie lekcję jeszcze raz – mówi Marta z Torunia, uczennica klasy maturalnej.

Internetowa szkoła na dłużej

Na razie trudno powiedzieć, jaki będzie koszt funkcjonowania e-szkoły. – Kalkulujemy, będzie ona przedmiotem projektu unijnego Kujawsko-Pomorska Szkoła Internetowa – mówi Beata Krzemińska, rzecznika urzędu marszałkowskiego, i zapowiada, że kiedy sytuacja wróci do normy, ta forma nauczania nadal będzie dostępna dla uczniów. Szkoła ma już nawet dyrektora: jest nim zastępca departamentu kultury i edukacji Czesław Fincer.

• Studio e-szkoły mieści się w Toruniu

Uczniowie to oglądają

10 TYS. SUBSKRYBCJI

• na YouTube zdobyła kujawsko-pomorska e-szkoła w niecały tydzień

Ryc. 35. „Gazeta Wyborcza", 26.03.2020

Niezwykle często w telewizyjnych serwisach informacyjnych i prasie podejmowane były tematy edukacyjne. Początek epidemii spowodował konieczność zamknięcia szkół, o czym informowano w artykułach zatytułowanych w następujący sposób: „Zamknijcie wszystkie szkoły!" (SE 11.03.2020); „Poznań zamyka szkoły" (GW 11.03.2020); „Rząd zamyka szkoły" (GW 12.03.2020); „Rząd zamyka szkoły teatry kina" (F 12.03.2020), „Wirus zamyka szkoły" (SE 12.03.2020); „Szkoły zamknięte, sklepy oblężone" (GW 12.03.2020); „Szkoły zamknięte do Wielkanocy?" (GW 18.03.2020). Zamiast fotografii przedstawiających zamknięte szkoły, przedszkola i żłobki pojawiły się obrazy pracowników medycznych w białych kombinezonach, co musiało wzmacniać przekaz, wywoływać strach, jednocześnie zamykając dyskusje, czy ta decyzja była słuszna.

Zamknięcie szkół spowodowało konieczność prowadzenia edukacji w sposób zdalny, na e-lekcjach, i rozpoczęło dyskusje na temat sytuacji polskich szkół oraz krótko- i długofalowych skutków pandemii. Pojawiały się wypowiedzi na temat edukacji zdalnej, roli nauczycieli, obciążenia rodziców, problemów z nierealistyczną, nadmiernie rozbudowaną i zbyt szczegółową podstawą programową, ale także z brakiem komputerów, dostępu do Internetu. Eksperci zastanawiali się, w jaki sposób urealnić wymagania podstawy programowej, dyrektorzy i nauczyciele próbowali przeciwdziałać zjawisku „znikania" uczniów z systemu. Publicyści pytali, na jakie wsparcie mogą liczyć nauczyciele i uczniowie ze strony władz oświatowych i samorządowych. Z czasem pojawiły się kolejne problemy, np. kiedy powinny się odbyć egzaminy i jaką formę przyjąć, by były adekwatne do możliwości przygotowania się do nich przez ósmoklasistów i maturzystów, a także jaki będzie wpływ zdalnej edukacji na kondycję psychiczną zwłaszcza najmłodszych uczniów[34]:

> Za chwilę wakacje, ale wygląda na to, że koszmar zdalnej nauki po wakacjach rozpocznie się na nowo. Zdalnie mają także działać

34 Rozważania te rozpoczęły trwające nadal dyskusje o złym stanie psychiatrii dziecięcej, o konieczności zmian w zakresie pomocy psychologicznej i psychiatrycznej dla dzieci i młodzieży. Na kanwie tej dyskusji rozpoczęto badania na temat dostępności psychologów w szkołach, których praca w czasie pandemii nie zawsze przynosiła oczekiwane rezultaty. Potwierdzeniem tych medialnych doniesień były wypowiedzi części studentów Wydziału Filologii Polskiej i Klasycznej UAM o ich doświadczeniach w czasie edukacji zdalnej oraz fakt, iż liczba oczekujących wsparcia psychologicznego wzrosła tak bardzo, że na WFPiK zatrudniono psychologa.

> przedszkola. Co na to rodzice, jak zamierzają przetrwać kolejne miesiące zdalnej nauki, bez żadnego wsparcia ze strony państwa i często enigmatycznej aktywności szkoły? Uczniowie potrzebują normalnej szkoły. Nie wyobrażam sobie dalszej nauki zdalnej.
> [...] nauczanie niestety będzie miało negatywne konsekwencje dla rozwoju społecznego młodego pokolenia. Koronawirus pozostanie z nami na zawsze i większość z nas albo miała, albo w przyszłości będzie mieć... – jedna w przedszkolu, druga w piątej klasie – to się nie uda. Rozumiem, że może przyjść druga fala koronawirusa i trzeba zachować bezpieczne warunki sanitarne. Ale przecież jesteśmy pół roku w pandemii (GW 24.06.2020).

W analizowanym materiale pojawiały się także tematy kulturalne. Informowano o zamykanych kinach, teatrach, muzeach, o odwoływanych przedstawieniach, premierach, festiwalach, wystawach, konkursach. Z czasem pojawiły się zaproszenia na kolejne wydarzenia kulturalne, które przeniesione zostały do nowych mediów. Odbiorcy mogli w Internecie nie tylko oglądać serwisy informacyjne, seriale, filmy, ale także brać udział w koncertach, oglądać przedstawienia teatralne, opery, przysłuchiwać się debatom na temat sztuki współczesnej, uczestniczyć w wernisażach i zwiedzać muzea online[35]. Media donosiły też o kolejnych koncertach w sieci, np. dla medyków („One World: Together at Home" 18.04.2020), lub w plenerze, np. przed szczecińskimi szpitalami (20.06.2020), ale także o zmianach w organizacji konkursów, np.:

> Eliminacje do Konkursu Chopinowskiego mimo zagrożenia koronawirusem odbędą się, ale prawdopodobnie bez publiczności. Sprzedaż biletów na kwietniowe przesłuchania tegorocznej, 18. edycji

35 Dzięki Internetowi i nowym technologiom sztuka przeniosła się do wirtualnej rzeczywistości i zyskała nowych odbiorców. Wydaje się, że wypracowane w czasie lockdownu sposoby udostępniania sztuki zmieniły formy kontaktu z różnymi dziełami. Z jednej strony sztuka *online* stała się bardziej obecna, łatwiej dostępna dla szerokiej publiczności, ale z drugiej została pozbawiona bezpośredniości w relacjach twórca – odbiorca. Albo tworzyła nowy rodzaj wspólnoty odbiorców uczestniczących razem, a jednak osobno w jakimś zdarzeniu artystycznym, albo kształtowała nowe bardziej zindywidualizowane formy obcowania z danym dziełem w wirtualnej przestrzeni.

> Konkursu Chopinowskiego z powodu zagrożenia koronawirusem została wstrzymana w ubiegłym tygodniu (GW 10.03.2020).

W mediach pojawiały się także tematy religijne, choć nie zawsze przekaz był nacechowany pozytywnie, o czym świadczą następujące nagłówki prasowe, np. „Mniej zabiegów w szpitalach, więcej mszy w kościołach" (GW 11.03.2020); „Wirus zabrał tacę" (RZ 25.03.2020); „Kościół bez wody święconej" (GW 13.03.2020); „To niewyobrażalne, by odwołano msze" (SE 12.03.2020); „Dyspensa to nie zakaz" (RZ 21.03.2020); „Ksiądz zaraził się na pogrzebie?" (F 25.03.2020); „Biskupi powinni zaapelować do rządu – twierdzi teolog. Powiedzcie stop!" (F 03.04.2020); „Wielkanoc w czasie epidemii" (SE 08.04.2020); „Czy otworzą kościoły" (F 07.04.2020); „Beatyfikacja Prymasa odłożona" (RZ 29.04.2020); „przelej pieniądze na tacę!" (SE 18.03.2020); „Otworzyli galerie! Wracajcie do kościoła!" (SE 11.05.2020).

Wielokrotnie powtarzano informacje o transmitowanych w telewizji i radiu nabożeństwach oraz mszach świętych. Podnoszono problem przygotowania do Wielkanocy przez spowiedź wielkopostną, sposobu przyjmowania komunii świętej, a także zastanawiano się, czy bycie na liturgii w Triduum Paschalnym za pomocą transmisji w telewizji, Internecie, radiu oznacza, że się ją przeżywało, uczestniczyło w niej, czy tylko jej się słuchało bądź ją oglądało. O trudnościach związanych z praktykowaniem życia religijnego pisano z punktu widzenia instytucji, ale także pojedynczego wiernego:

> „Codziennie jestem w internetowym kościele"
> Coniedzielna msza święta w kościele była ucztą dla jej duszy. Jednak z powodu pandemii koronawirusa Ida Nowakowska (30 l.) nie może na razie odwiedzać świątyni. Na szczęście prezenterka znalazła sposób, żeby uczestniczyć w nabożeństwach, a dzięki kwarantannie modli się jeszcze więcej! (F 07.04.2020).

Tomasz Terlikowski w artykule zatytułowanym „Antykatolicyzm w czasach zarazy" pisał m.in.:

> [...] ich pragnienie pozamykania kościołów i zakaz publicznych mszy świętych, to powinni – jak najszybciej – doprowadzić do zamknięcia wszystkich sklepów wielkopowierzchniowych, bo tak się składa, że

to tam przebywa o wiele więcej osób, które mogą przenosić koronawirusa, a nie w świątyniach, gdzie na codziennej mszy jest kilka, czasem kilkanaście osób. Nie słyszałem też, by ktokolwiek postulował zamknięcie barów czy restauracji [...]. Ale... Kościół nie może – jeśli ma pozostać sobą – poddać się logice, w której najwyższą wartością jest obrona życia doczesnego. Nie może, bo jego cel jest inny, skupiony na życiu wiecznym. To ono jest celem, ono jest najważniejsze. I dlatego Kościół nie może ulec logice świata i zakazać publicznego sprawowania sakramentów, ze szczególnym uwzględnieniem Eucharystii (RZ 14.03.2020).

Ryc. 36. „Fakt", 16.03.2020

Ryc. 37. „Gazeta Wyborcza", 09.04.2020

Problematyka religijna pojawiała się także w serwisach informacyjnych regularnie, gdy wprowadzane były kolejne obostrzenia. Na przykład w „Wydarzeniach" 25 marca 2020 r. news zatytułowany „Dzwony nadziei" wprowadza prowadzący program w następujący sposób: „Punktualnie w południe *Ojcze nasz* zabrzmiało w najróżniejszych językach świata. O modlitwę w intencji ustania epidemii zaapelował papież Franciszek. W całej Polsce zabiły dzwony, a na Wawelu zagrzmiał dzwon Zygmunta". Słowom modlitwy błagalnej papieża o miłosierdzie dla ludzkości

doświadczonej przez pandemię COVID-19, za chorych i ich rodziny, za personel medyczny, wolontariuszy, kapłanów itd. towarzyszą obrazy samotnego Ojca Świętego w papieskim gabinecie, Wawelu i pustego Krakowa, Częstochowy, Czarnej Madonny, samotnie modlącej się kobiety u kościelnego ogrodzenia, a także dźwięki bijącego dzwonu Zygmunta. W materiale TVP1 wspomniano o prośbie papieża, lecz pominięto jego modlitwę. Biją też dzwony wielu polskich świątyń, a arcybiskup Stanisław Gądecki tłumaczy, iż są one „wzmożeniem tego głosu wiernych, który kieruje się ku Bogu z prośbą o pomoc. Właśnie w tej epidemii, pośród tych nieszczęść, które nas spotkały". Natomiast w TVN informacja o modlitwie papieża znalazła się w newsie zatytułowanym „Święta w izolacji".

Ryc. 38. Polsat, 25.03.2020

Ryc. 39. TVN, 25.03.2020

Piotr Marciniak, zapowiadając ów materiał, stwierdził: „Na wezwanie papieża Franciszka chrześcijanie różnych wyznań odmówili dzisiaj jednocześnie w południe modlitwę *Ojcze nasz*. To papieska odpowiedź na pandemię" (TVN 25.03.2020). Dalsza część newsa poświęcona była sposobowi obchodzenia Niedzieli Palmowej, Świat Wielkanocnych, odwoływaniu uroczystości bierzmowania i pierwszej komunii. Redaktor Jan Błaszkowski podkreślał samotność modlącego się o miłosierdzie papieża, wzywającego do powszechnej modlitwy. W materiale „Faktów" samotnemu papieżowi wtórował samotnie modlący się przed grobem św. Wojciecha prymas Wojciech Polak (rycina 38), wypowiadający słowa: „i w jedności ze wszystkimi". Następnie pojawiają się obrazy dzwonnic z Gdańska, Łodzi, Poznania, Krakowa i padają słowa:

> *Ojcze nasz* o powstrzymanie epidemii odmawiano dziś na całym świecie. [...] W całej Polsce w samo południe zabiły kościelne dzwony.

> Rozbrzmiał nawet dzwon Zygmunta na Wawelu, który odzywa się tylko podczas najważniejszych świąt i przy szczególnych okazjach. Dziś to czas zarazy. [...] To dla Kościoła czas wyjątkowy i wyjątkowe zalecenia na najbliższe dni: msze święte i pogrzeby z udziałem maksimum 5 osób z pierwszeństwem najbliższej rodziny. Gorzkie żale i droga krzyżowa tylko w transmisji internetowej, ograniczenie spowiedzi do otwartych, specjalnie przygotowanych pomieszczeń, wielkanocna komunia aż do 7 czerwca i przełożenie uroczystości pierwszej komunii i bierzmowania (TVN 25.03.2020).

Ryc. 40. TVN, 25.03.2020

Obostrzenia dotyczą także sprawowania liturgii Triduum Paschalnego. Informacjom o zmianach wynikających z zagrożenia epidemicznego, o braku na przykład adoracji krzyża, święcenia pokarmów i procesji rezurekcyjnej, towarzyszyły obrazy sprzed pandemii, gdy w nabożeństwach i mszach świętych w Wielkim Tygodniu i Wielkanocy uczestniczyli licznie wierni. W materiale pojawiły się obrazy miejsc mających duże znaczenie nie tylko dla religii katolickiej, ale i polskiej kultury, wzmacniały one przekaz i służyły budowaniu wspólnoty. Badacze zwracają uwagę na intertekstualność relacji tekstu z obrazem w nowych mediach, gdzie

> obrazy, dźwięki i przestrzenne współrzędne odczytywane są jedne poprzez drugie, zapożyczając nagromadzone warstwy znaczenia [...]. Takie funkcjonowanie nowych mediów udowadnia, że metamorfozy, którym ulegają przekazy informacyjne [...], nie są abstrakcyjnym wytworem teoretycznym, lecz – przeciwnie – stanowią zespół praktyk, za którymi teoria próbuje dopiero nadążyć (Twardoch 2014).

W tym samym materiale przewodniczący Episkopatu Polski arcybiskup Stanisław Gądecki ówczesną sytuację uznał za post od gromadzenia się w kościołach na modlitwie i ocenił negatywnie, określając ją jako *złą rzeczywistość*, ale wyraził nadzieję, że wierni będą zachowywać, a może nawet pogłębiać relację z Bogiem: „Gdyby w efekcie, powiedzmy, tego okresu epidemicznego doszło do jakiegoś pogłębienia duchowości, byłby to dobry skutek złej rzeczywistości" (TVN 25.03.2020).

Informacje o obostrzeniach dotyczących życia religijnego w serwisie Polsatu pojawiły się dzień później w newsie pod tytułem „Komplikacje". Prezenter stwierdził, iż epidemia koronawirusa to spory *kłopot* dla narzeczonych, którzy planowali w najbliższym czasie ślub, ale także dla rodziców dzieci, które przygotowują się do pierwszej komunii świętej, to także wielkie zmartwienie dla żegnających swoich bliskich. *Kłopot* to 'sytuacja, która powoduje trudności, komplikacje lub jest przyczyną naszych zmartwień' (WSJP), *komplikacja* to 'niespodziewana okoliczność lub zdarzenie utrudniające realizację jakichś planów' (WSJP), *zmartwienie* zaś to 'stan psychiczny wywołany tym, że dzieje się lub stało się coś, co dana osoba uznaje za niepokojące i smutne' (WSJP). Dalsze informacje w tym newsie dotyczą rynku weselnego, rozczarowanych par, problemu z zarezerwowanymi salami dla świętujących pierwszą komunię oraz kwestii obecności tylko 5 osób w kościele i na cmentarzu podczas pogrzebu. Kończąc swoją wypowiedź, dziennikarz stwierdził: „jedno jest pewne, terminu świąt wielkanocnych nie da się przesunąć. Święta będą inne. Bez drogi krzyżowej, bez rezurekcji, bez wizyty w kościele na święceniu pokarmów". W analizowanym newsie święta przyrównane zostały do pierwszej komunii świętej i ślubu, zwrócono uwagę na to, co jest zewnętrzne, pominięto kwestie duchowe, a najważniejszą informacją było to, że święcenie pokarmów ma się odbyć w domu bez obecności księdza.

W TVP1 informacje o obostrzeniach dotyczących praktyk religijnych podczas Wielkanocy pojawiły się w newsie „Specjalna oferta programowa TVP". Odbiorca katolik był zachęcany do przeżycia eucharystii bez wychodzenia z domu, podobnie przedstawiciele innych Kościołów chrześcijańskich byli zapraszani do uczestniczenia w liturgii prawosławnej lub nabożeństwach ewangelickich.

W analizowanych informacjach z okresu od 4.03 do 12.07.2020 r. zasadniczo dominowały tematy pandemiczne i polityczne, szczególnie

kampanijne, a później wyborcze. Relatywnie dużo czasu poświęcono oświacie, edukacji zdalnej, organizacji szkół i przedszkoli, przy stosunkowo skromnym zainteresowaniu problemami uczelni. Sporo mówiono i pisano o branży fryzjerskiej (mniej o kosmetycznej), kulinarnej, turystycznej (szczególnie przed weekendem majowym i wakacjami) czy weselnej. Dużo rzadziej zajmowano się kwestiami kultu, kultury czy sportu. Zaskakujące zawartości agend wynikać mogą z przyczyn pozamerytorycznych, a nawet przypadkowych, zatem niektóre tematy cechują się pewną nadreprezentatywnością (wielu odbiorców było zainteresowanych edukacją uczniów – dzieci czy wnuków) albo pojawienie się ich jest wynikiem niecodziennych sytuacji czy zachowań (np. szycie maseczek i kombinezonów ochronnych przez projektantki mody czy zakonnice lub przygotowywanie się do występu na igrzyskach olimpijskich w kuchni czy holu mieszkania w bloku). Inne mogły być zapewne inspirowane tematami konferencji rządowych.

5. Speakerzy

Tomasz Piekot, pisząc o dyskursie medialnym, zwracał uwagę, że układ ról komunikacyjnych jest znacznie bardziej skomplikowany niż wyjściowa para nadawca – odbiorca, gdyż istotną rolę odgrywa w nim również struktura społeczna, w której funkcjonują uczestnicy komunikacji. Twórcą tekstu jest bowiem nie tylko bezpośredni autor, ale także spora grupa osób lub instytucji sprawujących społeczną kontrolę (Piekot 2006: 103). Z tego też powodu przy analizie materiału telewizyjnego wprowadzona została kategoria *speakera*, która podkreśla, że kodowany nadawca to ktoś, kto przedstawia wypowiedź mówioną. Termin ten nie obliguje badaczy do rozstrzygania na etapie kodowania tego, kto jest faktycznym twórcą danego tekstu. Wprowadzenie tego pojęcia pozwala wskazać, kto daną wypowiedź przedstawiał (dziennikarz, polityk, ekspert medyczny, inny ekspert czy zwykły człowiek). *Speaker* zatem to każdorazowo osoba, która wypowiada dany tekst, który został zakodowany i wyodrębnione zostały zawarte w nim treści (np. obecność słów kluczowych, emocji czy wybranych do kodowania tematów). W tym miejscu warto wskazać, że wykorzystanie tej kategorii w procesie kodowania – zgodnie z założeniem – zwalniało badaczy z analizy wypowiedzi pod kątem treści przypisywanych innym nadawcom za pomocą np.

mowy zależnej lub parafrazy. Rozwiązanie to umożliwiało wskazanie tego nadawcy, który dane treści przedstawiał odbiorcom poszczególnych programów telewizyjnych. Szczegółowy opis relacji nadawczo-odbiorczych może stać się przedmiotem dalszych badań jakościowych. Newsy zawierające dane dotyczące epidemii w Polsce lub na świecie bardzo często zawierały wypowiedzi ekspertów rodzimych i zagranicznych, którzy niekoniecznie byli specjalistami w kwestiach medycznych (wykresy 21–24). Poniżej przedstawione dane pokazują jednak dość ciekawą tendencję wskazującą, że ekspert zagraniczny wypowiadający się na tematy związane z epidemią był najczęściej specjalistą – lekarzem, wirusologiem, naukowcem zajmującym się problematyką związaną ze zdrowiem i medycyną. Zwraca w tym miejscu uwagę brak ekspertów zagranicznych wypowiadających się w ostatnim badanym okresie.

Wykres 21. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się eksperci zagraniczni

Wykres 22. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się eksperci rodzimi

Natomiast analiza tej samej kwestii w odniesieniu do ekspertów rodzimych pokazuje przede wszystkim tendencję do zmniejszającej się liczby wypowiedzi specjalistów mówiących o epidemii. Warto też zwrócić uwagę na fakt, że są to wielokrotnie ci sami specjaliści występujący w kolejnych programach informacyjnych danej stacji, kilku stacji, a niejednokrotnie udzielający wywiadów także w prasie. Ponadto tylko w pierwszym okresie zauważalna była przewaga cytowania czy przywoływania ekspertów medycznych. Z tego też powodu warto pokazać w tym miejscu liczbę polityków wypowiadających się na tematy medyczne w poszczególnych okresach. Otrzymany wynik pokazuje, że politycy wypowiadali się o aspektach medycznych związanych z epidemią COVID-19 w pierwszych dwóch okresach – zatem od pierwszego przypadku osoby, która zachorowała na COVID-19 w Polsce poprzez okres okołowyborczy, przejmując rolę przypisaną lekarzom. Brak jednak polityków poruszających kwestie medyczne w ostatnim okresie, co z jednej strony może być spowodowane polepszającą się sytuacją epidemiczną, widoczną choćby w wycofywaniu się z obostrzeń. Z drugiej strony może to wskazywać, że w okresie I i II politycy poruszali problem kwestii medycznych i wypowiadali się na te tematy również dlatego, że stan epidemii wpływał bezpośrednio na kwestie związane z organizacją i przebiegiem kampanii prezydenckiej, a także samych wyborów.

Wykres 23. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się politycy

Wykres 24. Liczba newsów, w których w kwestii wyborów prezydenckich wypowiadali się politycy, eksperci medyczni i inni eksperci

Wykres 25. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadał się zwykły człowiek

Analiza newsów pod kątem obecności w nich wypowiedzi speakerów pokazuje, że w badanych materiałach liczny był (zwłaszcza w pierwszym i drugim okresie badania) udział speakerów, którzy nie pełnili żadnej funkcji politycznej czy społecznej – był to zwykły człowiek, który wyrażał swoją opinię na podejmowany w newsie temat (wykresy 25, 26). Wyniki badania pokazują jednak, że tylko część wystąpień speakera kategoryzowanego jako zwykły człowiek dotyczyła jego życia prywatnego, np. tego, jak odnajduje się w rzeczywistości pandemicznej, jak zaraził się, jak znosi izolację, jakich skutków COVID-19 doświadcza, jak przeżywa śmierć bliskiej osoby, czy doświadczył pomocy sąsiadów lub innych działkowców. Wielokrotnie przypadkowi przechodnie wypowiadali się na temat swojego udziału w wyborach, oceniali poszczególnych kandydatów, jak również informowali o tym, jak planują lub spędzają letnie wakacje, w jaki sposób wykorzystają bon turystyczny.

Wykres 26. Liczba newsów, w których o własnym doświadczaniu pandemii wypowiadał się zwykły człowiek

Jak pokazują dane, w „Wydarzeniach" najczęściej cytowane były słowa zwykłego człowieka na temat jego własnego życia w newsach zawierających odniesienie do koronawirusa.

Kolejne zestawienia danych przynoszą informacje o tym, w ilu newsach zawierających odniesienie do epidemii w Polsce występowali kandydaci na prezydenta – z podziałem na media i czasookresy (wykresy 27–29).

Wykres 27. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się kandydaci na prezydenta, okres I, 4.03.2020–1.04.2020

Wykres 28. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się kandydaci na prezydenta, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

Wykres 29. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się kandydaci na prezydenta, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

W kontekście liczby newsów, w których mowa o epidemii i które prezentują wypowiedzi poszczególnych kandydatów na prezydenta, zdecydowaną przewagę miał urzędujący prezydent. Dominacja obecności prezydenta Andrzeja Dudy była szczególnie widoczna w „Wiadomościach" TVP1. Najrzadziej występowali natomiast ci politycy, którzy w badaniach opinii publicznej nie byli wskazywani jako kandydaci cieszący się dużym poparciem wyborczym.

6. Perswazyjność przekazu

W trakcie analizy tematyki materiałów prasowych i telewizyjnych, kompozycji informacji czy elementów agendy dziennej bądź tygodniowej nadrzędna okazała się perswazyjność. Ze względu na podejmowany temat przekaz wydaje się działać w sposób pośredni bądź bezpośredni, implikując określony odbiór, ponieważ: „Nadawca [...], realizując określone cele ekonomiczne, społeczne i polityczne (w tym także propagandowe), podejmuje decyzje, o czym i jak informuje" (Sobczak 2018: 81). Służyć temu mogą różne strategie i środki. Strategią nastawioną na wzbudzanie afektów, która angażuje publiczność w sposób szczególnie emocjonalny, jest dramatyzacja. Dramatyzacja rozumiana, po pierwsze, jako budowanie napięć, inscenizowanie wydarzeń na osi konfliktu, problemu, który wymaga rozstrzygnięcia, po drugie, jako hiperbolizacja – wyolbrzymianie zdarzeń, nadawanie im dramatycznego, tragicznego charakteru (Sobczak 2018: 220).

O ile w wypadku komunikowania politycznego dramatyzacja wydaje się widoczna niezależnie od pandemii, tak w przekazie dotyczącym pandemii COVID-19 media nie musiały hiperbolizować treści, ponieważ rzeczywistość zaskoczyła zarówno odbiorców, jak też nadawców. Stosowano jednak środki wizualne oraz tzw. ramowanie i kompilowanie informacji, które szczególnie oddziałują za pośrednictwem medium elektronicznego, ponieważ „dramatyzacja staje się generalną strategią telewizji" (Sobczak 2018: 229). Natomiast gdy poruszano tematy dotyczące kampanii, wieców wyborczych, polemik polityków, relacji ze spotkań z kandydatami, naturalna wydawała się narracja zbudowana wokół konfliktu.

Konflikt rozumiany jako zdarzenie przeciwstawnych dążeń, idei, stanowisk jest siłą napędową rozwoju akcji newsa, dlatego jest pożądany

z punku widzenia dramaturgii tekstów telewizyjnych. Wiąże się z niepewnością i ma charakter dynamiczny: „może rozwijać się w czasie, wygasać, przybierać na sile, może zmieniać się układ sił w konflikcie. To angażuje emocjonalnie widzów, zmuszonych do nieustannych ocen, wyborów i sytuowania się po którejś ze stron, pobudza też ciekawość, co do rozstrzygnięcia konfliktu" (Sobczak 2018: 220).

Stosowanie narracji opartej na konflikcie najczęściej dotyczy debat, sprawdza się w czasie kampanii przedwyborczej. Znajduje odzwierciedlenie również w przekazie informacyjnym, tematyce wyborczej, obecnej w głównych programach informacyjnych już w marcu 2020 r., czyli w pierwszym analizowanym okresie, np.:

> W kampanii PiS zapanował chaos. Ale to nie oznacza, że prezydent musi przegrać wybory. [...] Prezydent ma być na pierwszej linii w walce z koronawirusem (GW 4.03.2020).

Przekaz informacyjny, mimo dynamiki zmian medialnych czy medycznych, nie powodował paniki. Kilka lat wcześniej w opisie świńskiej i ptasiej grypy eksponowana była retoryka strachu (Hodalska 2018). Rzeczywistość pandemii koronawirusa wydawała się na tyle zaskakująca i trudna, że początkowo nie stosowano mocniejszych środków wyrazu, choć na emocjonalność wpływały tematyka czy niektóre materiały zdjęciowe. W pierwszym analizowanym okresie wyrażano się w mediach na temat pandemii raczej powściągliwie, ale nie lekceważąco, jeszcze nie przewidując, jakie spowoduje konsekwencje.

> Od kilku dni czekamy na pojawienie się pierwszego przypadku koronawirusa w Polsce. Czekamy w napięciu, snując teorie, że wirus tu już na pewno jest, tylko nikt nam o tym nie mówi. To czekanie nam nie służy. Robi się nerwowo – nawet moi z gruntu spokojni znajomi zdecydowali, że „na wszelki wypadek" zrobią zapasy jedzenia. W sklepach brakuje środków do odkażania rąk, w aptekach – maseczek higienicznych. Z dnia na dzień widzę, że ten strach ma coraz większe oczy. [...] Koronawirusa nie można bagatelizować, podobnie jak grypy, ale nie wolno demonizować (GW 4.03.2020).

W kolejnych tygodniach trwania epidemii nasycenie perswazyjne (Hogan 2000) stawało się coraz większe, zmieniały się treści faktograficzne oraz sposób ich prezentacji, edukujący czy ostrzegający odbiorców. Czasem sprawdzają się silniejsze środki językowe (składniowe i leksykalne), jak twierdzi Hodalska, pisząc o relacjach na temat epidemii ptasiej i świńskiej grypy: „Ważna jest narracja pandemicznych relacji i dominująca w nich retoryka strachu, której podporządkowane są słowa i obrazy, a także konstrukcja dziennikarskich tekstów" (Hodalska 2018: 27). W omawianym materiale nawet same dane statystyczne miały charakter perswazyjny. We wszystkich badanych okresach zarówno tematykę pandemiczną, jak też kampanijną łączono z metaforyką walki, widoczną nawet w tytułach, które są „maksymalnie skondensowaną wiadomością" (Pisarek 1967: 118), i które mają zachęcać do lektury. Nacechowanie perswazyjnie wydają się mieć m.in. następujące nagłówki: „Sytuacja wyjątkowa" (F 15.03.2020); „Dramatyczne nagranie" (F 29.04.2020) czy „Ameryka bez polisy" (GW 5.07.2020). Ich kreatywność osadzona była często w aktualnych realiach, np. „Współistniejące choroby motoryzacji" (RZ 16.06.2020) czy „Niepokonane zakonnice":

> WŁOCHY
> Siostra Bruna Begatti (102 l.) i zakonnica Eurice Antichi (106 l.) oparły się koronawirusowi, który szerzył się w domu opieki Villa Chieppi w Parmie, gdzie obie mieszkają. Młodsza z zakonnic wyleczyła się z koronawirusa, a starsza z sióstr nawet się nim nie zakaziła (F 16.06.2020).

Początkowo w tytułach dominowały odniesienia dotyczące koronawirusa:

„Świat walczy z pandemią"; „Wirus w natarciu" (Polsat 14.03.2020);

„Walka z wirusem"; „Obrona przed epidemią" (Polsat 16.03.2020);

„Pandemia wykańcza turystykę" (TVN 30.04.2020);

„Walka z epidemią" (taki sam tytuł: Polsat 15.05.2020, 25.06.2020).

Stopniowo pojawiały się konteksty polityczne, co widać na przykładzie serwisów konkretnej stacji, np.: „Wyborcza dogrywka", „Powrót do walki",

„Walka trwa", „Polityczne scenariusze", „Smak porażki" (Polsat 29.05.2020). Od wczesnej wiosny zauważalne jest współwystępowanie tematyki koronawirusa i polityki – zarówno w prasie, jak i w telewizji. Z każdym kolejnym dniem współwystępowanie to było coraz bardziej wyraziste, nasiliło się szczególnie w okresie przedwyborczym.

Analizując teksty poświęcone epidemii ptasiej i świńskiej grypy, Hodalska zauważyła: „Już same tytuły budzą trwogę, którą potęgują militarne metafory, leksem *atak* oraz gry słów wywołujące skojarzenia z filmami wojennymi" (Hodalska 2018: 29). Takie same mechanizmy stosowane są również w analizowanych tekstach dotyczących epidemii koronawirusa. W taki sposób nacechowane były również tytuły prasowe posługujące się elementami z pola semantycznego walki: „Wirus atakuje Polskę" (RZ 05.03.2020); „Koronawirus paraliżuje kraj" (GW 11.03.2020); „Koronawirus pobił siatkówkę" (GW 21.03.2020); „Koronawirus czai się wszędzie" (RZ 26.03.2020), i artykuły, np.:

> Senat zajmie się specustawą w sprawie Covid-19. Ma być przyjęta szybko. [...]. W związku z zagrożeniem koronawirusem część szpitali wprowadziła zakazy odwiedzin. [...] Agencja Rezerw Materiałowych przeznaczy 100 mln zł na walkę z koronawirusem (RZ 4.03.2020).

Powyższy przykład potwierdza inną opinię autorki: „Walka i wojna to motywy, których semantyczną skuteczność chętnie wykorzystują dziennikarze piszący o salach szpitalnych jako miejscu wojny" (Hodalska 2018: 31).

W analizowanym materiale znajdują się przykłady silnej perswazyjności, jak w wypadku trzech tekstów jednej autorki – Agnieszki Kublik, opublikowanych tego samego dnia w „Gazecie Wyborczej". Zastosowano formy inkluzywne: „Doceniamy medyków, nie ufamy rządowi", jak też imperatywne: „Nie zmuszajcie do nielegalnych wyborów", np.:

> 1. „Wybory w maju. Lekarze i PKW: Nie"
> – Wybory zarządzone na 10 maja się odbędą – twierdzi szef komitetu wykonawczego PiS Krzysztof Sobolewski. PKW w środę powie, że elekcja kopertowa nie jest bezpieczna.
> [...] wybory korespondencyjne nie są bezpieczne: „W aktualnej sytuacji epidemiologicznej związanej z pandemią COVID-19 ustawa

w przedstawionej formie nie zapewnia ochrony przed zakażeniem SARS-CoV-2 zarówno członkom obwodowych komisji wyborczych, osobom głosującym, jak i zapewniającym obsługę... (GW 22.04.2020).

2. „NIE ZMUSZAJCIE DO NIELEGALNYCH WYBORÓW"
Ile jest w Polsce naprawdę zakażonych COVID-19? Polacy nie ufają oficjalnym danym. Większość uważa, że rząd je zaniża ze względu na wybory.
[...] „Dane oficjalne dotyczące zachorowań na koronawirusa i liczba zgonów są zaniżone, rząd chce zmniejszyć obawy Polaków...". [...] Pod opinią, że rząd zaniża statystyki koronawirusowe, podpisuje się 61 proc. badanych... (GW 22.04.2020).

3. „DOCENIAMY MEDYKÓW, NIE UFAMY RZĄDOWI"
Lekarze i pielęgniarki pracują z poświęceniem, ale służba zdrowia niedomaga finansowo i organizacyjnie, a rząd zaniża statystyki koronawirusowe – oceniają Polacy.
[...] Nie radzimy sobie z koronawirusem. Choć na razie ogromna większość z nas – ok. 90 proc. – z koronawirusem się nie zetknęła, bo nie ma nikogo zakażonego... [...] służba zdrowia nie radzi sobie z koronawirusem (GW 22.04.2020).

Perswazyjne są też artykuły i ich tytuły w okresie przedwyborczym, jak „Strach przed wyborami w zakaźnym" Angeliki Kosiek (GW 22.06.2020) czy „Gorący weekend kampanii" Macieja Chołodowskiego:

> Rafał Trzaskowski zapowiedział stworzenie komisji dla skrzywdzonych przez PiS. Rządy PO – PSL były gorszym wirusem niż koronawirus – stwierdził prezydent Andrzej Duda. [...] W najgorszym momencie pandemii koronawirusa bezrobocie wzrosło do 6 proc., czyli było niższe niż wtedy, kiedy oni rządzili. Byli gorszym wirusem niż koronawirus. Dla polskiej gospodarki byli gorsi niż koronawirus – wołał Duda na wiecu zorganizowanym w niedzielę po południu... (GW 22.06.2020).

Zanotowano również tematy nienacechowane, o neutralnym przekazie, zarówno w serwisach telewizyjnych, np. „Głosowanie w pandemii" (TVN 27.06.2020), jak też w prasie:

„PKW zdecydowała w sprawie wyborów korespondencyjnych"
Tylko w dwóch gminach w Polsce wyborcy zagłosują wyłącznie listownie. Pozostali będą mogli wybrać formę oddania głosu. [...] W Baranowie ognisko koronawirusa wybuchło w fabryce mebli już w maju. [...] Ale koronawirus wciąż szybko się rozprzestrzenia, nadal jest zabójczy [...]. Był to dobowy rekord od początku pandemii koronawirusa (RZ 22.06.2020).

„Nie można wyprosić z lokalu wyborcy bez maseczki"
Udało się obsadzić wszystkie obwodowe komisje. Najmniej liczne będą te w obwodach zamkniętych. [...] Dużo obaw dotyczy głosowania korespondencyjnego [...]. RADZI: Pamiętaj przed głosowaniem – Trzeba pozostać w domu, jeżeli jest się na kwarantannie, ma się objawy choroby Covid-19, szczególnie gorączkę, kłopoty z oddychaniem, osłabienie, utratę węchu i smaku (RZ 24.06.2020).

„Na koniec kampanii niewiele nowych tematów"
Finisz zdominowała wizyta prezydenta Andrzeja Dudy w USA i walka o mobilizację wyborców. [...] Sztabowcy zastanawiają się nad frekwencją i mobilizacją w niedzielę. A także nad tym, czy jednym z czynników nie będzie strach przed zakażeniem koronawirusem. Sondaż CBOS opublikowany w tym tygodniu pokazał, że aż 62 procent Polaków właśnie tego się obawia. Największy lęk jest wśród osób najstarszych oraz u tych, którzy mieszkają w mniejszych miejscowościach (RZ 26.06.2020).

„Zabierz maseczkę i długopis na wybory"
Wybory prezydenckie już pojutrze. W tym roku w związku z pandemią koronawirusa odbędą się one w ścisłym reżimie sanitarnym. Co musimy mieć ze sobą i czego spodziewać się w lokalu wyborczym? Przeczytaj poradnik „Super Expressu"!
Zabierz maseczkę i długopis na wybory
Do lokalu wyborczego musimy udać się w maseczce zasłaniającej usta i nos (SE 26.06.2020).

„Ponad połowa pójdzie głosować"
W jutrzejszych wyborach prezydenckich zamierza uczestniczyć ponad połowa uprawnionych do głosowania Polaków. Według szacunku Instytutu Badań Pollster, przeprowadzonego na zlecenie „Super Expressu", frekwencja w pierwszej turze może wynieść 58 proc.! [...] Przypomnijmy też, że lokale wyborcze będą otwarte w niedziele w godzinach od 7 do 21. Podczas głosowania obowiązują obostrzenia sanitarne, spowodowane epidemią koronawirusa. Osoby, które pójdą do lokalu wyborczego, muszą mieć na twarzy maseczkę ochronną. Zdjąć ją można tylko podczas identyfikacji przed wydaniem karty do głosowania (SE 27.06.2020).

Przypadająca na czas pandemii tematyka kampanii i wyborów łączyła się w wydaniach prasowych i telewizyjnych z zagadnieniami dotyczącymi pandemii COVID-19, doprowadzając do wykształcenia się profilu polityczno-społecznego koronawirusa, co wiąże się z koncepcją upolitycznienia Mirosława Karwata (2015: 34–38). Profil ten występuje obok profilu medycznego. Cechami wspólnymi ich obu są ujemna waloryzacja działań wirusa i jego wpływu na funkcjonowanie człowieka, jak również obecność metaforyki militarnej, tzn. koronawirus jest wrogiem, obcym, nieznanym, nieprzewidywalnym przeciwnikiem albo nieokiełznanym żywiołem. Już w pierwszych dniach marca 2020 r. w przekazach medialnych był nie tylko drobnoustrojem chorobotwórczym grożącym ludzkości, lecz również wirusem politycznym czy społecznym, obejmującym swym oddziaływaniem całą ludzkość. Małgorzata Kołodziejczak i Marta Wrześniewska-Pietrzak w artykule „*The virus on the leash of politics*? – media image of SARS-CoV-2 virus during the first wave of pandemic in Poland (preliminary remarks)" (w druku) zauważają, że stworzenie profilu polityczno-społecznego przyczyniło się do zbudowania w przekazach medialnych niestałej relacji hierarchicznej między koronawirusem a polityką. Epidemia niejednokrotnie wpływała na politykę, na wprowadzane regulacje, a politycy i dziennikarze wykorzystywali stan walki z koronawirusem jako oręż w walce politycznej. Opisywane zjawisko ilustruje wiele przykładów, potwierdzających ponadto perswazyjność stosowanych środków językowych lub kompozycji materiałów dziennikarskich.

VI. „Epidemia strachu". Emocjonalność przekazu telewizyjnego i prasowego o koronawirusie i COVID-19

1. Ogólny cel i zaplecze teoretyczne badań

Ogólnym celem tej części badań jest charakterystyka nacechowania emocjonalnego wypowiedzi telewizyjnych i prasowych podejmujących temat wirusa SARS-CoV-2. Punktem wyjścia czynionych obserwacji jest pojęcie emocjonalności. Jego eksplikację musi jednak poprzedzić wyjaśnienie terminu *ekspresja*. Zgodnie z klasycznymi i wąskimi ujęciami problemu wskazane zjawisko to proces bezpośredniego (eksplicytnego, jawnego) lub pośredniego (implicytnego, ukrytego) uzewnętrzniania emocji/uczuć[36] (Grzegorczykowa 1978: 118; Lubaś 2003: 181). **Emocjonalność** – jako pochodna ekspresji (wytwór procesu) – jest komponentem znaków wskazującym na uczuciowy stosunek nadawcy do rzeczywistości pozajęzykowej (Grabias 1980: 479; Grabias 1981: 22; Rejter 2006: 14).

Nadawca może na trzy sposoby manifestować emocje (Grabias 1981: 25–26; Grabias 2001: 294–295; Grabias 2019: 53; Mikołajczuk 2006: 86). Chodzi o ich przejawianie, wyrażanie i komunikowanie. U podstaw tej typologii leżą krzyżujące się czynniki związane z tym, czy nadawca sygnalizuje uczucia świadomie bądź nieświadomie, czy treść przeżyć psychicznych

36 Leksemy *uczucie* i *emocja* są tutaj traktowane jako synonimy. Taka jest na ogół praktyka w opisie językoznawczym, choć istnieją koncepcje wyraźnie odróżniające oba fenomeny.

mieści się w strukturze znaczeniowej wypowiedzi, czy poza nią. Ostatnie pytanie dotyczy tego, czy emocje towarzyszą wypowiedzi obligatoryjnie, czy fakultatywnie.

Przejawianie uczuć to obligatoryjne, nieświadome i niezamierzone ich sygnalizowanie. Ten typ ekspresji dotyczy wyłącznie tekstów mówionych. Repertuar środków, za pomocą których emocje przejawiają się, jest bogaty i obejmuje zjawiska niewerbalne i parawerbalne, takie jak np.: kod proksemiczny (odległość między nadawcą a odbiorcą), kod kinetyczny (mimika, zachowania wzrokowe, gesty, pozycja ciała), drżenie rąk, drżenie nóg, tupanie nogami, odchrząkiwanie, śmiech, płacz, ziewanie, gwizd, fonacje, tembr głosu, tempo wypowiedzi, intensywność głosu, rozciągłość głosu, hezytacje, intonacja, pauzy, akcent[37] (Wiatrowski 2010: 87–88).

Wyrażanie emocji (inaczej: mówienie z uczuciem) jest procesem fakultatywnym, uświadamianym i zamierzonym przez nadawcę. Dane o uczuciowej reakcji nadawcy są wbudowane w strukturę znaczeniową wypowiedzi. Informacje te mają jednak charakter implicytny, przekazywane są nie pod asercją (Grzegorczykowa 1978: 118; Mikołajczuk 2006: 86) za pomocą zdania w modusie *czuję*, *że*... (Wierzbicka 1968: 101; 1969: 36). Na elementy językowe świadczące o wyrażanych emocjach składają się struktury ekspresywne (fleksyjne, słowotwórcze, leksykalne, składniowe) (Wiatrowski 2010: 88–91).

Komunikowanie uczuć (inaczej: relacjonowanie, opisywanie, referowanie, nazywanie uczuć, także mówienie o uczuciach) to ujawnianie emocji za pomocą wypowiedzeń w modusie *wiedz*, *że*..., czyli informowanie pod asercją (Wierzbicka 1968: 101; 1969: 36; Grzegorczykowa 1978: 118; Mikołajczuk 2006: 86). Służą temu zjawiska leksykalno-frazeologiczne eksplicytnie określające przeżycia wewnętrzne. O ile przejawiać i wyrażać uczucia może tylko osoba ich doświadczająca, o tyle komunikować można emocje własne (*kocham cię*) bądź cudze (*on ją kocha*). Trzeba na marginesie dodać, że świadome sięganie po środki para- i pozajęzykowe w procesie uzewnętrzniania uczuć to już ich wyrażanie. Wykorzystywanie ekspresywizmów bez świadomości ich emocjonalnego zabarwienia jest aktualizacją procesu przejawiania emocji (Wiatrowski 2010: 91–92).

37 Cechy prozodyczne mowy nie zawsze są sytuowane w obrębie zjawisk paralingwistycznych (Crystal 1980).

Dla dalszych rozważań istotna jest jeszcze typologia zjawisk emocjonalnych, u której podstaw legła jakość sądu wartościującego przyczynę uczucia. Chodzi więc o walencję emocji, czyli ich podział na **pozytywne** (nadawca prezentuje aprobatywny stosunek do bodźca uczucia) i **negatywne** (nadawca pragnie uniknąć, oddalić się od źródła emocji) (Oatley, Jenkins 2003: 100; Doliński 2007: 322).

Analiza danych tekstowych – poza przyporządkowaniem odnotowanych zjawisk emocjonalnych do odpowiedniego procesu ekspresji i ich poklasyfikowaniem uwzględniającym walencję uczuć – musi koncentrować się także na rekonstrukcji najważniejszych aspektów współtworzących sytuację emocjonalną. Składają się na nią: samo uczucie, jego podmiot (osoba doświadczająca emocji) oraz obiekt uczucia (*nienawidzi go*), jego sprawca (*Krzysztof rozgniewał ją*) bądź zdarzenie powodujące przeżycie psychiczne (*cieszę się, że przyjechał*) (Wiatrowski 2010: 19). Ze względu na tematyczne zorientowanie badań na tekstach traktujących o rozprzestrzenianiu się koronawirusa SARS-CoV-2 trzy ostatnie składowe są ogólnie określone, znane. Zaobserwowane w wyekscerpowanym materiale zjawiska emocjonalne mają bowiem związek (bezpośredni lub pośredni) ze wspomnianym wirusem.

Zastrzec należy, że przedmiotem naukowej obserwacji uczyniono wyłącznie znaczenia niesione przez odnotowane środki językowe. Poza zasięgiem opisu lingwistycznego pozostają uczucia faktycznie przez nadawcę/speakera przeżywane.

Ponieważ różne cele cząstkowe przyświecały analizom materiału telewizyjnego i prasowego (co w konsekwencji wymagało zastosowania innej procedury badawczej), zdecydowano się na odrębne omówienie zjawisk zaobserwowanych w obu typach mediów.

2. Emocjonalność przekazu telewizyjnego – procedura badawcza

Swoistość wypowiedzi telewizyjnych, tzn. ich polifoniczność polegająca na aktywizowaniu w procesie nadawczym logosfery, sonosfery i ikonosfery (Loewe 2013: 290), sprawia, że autorzy analizowanych wypowiedzi informacyjnych mają do dyspozycji bogaty – liczniejszy niż nadawcy tekstów prasowych – repertuar środków kształtujących emocjonalność komunikatów.

Ograniczając się tylko do słowa mówionego (reprezentującego kod audialny/akustyczny) i słowa pisanego (należącego do kodu wizualnego/ikonicznego) (Loewe 2013: 290), można wskazać – wymienione wcześniej – językowe i parajęzykowe sposoby uzewnętrzniania uczuć.

Należy w tym miejscu zwrócić uwagę, iż z założenia funkcją telewizyjnych magazynów informacyjnych (podobnie jak informacyjnych gatunków prasowych) jest „informowanie, wierne, szybkie powiadamianie o zdarzeniach, fotograficzne odbijanie rzeczywistości" (Sobczak 2010: 271). Nadawca tego typu tekstów „stosuje niezaangażowany opis, nie komentuje, jest bezstronny, nie apeluje do uczuć i emocji, unika subiektywizmu i wartościowania" (Sobczak 2010: 271). Cytowana autorka dodaje, że „ten wzorzec daleki jest od dziennikarskiej praktyki" (Sobczak 2010: 272). Prowadzone od lat rozległe badania nad gatunkami informacyjnymi i publicystycznymi (to klasyczna dychotomia ukazująca zróżnicowanie wypowiedzi dziennikarskiej ze względu na ich obciążenie funkcjonalne – Fras 1999: 77; Bauer 2000: 149) pokazują, że granice między tymi typami tekstów prasowych zacierają się (Wojtak 2004; Grzelka, Kula 2016a; 2016b; Sobczak 2016). Wartościowanie opisywanych zjawisk i emocjonalne zaangażowanie nadawców (dziennikarzy) – obecne w warstwie znaczeniowej tekstów publicystycznych – daje się bez wątpienia zaobserwować we współczesnej informacji (prasowej i telewizyjnej).

Analiza wypowiedzi wyemitowanych w trzech badanych okresach (4.03.2020–1.04.2020, 20.04.2020–17.05.2020, 15.06.2020–12.07.20) w ramach głównych wydań serwisów informacyjnych trzech ogólnopolskich stacji telewizyjnych (TVP1, Polsatu, TVN) miała przynieść odpowiedź na pytanie, czy w poruszających temat epidemii COVID-19 newsach składających się na dane wydanie programu pojawiały się emocje uzewnętrzniane wyłącznie językowo (zrezygnowano z uwzględnienia poza- i parawerbalnych środków sygnalizujących uczucia, ponieważ wymagają one zastosowania odrębnych metod badawczych, w tym wypracowanych na gruncie akustyki). Aby znaleźć odpowiedź na to pytanie, w warstwie powierzchniowej komunikatów poszukiwano leksykalno-frazeologicznych wskaźników emocjonalnego zaangażowania mówiących, a w ich obrębie:

– nazw uczuć oraz ich objawów (np. czasowników i zwrotów: *bać się*, *cieszyć się* , *czuć się nieswojo*, *czuć żal*, *denerwować*, *dusić w sobie złość*, *irytować*, *kochać*, *niepokoić*, *płakać*, *poczuć zimno na twarzy*,

podziwiać, *przerażać*, *rwać sobie włosy z głowy*, *skakać z radości*, *szanować*, *tęsknić*, *uśmiechać się*, *trząść się ze strachu*, *uśmiechać się od ucha do ucha*; przymiotników i przysłówków: *niepokojący*, *przerażający*, *wzruszony*, *nudno*, *przykro*, *przyjemnie*; rzeczowników i wyrażeń rzeczownikowych: *łzy rozpaczy*, *niesmak*, *obawa*, *przykrość*, *złość*; fraz: *komuś serce wali z radości*),

– ekspresywizmów (typu: *antychryst*, *aktorzyna*, *arcyoszust*, *baba*, *babsztyl*, *bajarz*, *bandzior*, *bestia*, *bezbożnik*, *bękart*, *bydlę*, *cham*, *ciamajda*, *ciemniak*, *kretyn*, *gnida*, *leniwiec*, *mąciciel*),
– wykrzykników prymarnych i wtórnych (m.in. *ach!*, *ech!*, *ojej!*, *Boże!*, *Jezus*, *Maria!*, *ło słodko godzino!*, *matko jedyna!*, *Chryste!*, *Matko Boska!*),
– modulantów (*niestety*, *nareszcie*, *wreszcie*, *na szczęście* itp.).

Przedmiotem opisu stały się dwa typy przekazów: mówione (wygenerowane przez poszczególnych speakerów wypowiadających się w newsie) oraz pisane (chodzi głównie o wyświetlane w różnych miejscach ekranu nieobligatoryjne tytuły newsów czy też plansze z umieszczonym na nich tekstem). Określeniem *nadawca/speaker* są obejmowane – jak wcześniej zauważono – wszystkie osoby wypowiadające się w newsie, a także osoby go zapowiadające, o ile wprowadzenie w tematykę pojedynczej wiadomości miało semantyczny związek z koronawirusem. Wyróżniono następujące typy speakerów: prowadzący audycję, autor materiału (dziennikarz reporter), ekspert medyczny, inny ekspert, polityk, dziennikarz (niebędący twórcą relacji reporterskiej) oraz zwykły człowiek.

Korpus leksykalno-frazeologiczny pozyskiwano podczas odtwarzania poszczególnych wydań dzienników. Stosowne fragmenty newsów wraz z ewentualnym komentarzem objaśniającym (w wypadku niewystarczającego kontekstu syntaktycznego umożliwiającego odtworzenie najistotniejszych wymiarów sytuacji emocjonalnej) utrwalano na piśmie. Tak wyekscerpowany materiał otagowano tytułem serwisu informacyjnego, datą wydania, numerem newsa, ewentualnym tytułem newsa, kategorią speakera (w tym jego imieniem i nazwiskiem, jeśli wskazane dane pojawiały się w podpisach). Dodatkowe oznakowanie dotyczyło tego, czy w ramach danego newsa wyrażane i/lub komunikowane są emocje wyłącznie negatywne, tylko pozytywne czy oba typy jednocześnie (do ostatniej sytuacji odnosi się kwalifikacja *emocje ambiwalentne*). Opisowi kwantytatywnemu

poddano: a) typ wyrażanych/komunikowanych emocji (tylko negatywne, tylko pozytywne, ambiwalentne) w newsach poszczególnych dzienników wyemitowanych w branych pod uwagę przedziałach czasowych oraz b) kategorię speakera, który te uczucia manifestuje.

3. Emocjonalność przekazu telewizyjnego – wyniki badań

Wyniki przeprowadzonych badań przedstawiają wykresy obrazujące wybrane elementy sytuacji emocjonalnego zaangażowania speakera. Charakterystyka ilościowa akcentuje przede wszystkim typ emocji (tylko negatywne, tylko pozytywne, ambiwalentne) manifestowanych w obrębie newsów wyemitowanych w „Wydarzeniach", „Faktach" oraz „Wiadomościach" w trzech przedziałach czasowych.

Wykres 30. Typy emocji w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020

W pierwszym analizowanym okresie, którego wyróżnikami były: stan zagrożenia epidemicznego oraz początek stanu epidemii, na ogólną liczbę 4 320 newsów związanych tematycznie z koronawirusem przypadło 1 675 wiadomości, w których nadawcy/speakerzy za pomocą środków leksykalnych wyrażali albo komunikowali swoje lub cudze emocje, co stanowi 38,77 procent wszystkich newsów. 15,28 procent wszystkich newsów zawierało wykładniki wyłącznie pozytywnych uczuć, 14,93 procent – tylko

negatywnych, a 8,56 procent – ambiwalentnych. Omawiane dane w odniesieniu do poszczególnych dzienników zawiera tabela 1.

Tabela 1. Udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji oraz newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji w poszczególnych serwisach informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020

Serwis informacyjny	Liczba newsów dotyczących COVID-19 w I okresie	Udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji negatywnych	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji pozytywnych	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji ambiwalentnych
„WYDARZENIA”	1463	66,44	33,56	11,14	13,40	9,02
„FAKTY”	1527	57,96	42,04	18,73	13,62	9,69
„WIADOMOŚCI”	1330	59,25	40,75	14,74	19,25	6,77

Porównanie programów informacyjnych pokazuje pewne różnice. Najniższym stopniem zabarwienia uczuciowego odznaczają się newsy wyemitowane w „Wydarzeniach”. Nieco większe zaangażowanie emocjonalne widoczne jest w „Wiadomościach”, największe – w „Faktach”. W tym ostatnim programie dominują emocje negatywne. Na tle „Faktów” interesująco przedstawiają się dane dotyczące emocji pozytywnych w „Wiadomościach” – suma newsów je zawierających jest zbliżona do liczby newsów z uczuciami o znaku ujemnym, które pojawiły się w „Faktach”.

W analizowanym materiale badawczym występują leksykalne wykładniki różnorodnych emocji negatywnych (m.in. z takich pól leksykalno-semantycznych, jak: STRACH, SMUTEK, ZDZIWIENIE, PRZYKROŚĆ, ZMARTWIENIE, WSPÓŁCZUCIE, POGARDA, TĘSKNOTA, GNIEW, NUDA, WSTYD) i pozytywnych (m.in. z takich pól leksykalno-semantycznych, jak: NADZIEJA, WZRUSZENIE, RADOŚĆ, PRZYJEMNOŚĆ, SZACUNEK, ŻYCZLIWOŚĆ[38]). Należy dodać na marginesie, że struktury ekspresywne, wykrzykniki czy modulanty afektujące nie mają tak licznych poświadczeń jak nazwy uczuć, np.: „Wystarczy odpalić telewizor o godzinie 18.45, obejrzeć blok reklamowy i poczuć, że właśnie pomogliśmy w walce z tym cholerstwem [epidemią koronawirusa][39]” („Wydarzenia”, 1.04.20, dziennikarz);

38 Propozycja typologiczna Iwony Nowakowskiej-Kempnej (1995: 120–122).

39 W nawiasach kwadratowych umieszcza się informacje kontekstowe współtworzące sens cytowanego fragmentu.

„Wszystkie służby medyczne w całym kraju są w stanie najwyższej gotowości, wszystkie ręce na pokład, wszyscy walczymy z tym paskudztwem, które jest pandemiczne" (TVP1 1.05.2020, inny ekspert); „Niestety nam nikt nie robi testów na obecność koronawirusa. [...] po przylocie możemy śmiało iść do domu" (TVN 17.03.2020, zwykły człowiek); „Kryzys epidemiologiczny we Włoszech był pewnego rodzaju testem solidarności, koordynacji działań oraz przede wszystkim ludzkiej empatii instytucji Unii Europejskiej. Niestety instytucje Unii Europejskiej, a przede wszystkim decydenci, test ten oblały" (TVP1 14.03.2020, inny ekspert); „Na szczęście zdecydowana większość górników przechodzi to zarażenie albo w sposób bezobjawowy, albo z bardzo niewielkimi objawami" (Polsat 12.05.2020, polityk); „na szczęście przybywa tych, którzy pokonali koronawirusa" (TVP1 17.06.2020, autor materiału).

Ze względu na bogactwo odnotowanych środków językowych oznaczających oba typy walencyjne uczuć zdecydowano się na prezentację wyłącznie nazw emocji negatywnych z pola semantycznego STRACHU.

W wypowiedziach z I okresu STRACH denotowano za pomocą takich konstrukcji językowych, jak: *strach*, *bać się*, *lęk*, np.:

> **Strach** przed epidemią i jeszcze większe nadzieje, że znajdzie się na to ochrona (TVN 8.03.20, autor materiału).
>
> [...] resztę w domach zamknął **strach** przed epidemią (Polsat 28.03.2020, prowadzący audycję).
>
> **Strach** przed koronawirusem uderza w turystykę (TVN 5.03.2020, autor materiału).
>
> Ludzie coraz bardziej **boją się** latać (TVN 5.03.2020, autor materiału).
>
> Izolacja wzbudza za dużo **lęku**, nie tak łatwo sobie z tym poradzić (TVP1, 14.03.2020, zwykły człowiek).
>
> W Bełżycach pod Lublinem do paniki daleko, ale mieszkańcy nie czują się pewnie (Polsat, 11.03.20, autor materiału). → **Boimy się** (Polsat 11.03.2020, zwykły człowiek)[40].

40 Cytat przed strzałką poprzedza bezpośrednio wypowiedź przywołaną po strzałce.

> Na początku patrzyłam na ludzi biegających po makaron i myślałam: to szalone. Teraz zaczęłam naprawdę **się bać** (TVP1 17.03.2020, zwykły człowiek).

> Ludzie **boją się** zarazić i nie wychodzą z domu, a jeśli już, to idą do supermarketu (TVP1 16.03.2020, zwykły człowiek).

W materiale badawczym pojawiają się także określenia uczuć mniej intensywnych niż STRACH. Do takich nazw należą struktury: *obawa*, *obawiać się*, *niepokój*, *niepokoić*, *niepokoić się*, np.:

> [...] **obawy** są, ale trzeba żyć (TVN 4.03.2020, zwykły człowiek).

> [...] malezyjskie i tajskie porty nie wpuściły go [statku] z **obawy** przed koronawirusem (TVN 7.03.2020, prowadzący audycję).

> Szef resortu środowiska zarażony koronawirusem. Całkiem realna stała się **obawa**, że mogli się od niego zarazić pozostali członkowie rządu (TVP1 17.03.2020, autor materiału).

> [...] ale mieszkańcy już są pełni **obaw** (Polsat 28.03.2020, prowadzący audycję).

> [...] **w obawie** przed realizacją scenariusza z Niedabyla [mowa o zakażonych pracownikach i pensjonariuszach Domu Pomocy Społecznej] (Polsat 28.03.2020, prowadzący audycję).

> Najbardziej **obawiamy się** o zdrowie własnej rodziny, ponieważ nie wiemy tak naprawdę, czy nie jesteśmy nosicielami w danym momencie i czy nie przynosimy tego do domu, czyli wirusów na swoich ubraniach (Polsat 31.03.2020, ekspert medyczny).

> [...] informacje, które są **niepokojące** bardzo dla nas, informacje z Włoch. Liczba ofiar śmiertelnych tylko dzisiaj wzrosła ze stu siedmiu do stu czterdziestu ośmiu osób (Polsat 5.03.2020, prowadzący audycję).

[...] chorego z **niepokojącymi** objawami można przenieść do izolatki (TVN 5.03.2020, autor materiału).

Prawie 370 ofiar koronawirusa we Włoszech tylko w ciągu 24 godzin. W tej chwili zarażonych jest tam ponad dwadzieścia tysięcy osób, a od początku epidemii zachorowało ich prawie dwadzieścia pięć tysięcy. Te liczby zamiast spadać, wciąż rosną. W Rzymie sytuację obserwuje Magdalena Wolińska-Riedi. Magdo, co mówią władze wobec tak **niepokojących** danych? (TVP1 15.03.2020, prowadzący audycję).

[...] bardzo **niepokoi** znów Lombardia. Tam tylko w ciągu ostatniej doby prawie dwa tysiące nowych zakażonych i aż czterysta osób, które zmarły (TVP1 24.03.2020, autor materiału).

Do siedemdziesięciu pięciu tysięcy dochodzi liczba osób zakażonych we Włoszech od początku epidemii. Tempo zachorowań nadal jest bardzo **niepokojące** (TVP1 25.03.2020, prowadzący audycję).

Niepokoi zwłaszcza młody wiek dwóch ostatnich ofiar śmiertelnych (Polsat 31.03.2020, autor materiału).

Gdy kolejny tydzień siedzimy w domach i **z niepokojem** patrzymy, jak szerzy się epidemia, trzymajmy nerwy na wodzy (TVN 1.04.2020, prowadzący audycję).

Wśród leksemów z pola semantycznego STRACHU odnotowano ponadto wyrazy oznaczające większą intensywność omawianego uczucia – *przerażenie*, *przerażać*, np.:

Przerażają dane, statystyki. We Włoszech liczba ofiar śmiertelnych to już sześćset trzydzieści jeden, a to oznacza, że tylko w ciągu ostatniej doby zmarło blisko sto siedemdziesiąt osób (TVP1 10.03.2020, autor materiału).

Czy jest szansa na przełamanie epidemii, bo liczby **przerażają**? (TVP1 13.03.2020, prowadzący audycję).

> Hiszpański rząd w końcu przeprosił za swoje błędy, czyli brak reakcji, gdy epidemia wybuchała. Konsekwencje są **przerażające**. Według oficjalnych statystyk co najmniej sto dwa tysiące zakażonych. Najgorzej jest w Madrycie (TVP1 1.04.2020, autor materiału).

Uczucie bardzo intensywne określają również leksemy *panika*, *panikować*. Pojawiają się one najczęściej w wypowiedziach przestrzegających przed takimi reakcjami emocjonalnymi, ewentualnie antycypującymi takie zachowania, np.:

> Dlatego minister zdrowia apeluje o zachowanie spokoju i nieuleganie **panice** (TVP1 4.03.2020, autor materiału).

> Na pewno nie należy **panikować**. Zachorowanie na tę chorobę nie oznacza, że nam się coś wydarzy (TVP1 4.03.2020, ekspert medyczny).

> Koronawirus to temat numer jeden nie tylko w rozmowach polityków. To sprawa, o której dyskutują wszyscy Polacy. Dlatego najważniejsza jest wiedza o tym, jak należy się zachowywać, by nie wywoływać **paniki**, a przede wszystkim, w jaki sposób informować o chorych (Polsat 5.03.2020, prowadzący program).

> To jeszcze nie **panika**, ale o koronawirusie rozmawia każdy (Polsat 5.03.2020, autor materiału).

> W Bełżycach pod Lublinem do **paniki** daleko, ale mieszkańcy nie czują się pewnie (Polsat 11.03.2020, autor materiału).

> Więc nawet przebywający razem, w rodzinie, to też nie od razu trzeba się zarazić, więc też nie wpadajmy w jakąś niepotrzebną **panikę** (TVN 12.03.2020, ekspert medyczny).

W niektórych wypowiedziach występują leksykalne i frazeologiczne wskaźniki różnych emocji z grupy STRACHU, np.:

> [...] do **strachu** przed zarażeniem dochodzi **lęk** o bliskich i **obawa**

o utratę pracy; potrzebującym **zajrzał w oczy strach** o przetrwanie (Polsat 25.03.2020, autor materiału).

Przywołane fragmenty pokazują, że w I okresie dominował strach przed rozprzestrzeniającym się po Europie i świecie koronawirusem. Lękano się zakażenia (stąd m.in. wstrzymany ruch turystyczny, puste ulice) i – jeśli chodzi o pracowników służby zdrowia – zakażania innych (w tym członków ich rodzin). Strach wywoływała także izolacja. Niepokojem napawały docierające przede wszystkich z Włoch, także z Hiszpanii, statystyki.

Wykres 31. Typy emocji w newsach poszczególnych serwisów, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

W okresie od 20 kwietnia do 17 maja 2020 r., gdy zaczęto znosić ograniczenia w przestrzeni publicznej, a także toczono dyskusję o organizacji wyborów prezydenckich w czasie epidemii, zmalała przede wszystkim liczba newsów odnoszących się do wirusa SARS-CoV-2 (3 261) – największy ich spadek charakteryzuje „Fakty" (z 1 527 do 939). Zjawisko to tłumaczą przywołane właśnie w tym dzienniku z 9 maja 2020 r. słowa psycholog: „Trochę się przyzwyczailiśmy już do tego koronawirusa i też przekonaliśmy się, że, no właśnie, wszystko, co mogliśmy zrobić, już zrobiliśmy, no i teraz musimy dalej żyć, tak? Zajmować się też innymi sprawami" („Fakty", 9.05.2020, inny ekspert). Ale temperatura emocjonalna tekstów w II okresie nie spada: 64,34 procent wszystkich newsów nie zawierało na powierzchni leksykalnych sygnalizatorów emocji. Takie elementy językowe ujawniły się w 35,66

procent newsów, w tym pozytywne wystąpiły w 14,20 procent, negatywne w 14,87 procent, ambiwalentne w 6,59 procent. Udział procentowy omawianych kategorii newsów w uwzględnionych magazynach informacyjnych ukazuje zestawienie tabelaryczne.

Tabela 2. Udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji oraz newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji w poszczególnych serwisach informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

Serwis informacyjny	Liczba newsów dotyczących COVID-19 w II okresie	Udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji negatywnych	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji pozytywnych	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji ambiwalentnych
„WYDARZENIA”	1201	63,78	36,22	15,74	13,07	7,41
„FAKTY”	939	64,00	36,00	18,42	10,12	7,45
„WIADOMOŚCI”	1121	65,21	34,79	10,97	18,82	5,00

W II okresie proporcje między liczbą newsów, w których nie odnotowano konstrukcji językowych odnoszących się do uczuć, a liczbą newsów zawierających takie struktury są w badanych programach wysoce zbieżne. Inny jest nieco rozkład newsów emocjonalnie nacechowanych. Wzrosła – w stosunku do I okresu – liczba newsów o wydźwięku negatywnym w „Wydarzeniach”. Spadła z kolei w „Wiadomościach”. „Fakty” utrzymują w tym zakresie niemal identyczny poziom, nadal dominują w tym serwisie informacyjnym newsy z wyłącznie negatywnymi emocjami. Także tym razem zwracają uwagę proporcje między newsami z negatywnymi i pozytywnymi uczuciami w „Faktach” i „Wiadomościach”. Liczba newsów „negatywnych” w „Faktach” odpowiada liczbie newsów „pozytywnych” w „Wiadomościach”. Suma newsów z wyrazami uzewnętrzniającymi pozytywne emocje w „Faktach” jest niemal identyczna z sumą newsów zawierających wykładniki negatywnych uczuć w „Wiadomościach”. Dla porządku należy jeszcze dodać, że w stosunku do I okresu zmniejszyła się we wszystkich magazynach liczba newsów, w których wyrażano/komunikowano uczucia ambiwalentne.

W opisywanym przedziale czasowym lęk przed koronawirusem nie jest już tak powszechny jak wcześniej: „Tyle że wraz z upływem czasu i poprawą pogody coraz mniej Polaków **się boi**, a jeśli już, to kryzysu, i ostrożność

maleje" (TVN 9.05.2020, prowadzący audycję); „Jest sporo ludzi [w parku], więc chyba trochę ta **panika** opadła" (TVN 9.05.2020, zwykły człowiek).

Przywołane w „Faktach" badania naukowe pracowników Polskiej Akademii Nauk oraz Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej ukazały, że po kilku tygodniach panującej w Polsce epidemii akcenty w związku z obawami przed koronawirusem rozkładają się inaczej: „Badaczki PAN-u i SWPS zapytały Polaków, czego **się boją**, i wyszło im, że hierarchia **lęków** trochę się zmieniła" (TVN 9.05.2020, autor materiału). I dalej: „Czego **boją się** Polacy w związku z koronawirusem?" (TVN 9.05.2020, tytuł wyświetlonej planszy z danymi procentowymi opracowanymi na podstawie wyników badań przywołanych wcześniej przez autora materiału). → „W marcu **obawą** numer jeden było zbyt szybkie rozprzestrzenianie się wirusa na skutek niestosowania się innych ludzi do zaleceń. Później kolejno **baliśmy się** przepełnionych szpitali, choroby bliskich i kryzysu finansowego. W kwietniu, choć **lęk** jest dalej powszechny, najbardziej **baliśmy się** już nie wirusa, a kryzysu" (TVN 9.05.2020, komentarz autora materiału do wyświetlonej planszy).

W wypowiedziach z II okresu frekwencja nazw emocji z grupy STRACHU spada. Nadal pojawiają się leksemy podstawowe, czyli *strach* i *bać się* oraz rzeczownik *lęk*, nadto wykładniki uczuć o słabszej intensywności – *obawa*, *obawiać się*, *niepokój*, *niepokoić*, np.:

> Testy na koronawirusa mogli dziś tu zrobić pracownicy szpitalnego oddziału ratunkowego (TVN 20.04.20, autor materiału). → Gdzieś tam z tyłu głowy zawsze siedzi, siedzi ten **strach** jednak, tak? Bo przychodzimy do domu, mamy rodziny (TVN 20.04.2020, ekspert medyczny poddany testowi).

> I choć lekarze zapewniają, że karetka przyjedzie, a szpital przyjmie (TVN 20.04.2020, autor materiału). → Są miejsca, gdzie ryzyko zakażenia jest minimalne (TVN 20.04.2020, ekspert medyczny). → **Strach** okazuje się silniejszy (TVN 20.04.2020, autor materiału). → **Boją się** choroby, która zabija dwadzieścia razy rzadziej niż choroby układu krążenia (TVN 20.04.2020, ekspert medyczny).

> Powolne odmrażanie gospodarki i życia społecznego zaczyna się w krajach, gdzie wirus jest już w odwrocie, a tam, gdzie nie jest,

narasta **strach** przed zrujnowaniem gospodarki (TVN 20.04.2020, prowadzący audycję).

Gdy mija **strach** przed wirusem, świat zaczyna **się** jednak **bać** skutków kryzysu (Polsat 21.04.2020, prowadzący audycję).

Jest **strach**. **Boję się** o siebie i o moich pacjentów, których mogłabym zarazić (TVP1 22.04.2020, ekspert medyczny).

O fali **strachu**, która spada na ofiary epidemii, Magdalena Hykawy (Polsat 4.05.2020, prowadzący audycję).

Na zawieszenie wydobycia do czwartku zdecydowała się także kopalnia „Bobrek" [...]. Do **lęku** przed wirusem dochodzi inny **strach** (TVN 11.05.2020, autor materiału). → Informacje nie są za, za ciekawe i właśnie chcemy wiedzieć, na czym stoimy. Czy będzie praca, czy jej nie będzie (TVN 11.05.2020, zwykły człowiek).

Uczniowie robią to, co w tym wieku sprawia największą frajdę. Spotykają się i rozmawiają. Godzinami nadrabiają stracony czas. Podczas pandemii samotność doskwiera im bardziej niż **strach** przed koronawirusem (TVN 12.05.2020, autor materiału).

Lęk, **strach** czy niepewność, z tym boryka się teraz coraz więcej ludzi na całym świecie (TVN 14.05.2020, autor materiału). → **Boją się** tego, jak będą jutro żyć, tak? Za co zapłacą za mieszkanie, czy będą mieć pracę [...] (TVN 14.05.2020, inny ekspert).

Ja właściwie to **się boję** do szpitala iść (Polsat 23.04.2020, zwykły człowiek). → Myślę, że to jest główna przyczyna, że oni się po prostu **boją**, że pogotowie ich potencjalnie może zarazić (Polsat 23.04.2020, ekspert medyczny).

Boję się, że będę musiał zwolnić połowę pracowników. Jeśli ktoś przepracował tu 20 lat, to trudno będzie mu znaleźć inną pracę (TVP1 24.04.2020, zwykły człowiek).

To nagranie wywołało burzę, bo pokazało **przerażającą** sytuację, która nie musi być odosobniona. Szpital **boi się** przyjąć pacjentkę [...], bo nie wie, czy nie ma koronawirusa (TVN 30.04.2020, prowadzący audycję).

[...] liczy się z ryzykiem wiążącym z otwarciem przedszkola w czasie epidemii (Polsat 5.05.2020, autor materiału). → **Boję się**, oczywiście, że **się boję**. Jest dużo pytań (Polsat 5.05.2020, zwykły człowiek).

Górnicy badają się nawet w nocy. Chodzi o bezpieczeństwo i najbliższą przyszłość nie tylko górników, ale i reszty mieszkańców regionu (TVN 11.05.2020, autor materiału). → Każdy **się boi**, no takie są czasy. Wśród moich kolegów jest kilka osób, którzy chorują (TVN 11.05.2020, zwykły człowiek).

Niemal połowa Polaków w związku z kryzysem wywołanym pandemią **obawia się** zmniejszenia pensji, zwolnienia z pracy (Polsat 23.04.2020, prowadzący audycję).

Obawiam się, że wzrośnie bieda i przestępczość. Zdesperowany ojciec jest zdolny do wszystkiego, by zdobyć jedzenie dla swoich dzieci (TVP1 24.04.2020, zwykły człowiek).

W Aleksandrowie Kujawskim wybierano burmistrza [...]. Z powodu epidemii przekładano wybory kilkukrotnie, ale ustawowe terminy kończą się. [...] Frekwencja w Aleksandrowie po południu wyniosła siedemnaście procent (Polsat 26.04.2020, autor materiału). → Trochę **się boję**, bo jestem w ryzyku, mając tyle lat (Polsat 26.04.2020, zwykły człowiek).

Od czwartku na niespotykaną w Polsce skalę górnicy poddają się badaniom na obecność koronawirusa (TVN 10.05.2020, autor materiału). → Koledzy chorują, no, parę zachorowań jest, **obawy** pewne też są (TVN 10.05.2020, zwykły człowiek).

Zdecydowana większość górników przechodzi zarażenie bezobjawowo. Kolejni są poddawani testom (TVP1 12.05.2020, autor

materiału). → **Obawiamy się** wyników, bo nie wiadomo, jak wyjdzie (TVP1 12.05.2020, zwykły człowiek).

Liczba zmarłych wzrosła do czterystu jeden. Liczba zakażonych koronawirusem w Polsce dochodzi do dziesięciu tysięcy. **Niepokoi**, że wciąż wykonuje się u nas mało testów (TVN 21.04.2020, prowadzący audycję).

We Włoszech epidemia hamuje. Dziś ponad pół tysiąca osób zakażonych mniej niż wczoraj. Od początku pandemii zachorowało sto osiemdziesiąt cztery tysiące osób. Ale **niepokoi** bardzo wysoka śmiertelność (TVP1 21.04.2020, prowadzący audycję).

Amerykańscy lekarze jako pierwsi zaobserwowali **niepokojące** skutki zakażenia koronawirusem (TVN 24.04.2020, autor materiału).

We wszystkich europejskich krajach epidemia ustępuje z wyjątkiem czterech państw. Obok Szwecji, Wielkiej Brytanii, Rumunii jest też Polska (Polsat 6.05.2020, autor materiału). → **Niepokojące** jest to, że nie ma, nie ma tendencji spadkowej (Polsat 6.05.2020, ekspert medyczny).

Na Śląsku odnotowano dzisiaj sto siedemdziesiąt dziewięć przypadków zakażeń. W całym kraju przybyło trzysta czterdzieści nowych chorych. Łącznie jest piętnaście tysięcy trzystu sześćdziesięciu sześciu zakażonych. Do tej pory zmarło siedmiuset siedemdziesięciu sześciu. Wyleczono pięć tysięcy sto osiemdziesiąt cztery osoby. Monika Zalewska (Polsat 8.05.2020, prowadzący audycję). → No jest pewien **niepokój**, no ale no, co zrobić, trzeba czekać (Polsat 8.05.2020, zwykły człowiek). → Jest **niepokój** górników o zdrowie, ale równie duży o miejsca pracy (Polsat 8.05.2020, autor materiału).

Z nazw emocji o intensywnym przebiegu odnotowano przede wszystkim jednostki językowe *przerażenie*, *przerażać*, *panika*, np.:

Jeśli ognisk epidemii nie uda się opanować, to część kopalń może do sierpnia po prostu nie dotrwać (Polsat 6.05.2020, autor materiału).

→ Z **przerażeniem** będziemy czekać na informacje dotyczące naszej rudzkiej kopalni (Polsat 6.05.2020, polityk).

Drugim problemem jest jednak to, że w sytuacji bezpośredniego zagrożenia życia po pomoc nie zgłaszają się sami pacjenci (TVN 20.04.2020, autor materiału). → Z **przerażeniem** obserwujemy, że zniknęły gdzieś zawały (TVN 20.04.2020, ekspert medyczny). → Przed pandemią na oddziały kardiologiczne trafiali pacjenci, którzy po karetkę dzwonili, gdy tylko poczuli ukłucie w klatce piersiowej (TVN 20.04.2020, autor materiału).

Kamil Bortniczuk uznał, że błędem była rezygnacja z normalnych wyborów w maju (Polsat 2.05.2020, autor materiału). → Myślę, że ulegliśmy trochę **panice** w związku z koronawirusem (Polsat 2.05.2020, polityk).

W II okresie nadal utrzymuje się strach przed wirusem, przed zakażaniem (taki niepokój charakteryzuje niezmiennie przedstawicieli zawodów medycznych) i zachorowaniem, stąd unikanie przez osoby cierpiące na inne niż COVID-19 schorzenia wizyt w szpitalu, co wywołuje z kolei przerażenie u lekarzy. Nadal niepokoją docierające z różnych krajów (głównie z Włoch) statystyki związane z liczbą zachorowań i śmiertelnością, za którą wirus odpowiada. Zbieżne emocje wzbudzają zaobserwowane przez amerykańskich medyków skutki przechorowania COVID-19. W omawianym okresie pojawiają się ponadto wątki dotyczące ognisk epidemii odnotowanych na Śląsku, testowania górników na obecność koronawirusa. Pracownicy kopalni boją się nie tylko choroby, ale także utraty pracy. Takie obawy, związane z niepewną przyszłością, formułują również inne osoby (w Polsce i na świecie). W zacytowanych wypowiedziach często dochodzi do głosu strach przed kryzysem gospodarczym, do którego koronawirus może doprowadzić.

Wykres 32. Typy emocji w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

Okres od 15 czerwca do 12 lipca 2020 r. to m.in. czas kończącej się w Polsce prezydenckiej kampanii wyborczej prowadzonej w warunkach trwającej epidemii. W omawianym przedziale czasowym wyraźnie spada liczba newsów dotyczących wirusa SARS-CoV-2 (1 594). Po wielu miesiącach częstego informowania o sprawach związanych z koronawirusem przyszedł czas na inne tematy. Tym ten spadek liczby covidowych newsów – prawie trzykrotny w stosunku do I okresu, a dwukrotny w odniesieniu do II okresu – należy tłumaczyć (najrzadziej problemy odnoszące się do epidemii podejmowały „Fakty"). Interesujące, że mimo znaczącej redukcji newsów ze wskazanego obszaru treściowego proporcje między newsami neutralnymi emocjonalnie (chodzi oczywiście o nieobecność leksykalnych wskaźników uczuciowego zaangażowania) a nacechowanymi pod tym względem utrzymują się mniej więcej na poziomie znanym z dwóch poprzednich okresów: 61,73 procent newsów „neutralnych" – 38,27 procent „nacechowanych". Na tle pozostałych przedziałów czasowych zwraca uwagę wyraźnie zmniejszająca się liczba newsów ze wskaźnikami negatywnych emocji – 9,66 procent, także uczuć ambiwalentnych – 5,71 procent, oraz spory wzrost newsów zawierających wykładniki pozytywnych emocji – 22,90 procent. Dokładne wyliczenia procentowe uwzględniające poszczególne serwisy informacyjne umieszczono w tabeli numer 3.

Tabela 3. Udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji oraz newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji w poszczególnych serwisach informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

Serwis informacyjny	Liczba newsów dotyczących COVID-19 w III okresie	Udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji negatywnych	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji pozytywnych	Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji ambiwalentnych
„WYDARZENIA"	587	69,34	30,66	9,03	16,52	5,11
„FAKTY"	456	66,01	33,99	14,47	13,38	6,14
„WIADOMOŚCI"	551	50,09	49,91	6,35	37,57	5,99

Zestawienie pokazuje pewne paralele między „Wydarzeniami" a „Faktami". Stosunek ilościowy newsów „neutralnych" do „nacechowanych" jest podobny (i zbieżny z tym zaobserwowanym w II okresie) – większy jest udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wykładników emocji. Na tle wymienionych serwisów odstają „Wiadomości". W ich wypadku widać pewną równowagę kwantytatywną między newsami „neutralnymi" a „nacechowanymi". W programie tym udział procentowy newsów z pozytywnymi wskaźnikami emocji jest istotnie większy niż newsów o przeciwstawnym wydźwięku emocjonalnym. Jeśli idzie o „Fakty", widać pewną równowagę w tym zakresie. W „Wydarzeniach" w obrębie newsów zawierających leksykalne wskaźniki uczuć dominują liczebnie te z wykładnikami negatywnych emocji. Między obiema grupami nie ma jednak takiej ilościowej rozbieżności, jaką odznaczają się newsy „emocjonalne" w „Wiadomościach".

Zbiór środków leksykalnych denotujących emocje z pola semantycznego STRACHU jest w III okresie – w porównaniu z poprzednimi przedziałami czasowymi – skromniejszy. Speakerzy sięgają po rzeczownik *strach* oraz czasownik refleksywny *bać się*, także po leksemy nazywające uczucia mniej intensywne – *obawa*, *obawiać się*, *niepokoić*, *niepokój* (struktury językowe oznaczające emocje intensywne, takie m.in. jak *przerażenie* czy *panika*, w zasadzie nie pojawiają się), np.:

> W czasach zarazy ich [położnych] praca to wyjątkowa misja (TVN 18.06.2020, autor materiału). → Nie można przyjść ze **strachem** do

pracy, aczkolwiek zawsze gdzieś z tyłu głowy on jest (TVN 18.06.2020, ekspert medyczny).

Ich [położnych] uśmiech, ich poczucie więzi z pacjentami jest jednym z najważniejszych elementów w relacjach likwidowania tego **strachu** (TVN 18.06.2020, ekspert medyczny).

Te dwa metry jakoś staramy się, poza tym te maseczki ciągle. **Strach** jednak jest (TVN 24.06.2020, zwykły człowiek). → I dobrze. Ważne, by **obawa** nie zmieniła się w **panikę**. Dla branży hotelarskiej byłoby to równie groźne jak sam wirus (TVN 24.06.2020, autor materiału).

Trochę na pewno **się boję** [nauki stacjonarnej w szkole], nie chciałbym tak od razu iść, jeżeli będzie bardzo dużo zachorowań (TVN 25.06.2020, zwykły człowiek).

No ja **się boję**, no kurde, o swoją rodzinę, o wszystkich **się boję** (Polsat 5.07.2020, zwykły człowiek). → **Strach** wyludnił ulice leżącego nieopodal granicy z Białorusią Piszczaca (Polsat 5.07.2020, autor materiału).

[...] powtarzające się przypadki obecności w przestrzeni publicznej osób niezakrywających ust i nosa mogą oznaczać, że uprzedni wysiłek całego społeczeństwa zmierzający do powstrzymania rozprzestrzeniania się epidemii może pójść na marne (TVN 23.06.2020, umieszczony na planszy fragment listu Rzecznika Praw Obywatelskich do Ministra Zdrowia). → **Obawy** Rzecznika Praw Obywatelskich potwierdza też ta mapa. Tylko w połowie województw wskaźnik reprodukcji wirusa jest poniżej jedności, w pozostałych przekracza normę (TVN 23.06.2020, autor materiału).

Dotychczas wirusa wykryto u ponad dwóch i pół miliona Amerykanów, chociaż władze **obawiają się**, że w rzeczywistości liczba osób zakażonych i tych, które przeszły chorobę, może być nawet dziesięć razy większa (TVP1 27.06.2020, autor materiału).

> [...] epidemia koronawirusa nie uderzyła w polskie przedsiębiorstwa tak bardzo, jak **obawiali się** tego ekonomiści (TVP1 6.07.2020, prowadzący audycję).

> Tymczasem władze wielu państw **obawiają się** nowej fali zachorowań (TVP1 8.07.2020, prowadzący audycję).

> Jest to trochę **niepokojące**, że kolejne tygodnie mijają, a my ciągle nie możemy w skali kraju zejść poniżej jedności, a wskaźnik poniżej jeden wskazywałby na to, że epidemia ma tendencję do wygaszania się (TVN 23.06.2020, ekspert medyczny).

Tematyka newsów w III okresie została zdominowana przez toczącą się prezydencką kampanię wyborczą. Wiadomości poświęcone koronawirusowi są o wiele rzadsze. Zdarzają się jednak wypowiedzi, w których jest mowa o strachu wywoływanym przez trwającą pandemię. Zakażenia obawiają się pracownicy szpitali, pacjenci, uczniowie mający wrócić do nauczania stacjonarnego, mieszkańcy miejscowości, w których zanotowano zachorowania na COVID-19. Obawy dotyczą też rzeczywistej – bardzo wysokiej – liczby zakażonych w Ameryce, następnej fali zachorowań w wielu krajach, niebezpieczeństwa rozprzestrzeniania się w Polsce wirusa w związku z nieprzestrzeganiem w przestrzeni publicznej zasad bezpieczeństwa czy braku oczekiwanych sygnałów, że w Polsce epidemia wygasa. Z kolei obawy odnoszące się do wywołanych przez epidemię problemów polskich przedsiębiorców były przedwczesne.

***

Wybrane dane kwantytatywne, pochodzące z wszystkich badanych okresów, ujęto porównawczo w trzech kolejnych tabelach.

Tabela numer 4 zawiera zliczone dla wszystkich dzienników „emocjonalne" typy newsów traktujących o koronawirusie w poszczególnych okresach. Ukazuje ona regularne zmniejszanie się wszystkich wartości liczbowych. W kolejnych przedziałach czasowych maleje zainteresowanie wirusem i zmniejsza się stopień nacechowania emocjonalnego newsów. Największe dysproporcje zachodzą między danymi pochodzącymi z dwóch skrajnych przedziałów czasowych.

Tabela 4. Udział procentowy newsów nacechowanych emocjonalnie w poszczególnych serwisach informacyjnych w trzech badanych okresach

	okresy I–III	I okres	udział %	II okres	udział %	III okres	udział %
Liczba newsów dotyczących COVID-19	9175	4320	47,08	3261	35,54	1594	17,37
Liczba newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji	5727	2645	46,18	2098	36,63	984	17,18
Liczba newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji	3448	1675	48,58	1163	33,73	610	17,69
Liczba newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji negatywnych	1284	645	50,23	485	37,77	154	11,99
Liczba newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji pozytywnych	1488	660	44,35	463	31,12	365	24,53
Liczba newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji ambiwalentnych	676	370	54,73	215	31,80	91	13,46

Tabela 5 zbiera typy newsów tematycznie związanych z COVID-19, które pojawiły się w poszczególnych serwisach informacyjnych w trzech przedziałach czasowych.

Tabela 5. Liczba newsów tematycznie związanych z COVID-19 w poszczególnych serwisach informacyjnych w trzech badanych okresach

	„Wydarzenia"			„Fakty"			„Wiadomości"			Suma
	I okres	II okres	III okres	I okres	II okres	III okres	I okres	II okres	III okres	
Liczba newsów dotyczących COVID-19	1463	1201	587	1527	939	456	1330	1121	551	**9175**
Liczba newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji	972	766	407	885	601	301	788	731	276	**5727**
Liczba newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji	491	435	180	642	338	155	542	390	275	**3448**
Liczba newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji negatywnych	163	189	53	286	173	66	196	123	35	**1284**
Liczba newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji pozytywnych	196	157	97	208	95	61	256	211	207	**1488**
Liczba newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji ambiwalentnych	132	89	30	148	70	28	90	56	33	**676**

W I okresie największe zainteresowanie tematyką COVID-19 wykazują „Fakty", najmniejsze – „Wiadomości". „Fakty" dominują także pod względem ilości newsów zawierających leksykalne środki wyrażające/komunikujące emocje. Na drugim miejscu znajdują się „Wiadomości". Najmniejsze zaangażowanie emocjonalne ujawnia się w „Wydarzeniach". W II okresie najwięcej newsów odnoszących się do koronawirusa zawierały „Wydarzenia", najmniej – „Fakty". Pierwszy z wymienionych serwisów informacyjnych zdobył przewagę nad pozostałymi programami pod względem liczby newsów nacechowanych emocjonalnie. W omawianym zakresie „Wiadomości" górują nad „Faktami". W ostatnim badanym okresie tematyka dotycząca COVID-19 to nadal domena „Wydarzeń" (na trzecim miejscu są „Fakty"), ale jeśli chodzi o liczbę newsów zawierających leksykalne wykładniki emocji, prym wiodą „Wiadomości".

Kolejna tabela (tabela 6) dane liczbowe z poprzedniego zestawienia ujmuje procentowo.

Tabela 6. Udział procentowy newsów tematycznie związanych z COVID-19 w poszczególnych serwisach informacyjnych w trzech badanych okresach

	„Wydarzenia"			„Fakty"			„Wiadomości"		
	I okres	II okres	III okres	I okres	II okres	III okres	I okres	II okres	III okres
Udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji	66,44	63,78	69,34	57,96	64,00	66,01	59,25	65,21	50,09
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji	33,56	36,22	30,66	42,04	36,00	33,99	40,75	34,79	49,91
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji negatywnych	11,14	15,74	9,03	18,73	18,42	14,47	14,74	10,97	6,35
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji pozytywnych	13,40	13,07	16,52	13,62	10,12	13,38	19,25	18,82	37,57
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji ambiwalentnych	9,02	7,41	5,11	9,69	7,45	6,14	6,77	5,00	5,99

Wyekscerpowany materiał badawczy pozwolił również przeprowadzić obliczenia charakteryzujące udział poszczególnych kategorii nadawców/speakerów w sygnalizowaniu emocji. Chodzi o odpowiedź na pytanie, w ilu

newsach wyemitowanych w uwzględnionych okresach i magazynach informacyjnych speakerzy uzewnętrzniali uczucia (swoje lub innych) negatywne, pozytywne bądź ambiwalentne.

I okres

Wykres 33. Typy emocji uzewnętrznianych przez prowadzącego audycję w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020

Wykres 34. Typy emocji uzewnętrznianych przez autora materiału w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020

Wykres 35. Typy emocji uzewnętrznianych przez dziennikarza w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres 1, 4.03.2020–1.04.2020

Wykres 36. Typy emocji uzewnętrznianych przez polityka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres 1, 4.03.2020–1.04.2020

Wykres 37. Typy emocji uzewnętrznianych przez eksperta medycznego w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020

Wykres 38. Typy emocji uzewnętrznianych przez innego eksperta w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020

Wykres 39. Typy emocji uzewnętrznianych przez zwykłego człowieka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres 1, 4.03.2020–1.04.2020

Z porównania uzyskanych danych liczbowych wynika, że najczęściej leksykalne środki wyrażające/komunikujące emocje występowały w wypowiedziach osób zaliczanych do kategorii *zwykły człowiek* (419 newsów: 175 w „Faktach", 139 w „Wydarzeniach", 105 w „Wiadomościach"). Kolejne miejsca na liście rangowej zajmowali następujący speakerzy: polityk (369 newsów: 154 w „Faktach", 115 w „Wiadomościach", 100 w „Wydarzeniach"), autor materiału (255 newsów: 96 w „Faktach", 95 w „Wiadomościach", 54 w „Wydarzeniach"), ekspert medyczny (199 newsów: 96 w „Faktach", 66 w „Wydarzeniach", 37 w „Wiadomościach"), prowadzący audycję (188 newsów: 71 w „Wiadomościach", 61 w „Faktach", 56 w „Wydarzeniach"), inny ekspert (182 newsy: 79 w „Wiadomościach", 59 w „Wydarzeniach", 44 w „Faktach"), dziennikarz (63 newsy: 40 w „Wiadomościach", 16 w „Faktach", 7 w „Wydarzeniach").

Z tego przeglądu daje się wysnuć wniosek, że nadawcy/speakerzy, którzy – zgodnie z regułami gatunku – winni zachować emocjonalną powściągliwość (prowadzący audycję, autor materiału), stosują w swoich wypowiedziach językowe sygnalizatory uczuciowej oceny opisywanej rzeczywistości. Z kolei rola dziennikarza w programach informacyjnych (szczególnie w „Wiadomościach") sprowadza się na ogół do publicystycznego komentowania zdarzeń, czyli w obrębie wywodów dziennikarskich manifestowanie emocji nie dziwi. Może natomiast zaskakiwać uczuciowa waloryzacja faktów przez ekspertów (medycznych i innych). Wydawałoby

się, że ich zadaniem jest obiektywne opisywanie, objaśnianie zdarzeń. Trudna sytuacja, z którą przyszło się w czasie pandemii mierzyć, skłaniała także ekspertów do formułowania sądów niepozbawionych nacechowania emocjonalnego.

II okres

Wykres 40. Typy emocji uzewnętrznianych przez prowadzącego audycję w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

Wykres 41. Typy emocji uzewnętrznianych przez autora materiału w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

Wykres 42. Typy emocji uzewnętrznianych przez dziennikarza w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

Wykres 43. Typy emocji uzewnętrznianych przez polityka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

Wykres 44. Typy emocji uzewnętrznianych przez eksperta medycznego w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

Wykres 45. Typy emocji uzewnętrznianych przez innego eksperta w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

Wykres 46. Typy emocji uzewnętrznianych przez zwykłego człowieka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

W II okresie po leksykalne wskaźniki przeżyć psychicznych sięgali – w kolejności uwzględniającej malejącą liczbę newsów „nacechowanych" – następujący speakerzy: zwykły człowiek (360 newsów: 149 w „Wydarzeniach", 112 w „Wiadomościach", 99 w „Faktach"), polityk (273 newsy: 109 w „Wiadomościach", 86 w „Wydarzeniach", 78 w „Faktach"), autor materiału (144 newsy: 51 w „Wydarzeniach", 48 w „Faktach", 45 w „Wiadomościach"), inny ekspert (123 newsy: 48 w „Wydarzeniach", 42 w „Wiadomościach", 33 w „Faktach"), prowadzący audycję (120 newsów: 53 w „Wydarzeniach", 35 w „Faktach", 32 w „Wiadomościach"), ekspert medyczny (103 newsy: 43 w „Wydarzeniach", 37 w „Faktach", 23 w „Wiadomościach"), dziennikarz (40 newsów: 27 w „Wiadomościach", 8 w „Faktach", 5 w „Wydarzeniach").

Jeśli spojrzeć na wyniki dotyczące I okresu i porównać je z danymi z omawianego przedziału czasowego, okaże się, że najczęściej (w największej liczbie newsów) emocjonalne zaangażowanie ujawniali nadal zwykli ludzie, politycy i – co w kontekście wspomnianych już obligacji gatunkowych może zaskakiwać – autorzy materiału (reporterzy).

III okres

Wykres 47. Typy emocji uzewnętrznianych przez prowadzącego audycję w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

Wykres 48. Typy emocji uzewnętrznianych przez autora materiału w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

Wykres 49. Typy emocji uzewnętrznianych przez dziennikarza w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

Wykres 50. Typy emocji uzewnętrznianych przez polityka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

Wykres 51. Typy emocji uzewnętrznianych przez eksperta medycznego w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

Wykres 52. Typy emocji uzewnętrznianych przez innego eksperta w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

Wykres 53. Typy emocji uzewnętrznianych przez zwykłego człowieka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

Okazuje się, że w ostatnim okresie hierarchia nadawców/speakerów, którzy swoje wypowiedzi inkrustowali leksykalnymi wykładnikami emocji, jest identyczna jak ta zaobserwowana w poprzednim przedziale czasowym. Najczęściej uczucia sygnalizowali zwykli ludzie, najrzadziej – dziennikarze. A oto szczegółowe dane kwantytatywne ukazujące liczbę newsów, w których konkretna grupa speakerów wyrażała i/bądź komunikowała (swoje lub innych) emocje: zwykły człowiek (234 newsy: 112 w „Wiadomościach", 70 w „Wydarzeniach", 52 w „Faktach"), polityk (126 newsów: 54 w „Wiadomościach", 37 w „Wydarzeniach", 35 w „Faktach"), autor materiału (79 newsów: 37 w „Wiadomościach", 22 w „Wydarzeniach", 20 w „Faktach",), inny ekspert (62 newsy: 25 w „Wydarzeniach", 22 w „Wiadomościach", 15 w „Faktach"), prowadzący audycję (56 newsów: 34 w „Wiadomościach", 12 w „Wydarzeniach", 10 w „Faktach"), ekspert medyczny (36 newsów: 19 w „Faktach", 12 w „Wydarzeniach", 5 w „Wiadomościach"), dziennikarz (17 newsów: 11 w „Wiadomościach", 4 w „Faktach", 2 w „Wydarzeniach").

Dane ilościowe pochodzące z trzech przedziałów czasowych pozwalają zauważyć pewne prawidłowości w odniesieniu do osób przygotowujących dany program informacyjny oraz współpracujących z daną stacją telewizyjną emitującą dziennik. W I okresie wszyscy prowadzący audycje, autorzy materiałów oraz dziennikarze w największej liczbie newsów sygnalizowali wyłącznie emocje negatywne. Okresy II i III przynoszą istotne

zmiany. W „Wiadomościach" zdecydowanie przeważają newsy z emocjami o znaku dodatnim – wiąże się to z akcentowaniem przez ten dziennik pozytywnych aspektów działania rozmaitych instytucji państwowych w czasie epidemii koronawirusa; takie prezentowanie rzeczywistości miało za zadanie uspokojenie nastrojów społecznych, podkreślenie, że Polacy mogą czuć się bezpiecznie. W „Faktach" nadal dominują liczebnie newsy zawierające wykładniki tylko negatywnych emocji – w serwisie krytyce poddawano kroki podejmowane przez władze państwowe mające na celu złagodzenie skutków epidemii oraz decyzje związane z organizacją wyborów prezydenckich w czasie epidemii. Z kolei w „Wydarzeniach" najwięcej newsów wyemitowanych w II okresie zawierało wskaźniki wyłącznie negatywnych uczuć. W III okresie nie rysuje się jakaś wyraźna tendencja. Liczba newsów, w których prowadzący „Wydarzenia" manifestują tylko emocje negatywne, jest zbieżna z liczbą newsów zawierających sygnalizatory uczuć pozytywnych. Autorzy materiałów w największej liczbie newsów uzewnętrzniają wyłącznie emocje negatywne, a dziennikarze – tylko pozytywne.

Dane porównawcze – uwzględniające udział procentowy newsów, w których poszczególni nadawcy/speakerzy wyrażają i/lub komunikują emocje, w ogólnej liczbie zabarwionych uczuciowo wiadomości dotyczących pandemii COVID-19 (tzn. zawierających leksykalne wykładniki emocji) – prezentuje tabela 6.

Tabela 7. Liczba newsów w poszczególnych serwisach informacyjnych zawierających emocje komunikowane/wyrażane przez speakera w trzech badanych okresach

	„Wydarzenia"			„Fakty"			„Wiadomości"		
	I okres	II okres	III okres	I okres	II okres	III okres	I okres	II okres	III okres
Liczba newsów dotyczących COVID-19 zawierających leksykalne wskaźniki emocji	491	435	180	642	338	155	542	390	275
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji prowadzącego audycję	11,41	12,18	6,67	9,51	10,35	6,45	13,10	8,21	12,36
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji autora materiału	13,03	11,72	12,22	14,95	14,20	12,90	17,53	11,53	13,45
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji dziennikarza	1,43	1,15	1,10	2,49	2,37	2,58	7,38	6,92	4,00
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji polityka	20,37	19,77	20,56	23,99	23,08	22,58	21,22	27,95	19,64
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji eksperta medycznego	13,44	9,89	6,67	14,95	10,95	12,26	6,83	5,90	1,82
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji innego eksperta	12,02	11,04	13,89	6,85	9,76	9,68	14,58	10,77	8,00
Udział procentowy newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji zwykłego człowieka	28,30	34,25	38,89	27,26	29,29	33,55	19,36	28,72	40,73

4. Emocjonalność przekazu prasowego – procedura badawcza

Ze względu na niezwykle obszerną bazę materiałową (5 718 artykułów prasowych związanych tematycznie z COVID-19 wyekscerpowanych z czterech ogólnopolskich dzienników: „Gazety Wyborczej", „Rzeczpospolitej", „Super Expressu", „Faktu", które ukazały się w okresach: 4.03.–1.04.2020, 20.04.–17.05.2020, 15.06.–12.07.2020) obszar tej części badań z konieczności został ograniczony. Przedmiotem obserwacji uczyniono wyłącznie

tytuły (nagłówki) wspomnianych artykułów prasowych (zarówno o charakterze informacyjnym, jak i publicystycznym), w których występują leksemy z pola semantycznego STRACHU. Poszukiwaniami objęto następujące jednostki językowe: *bać się*, *drżeć*, *groza*, *lęk*, *lękać się*, *niepokoić*, *niepokoić się*, *niepokój*, *obawa*, *obawiać się*, *panicznie*, *panika*, *panikować*, *przerażać*, *przerażenie*, *przerazić*, *przestraszyć*, *spanikować*, *strach*, *strasznie*, *straszny*, *straszyć*, *struchleć*, *tchórz*, *tchórzyć*, *truchleć*, *trwoga*, *trwożyć*, *trwożyć się*, *zgroza*. Są wśród nich wyrazy stanowiące centrum pola leksykalno-semantycznego STRACHU (np. *strach*, *bać się*), leksemy sytuujące się blisko tego centrum (np. *lęk*, *lękać się*), nadto nazwy emocji intensywnych z pola STRACHU (np. *przerażenie*, *przerazić*, *trwoga*, *trwożyć*, *groza*), nazwy uczuć mniej intensywnych (np. *obawa*, *obawiać się*, *niepokój*) czy nazwy postaw – skłonności do odczuwania strachu (np. *tchórz*, *tchórzyć*)[41].

Zgromadzoną bazę materiałową – dzięki narzędziom oferowanym przez aplikację Inforia – przefiltrowano pod kątem obecności wymienionych leksemów z pola semantycznego STRACHU w nagłówkach analizowanych tekstów prasowych. Uzyskane wyniki (automatycznie przez aplikację otagowane m.in. tytułem dziennika, datą wydania, stroną, na której nagłówek występuje) zweryfikowano, tzn. sprawdzono, czy pojawiające się w tytułach artykułów leksemy z pola semantycznego STRACHU odnoszą się – bezpośrednio lub pośrednio – do koronawirusa.

5. Emocjonalność przekazu prasowego – wyniki badań

Wyniki przeprowadzonych badań ukazują wykresy. Umieszczone na nich dane kwantytatywne uwzględniają liczbę nagłówków, w których wystąpiły poszczególne leksemy z pola semantycznego STRACHU.

41 Podział zaczerpnięty z opracowania Sieradzka-Mruk 2016: 193–210.

I okres

Wykres 54. Leksemy nazywające STRACH w nagłówkach artykułów z ogólnopolskich dzienników, okres I, 4.03.2020–1.04.2020

	straszny	strach	panikować	panika	obawa	lęk	groza	drżeć	bać się
Fakt	0	3	1	4	0	0	1	0	5
Gazeta Wyborcza	1	5	1	1	0	3	0	0	2
Rzeczpospolita	0	4	1	8	1	2	0	0	6
Super Express	0	1	0	3	0	0	0	1	7
Suma	0	3	1	4	0	0	1	0	5

W nagłówkach z I okresu najczęściej pojawiają się jednostki językowe *bać się*, *panika* oraz *strach*, a więc leksemy mieszczące się w centrum omawianego pola semantycznego (*bać się*, *strach*) oraz wyraz nazywający uczucie intensywne (*panika*). O wiele rzadziej wykorzystuje się struktury *lęk*, *panikować*,

a jednostkowo leksemy *drżeć* ‘bać się’, *groza*, *obawa*, *straszny*. Oto egzemplifikacje nagłówków zawierających odnotowane jednostki językowe:

Biura podróży **boją się** wirusa (RZ 04.03.2020).
Bałem się, że umrę ja i moje córki (SE 06.03.2020).
Boją się, bo jest… Włochem (F 07.03.2020).
Bosak **boi się** wirusa! (F 14.03.2020).
Lot do domu. Pracownicy LOT-u **się boją** (GW 17.03.2020).
Boję się zagłady gospodarki i fali samobójstw (SE 18.03.2020).
Inwestorzy **boją się** ciężkiej recesji, rządy idą z odsieczą (RZ 19.03.2020).
Boi się wirusa (F 23.03.2020).
Medycy **boją się** zakażenia na porodówce (RZ 23.03.2020).
Przesuńcie obrady sejmu, bo **boję się** wirusa! (SE 24.03.2020).
Boję się, że mam koronawirusa (SE 30.03.2020).

Strach przed zarazą i puste półki (GW 5.03.2020).
Już 240 przypadków. Niemcy **w strachu** przed epidemią (GW 5.03.2020).
Nikt nad tym nie panuje, jest tylko **strach** (RZ 5.03.2020).
Strach będzie narastać (RZ 10.03.2020).
Koronawirus: **strach** nie uzasadnia odmowy pracy (RZ 12.03.2020).
Zaczęło się żerowanie na **strachu**! (F 13.03.2020).
To przez nich świat jest **w strachu**? (F 17.03.2020).
Italię opanował **strach**! (SE 18.03.2020).
Strach zamiast święta demokracji (GW 31.03.2020).

Straszne słowo na *r* (GW 10.03.2020).

Uszanujcie ten **lęk** (GW 16.03.2020).
Wirusowy **lęk** w onkologii (GW 18.03.2020).
Rośnie **lęk** pracowników i firm przed skutkami pandemii (RZ 27.03.2020).
Lęk jest naturalny w sytuacji kryzysowej, ale nie pozwólmy, by nas zdominował (GW 27.03.2020).
Snapchat walczy **z lękiem** przed koronawirusem (RZ 31.03.2020).

Cała wieś **drży** przed koronawirusem (SE 11.03.2020).

Wokandy kurczą się **w obawie** przed koronawirusem (RZ 13.03.2020).

Wychwycono wszystkich z autobusu **grozy** (F 06.03.2020).
Panika nikomu nie służy (SE 04.03.2020).
Niemcy między szokiem a **paniką** (F 05.03.2020).
Lubelskie guziki i szczyty **paniki** (SE 06.03.2020).
Panika w Mediolanie. Jak oszukać rząd? (GW 09.03.2020).
Panika na rynkach (RZ 10.03.2020).
Bezmyślna **panika** (RZ 11.03.2020).
Panika jest gorsza od koronawirusa (SE 12.03.2020).
We Włoszech czuć **panikę**! (F 14.03.2020).
Po co ta **panika**, myj łapy i nie fikaj (F 28.03.2020).

W części przywołanych nagłówków wskazuje się eksplicytnie bodziec wywołujący emocje z grupy STRACHU – jest nim szerzący się wirus SARS-COV-2 (np.: *boją się wirusa*, *boi się wirusa*, *boją się zakażenia*, *boję się wirusa*, *Boję się, że mam koronawirusa*, *Strach przed zarazą*, *w strachu przed epidemią*, *Wirusowy lęk*, *z lękiem przed koronawirusem*, *drży przed koronawirusem*, *w obawie przed koronawirusem*). W wypadku innych tytułów wskazany obiekt STRACHU (koronawirus) konkretyzowany jest w tekście artykułu (np. *Wychwycono wszystkich z autobusu grozy* – chodzi o autobus z Niemiec do Polski, w którym podróżował pierwszy Polak zarażony koronawirusem). STRACH wiąże się także z różnymi następstwami rozprzestrzeniania się wirusa (np. *Rośnie lęk pracowników i firm przed skutkami pandemii*; *Bałem się, że umrę ja i moje córki*; *Boję się zagłady gospodarki i fali samobójstw*; *Inwestorzy boją się ciężkiej recesji, rządy idą z odsieczą*; *Straszne słowo na „r"* – tekst traktuje o strachu przed recesją wywołaną koronawirusem).

W prepozycyjnym sąsiedztwie czasowników *bać się*, *panikować* występuje niekiedy modulant *nie*, który modyfikuje semantykę zaprzeczonego leksemu. W efekcie cała struktura reprezentuje jednostki językowe oznaczające brak STRACHU, np.: ***Nie boi się*** *koronawirusa* (F 06.03.2020); *Emmanuel Macron* ***nie boi się*** *koronawirusa* (RZ 16.03.2020); ***Nie boimy się*** *wirusa, wracamy do roboty* (SE 21.03.2020); *Hulaj dusza, kto* ***nie boi się*** *wirusa* (GW 23.03.2020); *Marta Dymek: jak jeść i* ***nie panikować*** (GW 20.03.2020); *Na razie Polacy* ***nie panikują*** (RZ 10.03.2020).

Podobny wydźwięk mają konstrukcje językowe zaobserwowane w następujących tytułach: *W sklepach* ***bez paniki****, towar jest* (RZ 05.03.2020); *W sądach* ***bez paniki****, ale z respektem dla wirusa* (RZ 09.03.2020); *Polacy* ***nie są podatni na panikę*** (F 16.03.2020); *Polacy bez* ***paniki*** (RZ 19.03.2020).

II okres

Wykres 55. Leksemy nazywające STRACH w nagłówkach artykułów z ogólnopolskich dzienników, okres II, 20.04.2020–17.05.2020

	straszyć	straszny	strach	obawiać się	obawa	niepokój	drżeć	bać się
Fakt	1	0	0	0	0	0	0	5
Gazeta Wyborcza	0	1	1	0	0	0	1	4
Rzeczpospolita	0	0	1	1	0	0	0	2
Super Express	0	0	1	0	1	1	0	7
Suma	1	1	3	1	1	1	1	18

W tytułach artykułów, które ukazały się w II okresie, nadal dominuje liczebnie leksem *bać się*. Śladowe poświadczenia ma rzeczownik *strach*, a pojedyncze wystąpienia charakteryzują wyrazy: *straszyć*, *straszny*, *drżeć*, *obawa*,

obawiać się, *niepokój*. Co warte odnotowania, w analizowanym przedziale czasowym znikają z nagłówków jednostki językowe denotujące uczucia intensywne. Poszerza się nieco repertuar środków leksykalnych określających emocje o mniejszej intensywności (*obawa*, *obawiać się*, *niepokój*).

Wybrane przykłady nagłówków z II okresu:

Boimy się, że za kilka lat NFZ każe zwracać lekarzom pieniądze za testy na koronawirusa dla innych lekarzy (GW 22.04.2020).
Wygrałem z rakiem, **boję się** koronawirusa (SE 23.04.2020).
Ukraińcy **nie boją się** wirusa, lecz zwolnień (RZ 05.05.2020).
Boję się o przyszłość najsłabszych (SE 06.05.2020).
Boimy się o swoją przyszłość (F 08.05.2020).
Boję się, że każą mi tu zostać (F 09.05.2020).
Boję się że wyrosnę z sukienki (SE 12.05.2020).
Boimy się o posady i zaciskamy pasa (RZ 13.05.2020).

Straszył wirusem, a szalał z kochanką (F 07.05.2020).
W strachu ludzie krzywdzą samych siebie (GW 16.05.2020).
Strach nam towarzyszył każdego dnia (SE 09.05.2020).
Szkoły pełne **strachu** (RZ 27.04.2020).

Menedżerowie **drżą** o pracę (GW 21.04.2020).

Obawy Szumowskiego (SE 07.05.2020).
Jesieni **obawiam się** najbardziej (RZ 06.05.2020).

Niepokój w klubach ekstraklasy. Potrzebne dodatkowe testy (SE 06.05.2020).

Niektóre tytuły – podobnie jak te z I okresu – informują o STRACHU wywoływanym przez COVID-19 (np. „Wygrałem z rakiem, boję się koronawirusa"; „Straszył wirusem, a szalał z kochanką"; „Słowakom wirus już nie taki straszny"; „Strach nam towarzyszył każdego dnia" – w tekście mowa o polskich medykach z Wojskowego Instytutu Medycznego, którzy pomagali w Chicago amerykańskim lekarzom w walce z koronawirusem; „Boję się, że każą mi tu zostać" – artykuł o pielęgniarce z domu pomocy społecznej

opiekującej się pacjentami zakażonymi COVID-19). Obawy budzą prognozy dotyczące jesiennego powrotu epidemii („Obawy Szumowskiego"; „Jesieni obawiam się najbardziej"). Częściej jednak dochodzą do głosu obawy przez rozmaitymi skutkami epidemii, w tym przed kryzysem gospodarczym, który może przynieść utratę miejsc pracy (np. „Ukraińcy nie boją się wirusa, lecz zwolnień"; „Boję się o przyszłość najsłabszych"; „Boimy się o swoją przyszłość"; „Boimy się o posady i zaciskamy pasa"; „Menedżerowie drżą o pracę").

Zdarzają się też nagłówki, w których sygnalizuje się brak uczuć z grupy STRACHU albo spadek napięcia emocjonalnego, np.: „**Nie boi się** chińskiej zarazy" (SE 21.04.2020); „Słowakom wirus już **nie taki straszny**" (GW 04.05.2020).

III okres

Wykres 56. Leksemy nazywające STRACH w nagłówkach artykułów z ogólnopolskich dzienników, okres III, 15.06.2020–12.07.2020

	strach	przerażenie	obawiać się	obawa	bać się
Fakt	0	0	0	0	5
Gazeta Wyborcza	1	1	0	0	0
Rzeczpospolita	2	0	1	3	2
Super Express	1	0	0	0	1
Suma	4	1	1	3	8

W ostatnim okresie zauważalna jest redukcja liczby jednostek językowych z pola semantycznego STRACHU (9 w I okresie, 8 – w II, 5 – w III), a także spadek frekwencji czasownika *bać się*, powtarzającego się we wszystkich przedziałach czasowych i dominującego kwantytatywnie nad pozostałymi leksemami. Drugie miejsce na liście frekwencyjnej zajmuje rzeczownik *strach*, trzecie – rzeczownik *obawa*. Pozostałe wyrazy (*obawiać się*, *przerażenie*) wystąpiły w nagłówkach jednokrotnie. Dodać należy, że w III okresie pojawia się leksem nazywający intensywny STRACH (*przerażenie*). Tego typu jednostek leksykalnych nie odnotowano w okresie poprzednim.

Przykładowe tytuły artykułów z III okresu:

Bardziej **boimy się** suszy (F 18.06.2020).
Boję się, ale pracować trzeba (F 19.06.2020).
Boją się grać z młodymi (SE 03.07.2020).
Bliscy **bali się** o moje zdrowie (F 09.07.2020).

Strach przed LGBT, **strach** przed biedą (SE 16.06.2020).
Strach przed wyborami w zakaźnym (GW 22.06.2020).
Przez **strach** i **obawy** kolejka po wyrok jest coraz dłuższa (RZ 08.07.2020).

Nasze **obawy** pracują na kryzys (RZ 09.07.2020).
W **obawie** przed drugą falą tniemy wydatki (RZ 09.07.2020).
Inwestorzy **obawiają się** drugiej fali (RZ 16.06.2020).

Skąd we mnie tyle **przerażenia** (GW 27.06.2020).

Obiektem strachu nadal jest koronawirus, możliwość zakażenia się (np. „Boję się, ale pracować trzeba" – tekst o powrocie aktora Jacka Borkowskiego na plan serialu „Klan"; „Boją się grać z młodymi" – artykuł o Bożenie Dykiel i Mieczysławie Hryniewiczu, najstarszych aktorach grających w serialu „Na Wspólnej"; „Bliscy bali się o moje zdrowie" – tekst o piłkarzu Sebastianie Szymańskim, który chorował na COVID-19; „Strach przed wyborami w zakaźnym" – artykuł o obawach władz szpitala zakaźnego w Starachowicach dotyczących przeprowadzenia w tej placówce wyborów prezydenckich; „Skąd we mnie tyle przerażenia" – artykuł o osobach nadużywających alkoholu w czasie pandemii). Powracają też obawy związane z przyszłością, prognozowanym pogorszeniem się sytuacji ekonomicznej (np. „Strach przed LGBT, strach przed biedą"), z ewentualną drugą falą epidemii („W obawie przed drugą falą tniemy wydatki"; „Inwestorzy obawiają się drugiej fali"). Strach przed koronawirusem spowolnił pracę polskich sądów („Przez strach i obawy kolejka po wyrok jest coraz dłuższa"). Rolnicy z kolei bardziej od COVID-19 boją się suszy („Bardziej boimy się suszy").

Są również tytuły, w których komunikuje się brak emocji STRACHU, np.: „Skoczkowie już **nie boją się** wirusa" (F 08.07.2020); „Skoczkowie **nie boją się** wirusa" (F 25.06.2020).

6. Podsumowanie

Ze względu na przyjęte założenia badawcze związane z przedziałami czasowymi poddanymi obserwacji nie można, rzecz jasna, orzec, czy uzyskane wyniki ukazujące emocjonalne nacechowanie wypowiedzi telewizyjnych i prasowych mają charakter relewantny. Dopiero usytuowanie ich na tle innych tekstów chronologicznie wcześniejszych, tzn. poprzedzających pojawienie się w Chinach, później w Europie i innych częściach świata, wirusa COVID-19, mogłoby dać odpowiedź na pytanie, czy w analizowanym materiale zauważalne jest znaczące nasycenie wypowiedzi językowymi wykładnikami emocji. W obranym postępowaniu badawczym ograniczono się do porównania wyników cząstkowych, a więc pochodzących z poszczególnych okresów. Komparacja pozwoliła odnotować nade wszystko różnice w zjawiskach, ściślej: w hierarchii zjawisk, na które w trzech analizowanych przedziałach czasowych reagowano emocjonalnie. W I okresie dominował STRACH przed koronawirusem, przed jego rozprzestrzenianiem się, przed zakażeniem i zakażaniem, izolacją. Niepokój budziły wieści o liczbach zakażonych i osób zmarłych, nadchodzące z południowej i zachodniej części Europy, zwłaszcza Włoch i Hiszpanii. W II przedziale czasowym dochodzą również do głosu obawy związane z prognozowanym kryzysem gospodarczym. Ostatni okres to spadek zainteresowania wirusem SARS-CoV-2 i znacznie mniejsza liczba wypowiedzi (newsów i artykułów prasowych) mu poświęconych (wypowiedzi o koronawirusie ustąpiły m.in. przekazom o wyborach prezydenckich).

Jeśli chodzi o wykorzystywane środki językowe komunikujące uczucia z grupy STRACHU, w kolejnych przedziałach czasowych maleje repertuar tych konstrukcji i ich frekwencja. O ile w I okresie występują jednostki językowe nazywające różne odcienie STRACHU (w tym określające uczucia intensywne i mniej intensywne), o tyle w II i III okresie znacznie zmniejsza się liczba leksemów oznaczających emocje intensywne. Temat COVID-19 spowszedniał – wirus nie budził już skrajnych uczuć.

VII. Komunikacja wizualna w medialnych przekazach telewizyjnych

Komunikacja telewizyjna jest tematem refleksji naukowej wielu badaczek i badaczy (Sobczak 2018; Loewe 2018; Michajłow 2011). Zwracają oni uwagę na różnorodne funkcje przekazów medialnych oraz celowość ich doboru, podkreślając, że istotnym elementem takich przekazów jest ich tło kontekstowe, m.in. sytuacja społeczno-polityczna czy wydarzenie losowe wysokiej rangi, które staje się głównym tematem programów informacyjnych, np.: globalne działania wojenne, klęski żywiołowe, wypadki związane z transportem czy epidemie poważnych chorób. Ostatnie z wymienionych nie miało dotychczas miejsca na taką skalę jak w 2020 roku, gdy na świecie rozprzestrzeniała się pandemia COVID-19.

Przekazy dotyczące COVID-19 w programach informacyjnych – jak zauważono wcześniej – stanowiły znaczną część newsów w wydzielonych okresach. W I okresie miały one charakter dominujący, podobnie jak w II, natomiast w III okresie głównym tematem (w różnym nasileniu w zależności od konstruowanej przez media wizji odbiorcy) stały się przełożone na czerwiec 2020 r. wybory prezydenckie.

Istotnym elementem występującym w audiowizualnych przekazach transmitowanych za pośrednictwem telewizji czy Internetu jest komunikacja niewerbalna, wizualizacja. Wykorzystywana jest ona praktycznie w każdej jednostce (newsie) prezentowanej w programach informacyjnych, ma

ona również charakter relewantny w stosunku do treści słownej. Elementy pozawerbalne i werbalne tworzą jeden system, którego celem jest jak najdokładniejsze wyrażenie myśli nadawcy, jednakże istotą ich powodzenia komunikacyjnego jest kontekst, który musi być znany również odbiorcy. Funkcją komunikacji wykorzystującej elementy niewerbalne – różnej kategorii gesty (ikoniczne, emblematyczne czy metonimiczne), mimikę, elementy proksemiki oraz efekty wizualne uzyskiwane przy użyciu animacji i nowych technologii informatycznych (np. infografiki, memy, symulacje 3D) – nie jest wyłącznie ilustrowanie wypowiedzi, ale również przekazanie dodatkowych informacji, które często byłyby niewyrażalne słownie (Antas, Kraśnicka-Wilk 2020; Mc Neill 2005; Załazińska 2007).

Celem tej części raportu jest przedstawienie najczęściej występujących elementów związanych z komunikacją niewerbalną i wizualną, które pojawiły się w programach informacyjnych w trakcie pandemii COVID-19 w Polsce oraz charakterystyka ich celów lub funkcji.

Analiza wypowiedzi wyemitowanych w trzech badanych okresach (4.03.–1.04.2020, 20.04.–17.05.2020, 15.06.–12.07.20) w głównych wydaniach serwisów informacyjnych trzech ogólnopolskich stacji telewizyjnych (TVP1, Polsatu, TVN) pokazała, że obostrzenia będące konsekwencją epidemii w Polsce wpłynęły na jakość komunikatów niewerbalnych przedstawianych w tychże wydaniach. Ze względu na konieczność ograniczenia liczby przeanalizowanych przykładów zwrócimy uwagę tylko na te, które wniosły istotne innowacje i są ściśle związane z medialnym obrazem koronawirusa.

1. Pandemiczny paraliż

Przekazom medialnym z marca 2020 r. (I okres badań) towarzyszyły przedstawiane w planie ogólnym kadry z pustych przestrzeni, w których zazwyczaj tętniło życie codzienne i gwar turystów. Opustoszałe place miejskie, rynki z kawiarnianymi ogródkami, ulice wielkich aglomeracji, zamknięte teatry, kina, muzea, galerie i restauracje, niemal puste świątynie stały się symbolicznym obrazem czasu pandemii, uświadamiającym jednocześnie powagę sytuacji. Obrazy z pustych miast pozbawione właściwie jakiegokolwiek ruchu pokazywały Polakom, jak poważnie i odpowiedzialnie zachowali

się mieszkańcy np. Warszawy, Poznania, Krakowa czy Gdańska po wprowadzeniu przez władze państwowe kolejnych obostrzeń. W ruchu był głównie policyjny radiowóz, który przemieszczając się po pustych ulicach, zachęcał mieszkańców przez megafon, by pozostali w domu, aby zmniejszyć ryzyko zarażenia siebie i swoich bliskich: „Na obszarze Rzeczpospolitej Polskiej ogłoszono stan epidemii. Prosimy rozejść się do domu. Wyjścia ogranicz tylko do sytuacji niezbędnych. Unikaj bezpośredniego kontaktu z innymi osobami. Bądź odpowiedzialny. Chronisz siebie, chronisz innych" (TVN 21.03.2020).

Wyludnione ulice, parki, place i rynki wielkich aglomeracji, opustoszała przestrzeń publiczna, autostrady, którymi przemieszczały się nieliczne samochody osobowe, przejścia graniczne, na których pojawiły się kolejki samochodów ciężarowych czekających na wjazd do Polski, pokazały skalę zjawiska związanego z ograniczeniami czasu pandemii – przywrócenie kontroli granicznej między państwami strefy Schengen i obowiązkowej kontroli epidemiologicznej wjeżdżających. 19 marca 2020 r. na niektórych przejściach granicznych czas oczekiwania wynosił 30 godzin. Z każdym kolejnym dniem społecznej izolacji niekorzystnie wpływającej na psychikę wielu osób na znaczeniu zyskiwały balkony, tarasy i ogrody. Te pierwsze pozwalały bezpiecznie integrować się z sąsiadami oraz uczestniczyć w wydarzeniach kulturalnych (koncertach, przedstawieniach teatralnych) oraz w wielu akcjach, np. okazywania wdzięczności pracownikom służby zdrowia. Tego typu zdarzeniom nadawały rozgłos główne programy informacyjne wszystkich stacji telewizyjnych.

Ryc. 41. TVN, 21.03.2020

Ryc. 42. Polsat, 19.03.2020

O aspektach religijnych pustki placu Świętego Piotra w okresie pandemii COVID-19 napisano, że ma ona wymiar biblijny oraz że nawiązuje do pustego

grobu, który jest ważnym symbolem związanym ze zmartwychwstaniem Jezusa Chrystusa. Pustka w Watykanie w okolicach świąt Wielkanocy miała więc dla chrześcijan wymiar mistyczny (Mojżyn 2020).

Ryc. 43. Polsat, 19.03.2020

Ryc. 44. TVP1, 15.03.2020

2. Metaforyka białych kombinezonów

Wielokrotnie powielanym elementem kształtującym medialny obraz koronawirusa byli pracownicy medyczni ubrani w białe kombinezony. Powierzchowność osób noszących kombinezony ochronne pojawiała się nie tylko w newsach dotyczących sytuacji w szpitalach czy w oddziałach ratownictwa medycznego, ale także w innych kontekstach: podczas kontroli na przejściach granicznych, testowania w kierunku zakażenia COVID-19, również jako swojego rodzaju *memento* w newsach zawierających nakazy pozostania w domu, przestrzegania izolacji czy wtedy, gdy dodatkowym czynnikiem wywołującym strach było ostrzeżenie o brakach miejsc w szpitalach lub niedostatecznej liczbie personelu i wyposażenia ochronnego. Omawiane wirtualne obrazy cyfrowe w części newsów przedstawiają autentyczne wydarzenia opisywane np. przez reportera, w dużej części symbolizują czas pandemii, pełniąc funkcję makrostrukturalną, reprezentują sens globalny wiadomości (Piekot 2006: 134). Powtarzanie obrazów z ludźmi chronionymi przez białe kombinezony pełni więc nie tylko funkcję informacyjną, ale przede wszystkim perswazyjną. Nadawcom zależało na wywołaniu niepokoju i przekonaniu odbiorcy do odpowiedzialnych zachowań, do pozostania w domu. Negatywne emocje zwiększał fakt, że zdjęcia nie pokazują jak zazwyczaj zbliżenia ludzkich twarzy, lecz zamiast nich specjalistyczne maski. Obrazy te najintensywniej wykorzystywane były w I okresie,

pełniły wówczas głównie funkcję perswazyjną, oraz w okresie II, w którym pojawiały się w funkcji informacyjnej, gdy w kolejnych newsach przybliżano odbiorcom sposoby pobierania próbek od osób potencjalnie zakażonych koronawirusem.

Ryc. 45. Polsat, 19.03.2020

Ryc. 46. TVN, 13.03.2020

Kolor biały w kulturze europejskiej utożsamiany jest z czystością i niewinnością oraz kojarzony z udzielającym pomocy personelem medycznym. W tym ostatnim wypadku budzi on czasem strach, dlatego w szpitalach, zwłaszcza dziecięcych, odchodzi się od malowania ścian na biało i używania białych fartuchów. Pojawiając się w tle newsów o tematyce odnoszącej się do epidemii, biały kolor stanowił niejednokrotnie ostrzeżenie i można go uznać za dodatkowy czynnik wywołujący strach u odbiorców. Część z nich zapewne pamiętała, że biel w kulturze Chin, skąd wirus się przedostał, oznacza śmierć. Warto też dodać, że człowiek w białym kombinezonie wyróżnia się w planie ogólnym, co potęguje strach odbiorców, którym przypomina o zagrożeniu (rycina 47).

Ryc. 47. Polsat, 19.03.2020

Część z ratowników odziana jest w kombinezony w kolorze pomarańczowym (rycina 48), który nie wywołuje takich emocji jak ich białe odpowiedniki. Dzieje się tak być może dlatego, że choć ostrzega o niebezpieczeństwie, w powszechnym odczuciu pomarańczowy kojarzony jest z życzliwością i ciepłem, z odwagą[42]. Wykorzystywany jest do wyróżniania kamizelek ratunkowych i boi w wodzie, konotuje zatem bezpieczeństwo i wywołuje reakcje pozytywne. Dla samych medyków nie był istotny kolor kombinezonu, lecz zgodnie z wytycznymi Europejskiego Centrum Kontroli i Prewencji Chorób (ECDC) poziom zabezpieczenia indywidualnego. Zarówno pracownicy szpitali, jak i ratownicy medyczni powinni być ubrani w kombinezony pozwalające na bezpieczne poruszanie się w terenie skażonym.

Ryc. 48. TVN, 13.03.2020

Ryc. 49. TVP1, 15.03. 2020

Należy też dodać, że osoby ubrane w kombinezon nie zawsze są pracownikami opieki medycznej, na jednej z fotografii pracownicy MPK odkażają autobus komunikacji miejskiej (rycina 46). Ich pojawienie się jest jednak nieprzypadkowe. Według Tomasza Gobana-Klasa duża liczba powielanych (częstokroć tych samych) informacji, w tym wypadku kadrów przedstawiających ludzi w białych kombinezonach, dodatkowo podnosi poziom lęku w odbiorcach, a epidemia mogłaby być niemal niezauważalna, gdyby nie była wykorzystywana przez media (Goban-Klas 2020).

42 https://cyrekdigital.com/pl/blog/psychologia-koloru-pomaranczowy/ [dostęp: 13.03.2021].

3. Statystyki w programach informacyjnych

Tomasz Piekot zwracał uwagę, iż obraz i tekst są dwoma różnymi sposobami konceptualizacji tego samego wydarzenia w spójnym i koherentnym przekazie, co pozwala „traktować obraz jako wizualizację tekstu, a tekst – jako werbalizację obrazu" (Piekot 2006: 134). Czas pandemii pozwolił na skuteczne wykorzystanie wykresów wizualizujących liczbę zakażeń w skalach globalnej i lokalnej. Przedstawianie danych z użyciem określonej kolorystyki oraz ich układ ma funkcję informacyjną, ale może też mieć charakter perswazyjny, np. poprzez użycie symbolicznych grafik związanych ze śmiercią czy pobytem w szpitalu. Tego typu plansze, wykorzystujące elementy wizualne, mogą też przyczynić się do określonej interpretacji danych przez odbiorcę. Na rycinie 50 przedstawiono dane statystyczne dotyczące przeprowadzanych testów w Polsce oraz krajach sąsiednich. Polska mieści się w centralnym miejscu ekranu i jest zdecydowanie większa niż pozostałe państwa, ale też większe są cyfry informujące o liczbie przeprowadzonych na jej terenie testów. Uwagę zwraca też kolor czerwony. Czechy, Słowacja i Litwa są proporcjonalnie mniejsze, podobnie liczby 100 zapisane żółtym kolorem czcionki, tym samym co tytuł infografiki. Różnica w wielkości i kolorze uwypukla odmienność polskiego podejścia do testowania potencjalnie zakażonych. Można by się spodziewać, że większe cyfry i kolor czerwony będą podkreślały wyższy wynik – jest przeciwnie, sygnalizują zatem niedoszacowanie codziennie podawanych przez Ministerstwo Zdrowia danych. Jeśli przeprowadza się za mało testów, liczba chorych jest zapewne wyższa, a co za tym idzie sytuacja epidemiczna w kraju jest dużo poważniejsza, niż podają oficjalne komunikaty. Na tej podstawie odbiorca może też wyciągnąć wniosek, że w mniejszych krajach testuje się więcej, czyli służba zdrowia działa tam bardziej efektywnie. Przekaz ten nie został zwerbalizowany w materiale, z którego pochodzi infografika, jednakże jej wykorzystanie ma wywołać w odbiorcy określone emocje i narzucić stosunek do problemu.

Ryc. 50. TVN, 13.03.2020

Ryc. 51. TVN, 19.03.2020

Inaczej jest w wypadku wykresu prezentowanego przez tę samą stację sześć dni później, gdyż jego prezentacji towarzyszą słowa. Jan Błaszkowski informuje, że „liczba chorych w Polsce rośnie. Nie tylko z dnia na dzień pojawiają się nowi zakażeni, ale regułą staje się, że każdego dnia przybywa ich więcej, niż zachorowało dnia poprzedniego. Dziś nowych przypadków 38. W sumie 325. A będzie jeszcze więcej" (TVN 19.03.2020). Dane liczbowe dotyczące zakażonych w ciągu kilkudziesięciu sekund pojawiają się trzykrotnie – podaje je prowadząca „Fakty", powtarza autor materiału i wyświetlają się na wykresie. Nawet niezainteresowany tematem odbiorca musi zwrócić uwagę na gwałtowny przyrost liczb oraz zwiększające się zagrożenie, wzmacniane przez przekaz werbalny: „A będzie jeszcze więcej".

4. Niewerbalne mechanizmy wywoływania strachu w odbiorcy

Oprócz wspomnianych wyżej białych kombinezonów oraz danych liczbowych przedstawianych w formie statystyk autorzy materiałów w programach informacyjnych stosowali inne mechanizmy wywołujące strach w odbiorcach. Jednym z nich było częste przedstawianie jeżdżących po opustoszałych miastach samochodów policyjnych czy policjantów pilnujących przestrzegania obostrzeń. Przykładem może być poniższy kadr (rycina 52). W krótkiej przebitce, bez komentarza autora materiału, pokazano stróży prawa, którzy pilnują osób przebywających na kwarantannie. Postawa policjantów może budzić lęk w odbiorcach. Mają oni skrzyżowana ramiona, co sygnalizuje postawę obronną i ma negatywny wydźwięk. W tym wypadku można zinterpretować gest jako stworzenie bariery oraz zniechęcenie do jakiegokolwiek kontaktu. Negatywne emocje może wzbudzać również

ukryta mimika twarzy zasłonięta maseczką ochronną. Przedstawienie takiego kadru jest demonstracją siły i wyższości policji w okresie epidemii COVID-19.

Ryc. 52. Polsat, 19.03.2020

Innymi obrazami mogącymi wywoływać lęk wśród odbiorców są nagrania z polowych punktów szpitalnych. Na ilustracji poniżej prezentowany jest szpital we Włoszech. Materiały zebrane przez korespondentów w tym kraju przedstawiają dramatyczne obrazy tysięcy hospitalizowanych osób, wojskowych konwojów przewożących zmarłych czy rzędów trumien oczekujących na pochówek. Pokazywanie w programach informacyjnych takich scen nie ma wyłącznie funkcji informacyjnej. Istotą jest impresywność przekazu, uzyskana za pośrednictwem elementu wizualnego. Trudno za pomocą słów wyrazić tak dramatyczne wydarzenia, zatem często pozbawiona komentarza relacja z miejsca wydarzeń, a przede wszystkim jej wizualne aspekty budzą największe emocje i oddziałują na wyobraźnię odbiorcy. Dziennikarze próbują jednak opisać tę dramatyczną rzeczywistość, np. w newsie zatytułowanym „Włoska rozpacz" prowadząca Anita Werner mówi, że „wirus zżera Włochy od środka. Dziesiątki wojskowych ciężarówek wywożą z miast trumny z ciałami zmarłych i to wstrząsający widok" (TVN

19.03.2020), a autor materiału Cezary Grochot widok ten nazywa „transportem grozy" – i tłumaczy: „wojskowe ciężarówki wywożące ciała. Ofiar jest tak wiele, że krematoria na północy Włoch nie nadążają ze spopieleniem zwłok. Ciała przewożone są do innych miast" (TVN 19.03.2020). Słowa i obrazy są spójne, nie tylko oddają rzeczywistość, interpretują ją, odsyłając do przeszłości – transportów śmierci, krematoriów, wywołują silne emocje zwłaszcza u starszych odbiorców pamiętających koszmar wojny.

Ryc. 53. TVP1, 15.03.2020

Ryc. 54. TVN, 19.03.2020

Komunikacja wizualna jest najdynamiczniej rozwijającym się procesem, a specjaliści różnych dyscyplin twierdzą, że społeczności współczesne odchodzą od komunikacji opartej na słowie do komunikowania się poprzez obraz (Polak 2011: 7). W czasach epidemii siła wizualnych przekazów wydaje się jeszcze zwiększać, w związku z czym niejednokrotnie można odnieść wrażenie, że słowo i obraz w dyskursie medialnym są równie ważne, pełniąc „zarówno samodzielne, jak i komplementarne funkcje; obraz nie tyle wypiera słowo, ile pełnić może zarówno swoiste funkcje przedstawiające, jak i funkcje, które kiedyś przypisywano tylko słowu" (Hopfinger 2013: 13). Wizualizacja „wzbogaca i równoważy scenę komunikacyjną" (Hopfinger 2013: 14), obiektywizuje i jednocześnie, pobudzając wyobraźnię odbiorcy, wpływa na jego emocje i niejednokrotnie utrwala pożądany przez nadawców obraz danego zjawiska (por. Piekot 2006: 157). Obrazy w newsach poświęconych walce z koronawirusem w sparaliżowanych przez pandemię miastach, a przede wszystkim w szpitalach całego świata z całą pewnością pełniły te zakładane funkcje. Zachęcając do przyjęcia odpowiedzialności za siebie i innych, wpływały na wyobraźnię i wywoływały silne uczucia – głównie strach.

5. Relacje przestrzenne w materiałach dotyczących koronawirusa i COVID-19

Ze względu na obostrzenia wprowadzone przez rząd oraz obawy ludzi przed zarażeniem koronawirusem zmianom uległy również sposób relacjonowania przez autorów materiałów i ich kontakt z rozmówcami. Często poszukiwano wirtualnego odpowiednika konferencji prasowych, briefingów i wywiadów. Organizowano wirtualne spotkania indywidualne i grupowe za pomocą aplikacji Zoom, Microsoft Teams i Google Meet. Wywiad online nie zastąpi jednak kontaktu osobistego, dlatego reporterzy szybko wrócili do pracy w terenie. W newsach zauważyć można pewną prawidłowość dotyczącą prezentowania w planie ogólnym sposobów prowadzenia wywiadów czy sond ulicznych. W jednym z materiałów widać dziennikarza, który stoi w znacznej odległości od bohatera newsa, sołtysa wsi Sulęcinek (rycina 55), który nie chciał wyjawić mieszkańcom tożsamości osoby chorej na COVID-19. Kamerzysta jest niejako obserwatorem rozmowy, pozyskuje materiał, stojąc w znacznej odległości.

Ryc. 55. Polsat, 2.05.2020

Ryc. 56. TVN, 13.03.2020

Znaczny dystans podczas sondy ulicznej zachował również dziennikarz „Faktów" prowadzący sondę uliczną w Poznaniu (rycina 56). Ten dystans gwałtownie się zmniejszył, gdy reporterzy zaczęli relacjonować kolejne spotkania kandydatów na prezydenta z wyborcami.

W marcu 2020 r. autorzy materiałów dla „Faktów" przygotowali na bazie nagrań zrealizowanych na ulicach Warszawy wizualizacje przedstawiające odległości między przemieszczającymi się osobami. Wykorzystanie strzałek pozwoliło zobrazować odbiorcom, jak wygląda w rzeczywistości

dystans większy niż dwa metry i jak trudno spełnić ten warunek bezpiecznego funkcjonowania w trakcie epidemii. Podobnie jak w wypadku innych elementów wizualnych wykorzystanie obrazu może ułatwić odniesienie się odbiorcy do jego własnych doświadczeń.

Ryc. 57. TVN, 21.03.2020

Sceny przedstawiające zachowanie bezpiecznej odległości nie występują w badanym III okresie, gdzie podczas licznych spotkań wyborczych dziennikarze starali się być częścią zgromadzonego tłumu. Niedostrzegalny jest wówczas nie tylko dystans między dziennikarzem a rozmówcą, a nakazane odległości nie są respektowane przez uczestników wydarzeń. Poniższe fotografie dowodzą braku dystansu i maseczek podczas kolejnych spotkań wyborczych w lipcu 2020 r.

Ryc. 58. TVP1, 2.07.2020

Ryc. 59. TVP1, 3.07.2020

Warto przypomnieć, że 27 maja 2020 r. Minister Zdrowia Łukasz Szumowski, premier Mateusz Morawiecki i Minister Kultury Piotr Gliński ogłosili koniec obowiązku noszenia maseczek w przestrzeniach ogólnodostępnych przy zachowaniu dystansu społecznego od soboty 30 maja 2020 r. Od tego dnia w przestrzeniach otwartych dozwolona została organizacja zgromadzeń, a także koncertów plenerowych, w których wziąć udział mogło do 150 osób.

Na początku lipca 2020 r. minister Szumowski został zapytany o wiece wyborcze, podczas których większość uczestników nie nosiła maseczek ochronnych i nie przestrzegała zaleceń dotyczących dystansu społecznego. Minister zasugerował, że na wiecach jest taka atmosfera, że nie da się przestrzegać zasad dystansu społecznego: „Teoretycznie wiece powinny być również do 150 osób. Tylko tutaj przychodzą ludzie spontanicznie. Trudno, żeby kandydat blokował wejście gdzieś, bo to są zwykle spotkania na otwartej przestrzeni" (RZ 5.07.2020).

6. Konstrukcje deiktyczne

Sceny przedstawiające zdarzenia związane z epidemią koronawirusa były w wielu wypadkach bezprecedensowe. Pojawienie się dramatycznych obrazów, nowej aparatury medycznej czy nietypowych zachowań społecznych sprawiło, że autorzy materiałów wykorzystywali często konstrukcje zaimkowe w rodzaju: *taka sytuacja*, *takie sceny*, *takie wykresy* lub *takie widoki*, a po ich słowach pojawiały się obrazy omawianych obiektów. Autor materiału nie skupiał się zatem na werbalnym opisie, ale dzięki możliwościom audiowizualnym prezentował dany przedmiot w sposób niezwerbalizowany. Wykorzystanie elementów wizualnych pozwoliło na uwypuklenie tego, co trudno byłoby opisać słowami. Tak było w wypadku przedstawiania scen z laboratoriów czy sal szpitalnych z nowoczesną aparaturą wykorzystywaną w walce z COVID-19, np. z aparaturą do monitorowania osób zarażonych (rycina 60).

Ryc. 60. TVN, 13.03.2020

Ryc. 61. Polsat, 18.03.2020

Podobne konstrukcje pojawiały się również w wypowiedziach osób, które brały udział w sondach ulicznych. Konstrukcji zaimkowej towarzyszą często gesty wskazujące. Ich celem jest podkreślenie tego, czego dotyczy wypowiedź, oraz dokładne nakierowanie uwagi odbiorcy. *Taka maseczka kosztuje dziesięć złotych* – wyjaśnia uczestniczka sondy pytana przez reportera „Wydarzeń" (rycina 61).

7. Ograniczenia komunikacji niewerbalnej

Obostrzenia związane z koronawirusem przyczyniły się do ograniczeń związanych z komunikacją niewerbalną między autorami materiałów a ich rozmówcami. Wpłynęły również na jakość komunikacji z odbiorcami – telewidzami.

Rozmówcy oraz autorzy materiałów najczęściej występowali w maseczkach, było to widoczne szczególnie w II okresie, gdy ich noszenie stało się obowiązkowe. Nawet wówczas można zauważyć zachowania związane z łamaniem nakazu, np. Paweł Kukiz występował z opuszczoną maseczką podczas konferencji prasowej 2 maja 2020 r. (rycina 62). Często dopuszczali się tego politycy prowadzący kampanię wyborczą. Maseczki służyły politykom również do pokazania ich przywiązania do ojczyzny, do wyrażenia poglądów politycznych, przynależności do określonej partii, o czym świadczy np. maseczka z flagą narodową zakładana przez Władysława Kosiniaka-Kamysza (rycina 63).

Ryc. 62. Polsat, 2.05.2020

Ryc. 63. Polsat, 2.05.2020

Z tego samego okresu pochodzą zdjęcia innych polityków prowadzących kampanie wyborcze lub wypowiadających się w kwestii przełożenia terminu wyborów prezydenckich. Członkowie partii Pawła Kukiza pomimo występowania w zamkniętej przestrzeni zrezygnowali częściowo z noszenia maseczki, nie podporządkowując się tym samym zaleceniom.

Niejednoznaczne są również postawy prezentowane przez polityków występujących w otwartej przestrzeni. Niektórzy z nich podczas spotkania z dziennikarzami decydowali się na występowanie z wykorzystaniem środków ochrony osobistej, tym samym dając wyraz szacunku wobec ustalonych reguł społecznej walki z koronawirusem.

Ryc. 64. Polsat, 2.05.2020

Ryc. 65. Polsat, 2.05.2020

Zarówno Małgorzata Kidawa-Błońska (rycina 64), jak i Szymon Hołownia (rycina 65) podczas spotkań wyborczych i rozmów z dziennikarzami zachowywali dystans oraz nosili maseczki. Kandydatka KO pozytywnie oceniała obowiązek noszenia maseczek, uważała, że powinien być on wprowadzony wcześniej. Wyrażała uznanie dla rodaków stosujących się do tego obostrzenia: „szanuję Polaków za to, że chcą jak najszybciej wyjść z pandemii”

(Polsat 23.04.2020). Również Hołownia pozytywnie oceniał wprowadzenie nakazu noszenia maseczek w przestrzeni publicznej, kilka miesięcy później prowadził nawet akcję #Polska2050 #2050maseczek[43]. Natomiast Krzysztof Bosak (rycina 66), podobnie jak większość polityków Konfederacji, podczas konferencji prasowej i spotkań z wyborcami występował bez maseczki. Członkowie i zwolennicy partii, którą reprezentował, wielokrotnie powtarzali, że nakaz noszenia maseczek godzi w ich wolność.

Ryc. 66. Polsat, 2.05.2020

Ten zróżnicowany stosunek do obostrzeń i nakazu noszenia maseczek w maju nie zaskakiwał zapewne odbiorców, gdyż dziennikarze przypominali słowa ministra zdrowia Łukasza Szumowskiego z 26 lutego 2020 r., który w RMF FM powiedział, że: „Maseczki nie pomagają, nie zabezpieczają przed wirusem. Nie zabezpieczają przed zachorowaniem. Kiedyś w Chinach i całym świecie azjatyckim noszono je głównie z powodu smogu i pewnej kultury, która tam jest. WHO nie zaleca. Eksperci nie zalecają". 14 kwietnia 2020 r. minister Szumowski w RMF FM ponownie stwierdził, że maseczki nie chronią przed zakażeniem, ale dodał: „Wtedy nie mieliśmy wirusa w populacji w takiej ilości jak teraz, coraz więcej go mamy, więc szansa, że my będziemy zarażać innych, jest znacznie większa", ale już 16 kwietnia

43 Gdy liczba zakażonych wzrosła jesienią 2020 r., Szymon Hołownia prowadził akcję rozdawania maseczek, o czym zawiadamiał w następujący sposób: „Była to inauguracja akcji #2050maseczek, którą prowadzą nasi wolontariusze w całej Polsce. To mały gest naszej solidarności, naszej obywatelskiej troski i budzenia wrażliwości w ludziach. Z serdecznością będziemy wręczać maseczki tym, którzy być może zapomnieli danego dnia wziąć ją z domu, a może potrzebują dodatkowej maski w zapasie. Nigdy nie wiadomo, która maseczka i przez kogo rozdana uratuje komuś życie. Dbajmy o siebie nawzajem! #Polska2050 #2050maseczek" (https://www.facebook.com/szymonholowniaoficjalny/videos/no%C5%9Bcie-maseczki/369160767752630/ [dostęp: 15.01.2021]).

2020 r. na konferencji prasowej zapowiedział, że noszenie maseczki będzie konieczne aż do czasu stworzenia szczepionki na koronawirusa. Leszek Świeca zwracał uwagę na sprzeczności w przyjmowanych stanowiskach dotyczących korzystania z maseczek i ich znaczenia w walce z patogenem. Według badacza w mediach często pojawiały się osoby odpowiedzialne za walkę z epidemią, wypowiadające się w sposób kategoryczny oraz eksperci, którzy

> w najlepszym przypadku – wyrywkowo powołują się na zalecenia Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) oraz Amerykańskiego Centrum Kontroli i Zapobiegania Chorobom (CDC), a w najgorszym – prezentują swoje swobodne przemyślenia [...] w większości przypadków wygłaszane sądy nie mają umocowania w uznanych wynikach badań naukowych (Świeca 2020: 51–52).

Zachowania obu stron, kandydatów noszących maseczki i unikających ich, prezentowane i zestawione w materiale z jednego wydania, mogły mieć wpływ na wzrost poparcia dla konkretnych kandydatów. Odbiorcy mogli wartościować zachowanie kandydatów zgodnie z własnymi poglądami na temat koronawirusa oraz połączyć wizerunek polityka z wyrażanymi przez niego zapewnieniami. Wszystkie z przedstawionych na ilustracjach osób były za przełożeniem wyborów i argumentowały, że aktualna sytuacja epidemiologiczna czyni je niebezpiecznymi. W wypadku kilku polityków pojawiła się zatem niekonsekwencja pomiędzy tym, co wyrażone werbalnie, a prezentowanym wizerunkiem, gdyż nie tylko w przestrzeniach otwartych, ale także zamkniętych nie zakrywali oni ust i nosa. Nienoszenie maseczek zarówno przez polityków, jak i zwykłych ludzi może wynikać z chaosu informacyjnego, który spowodował brak przekonania o prawdziwości i słuszności ministerialnych decyzji.

Obecność maseczek na twarzach rozmówców często uniemożliwiała poprawne odczytanie ich emocji, ponieważ utrudniały one ogląd całościowej mimiki, co dobrze widać, gdy zestawione zostaną wycinki z poprzedniej strony. Obserwacja ruchu gałek ocznych nie zawsze umożliwiała poprawną interpretację niewerbalnych komunikatów.

Częstokroć rozmówcy byli przedstawiani w zbliżeniu, co uniemożliwia analizy gestów wykonywanych rękoma. O ich obecności świadczą

jednak unoszące się ramiona rozmówców (na ilustracjach zaznaczono żółtymi strzałkami). Tylko niektórzy rozmówcy przedstawiani w tego typu planie zdecydowali się na nieco wyższą gestykulację, sytuując ruchy rąk na wysokości klatki piersiowej. Widoczny u Roberta Biedronia ruch dłoni z góry na dół ma podkreślić i wzmocnić wypowiadane przez niego słowa związane z niezgodą na wybory prezydenckie w ustalonym wcześniej terminie (rycina 67). Umożliwienie odbiorcom obcowania z elementami niewerbalnymi, tu gestami, wzmacnia siłę przekazu oraz wpływa na postrzeganie rozmówcy. W momencie, gdy mimika nie jest w pełni widoczna, zastąpienie jej gestami może zapewnić skuteczność komunikacyjną.

Ryc. 67. Polsat, 2.05.2020

Ryc. 68. TVP1, 2.05.2020

Można zauważyć, że zastosowanie środków bezpieczeństwa w postaci dystansu społecznego czy braku „żywej" widowni oraz maseczki może budzić dyskomfort nadawcy, który traci motywację do wyrażania emocjonalnych przekazów. Dobrym przykładem wydaje się postawa Andrzeja Dudy podczas obchodów związanych z 99. rocznicą wybuchu III powstania śląskiego (rycina 68). Prezydent ograniczył gestykulację, przez większą część przemówienia występował z zaciśniętymi palcami i splecionymi dłońmi ułożonymi poniżej tułowia. Gest ten może świadczyć o dystansie do sytuacji, ale również negatywnym nastawieniu. Być może jest związany z nietypową sytuacją, w której znalazł się mówca. Wspominając zasługi dowódcy powstania Wojciecha Korfantego, Andrzej Duda wykorzystał charakterystyczny dla siebie gest podkreślający ważność przekazywanych treści, czyli kilkukrotne potrząsanie rękoma z góry na dół.

Warto również zestawić obraz prezydenta RP z uroczystości rocznicowych z ilustracjami pozyskanymi z głównego wydania „Wiadomości"

2 i 10 lipca 2020 r. (analizowany III okres), gdzie widoczny jest Andrzej Duda podczas spotkań z wyborcami (ryciny 69–70).

Ryc. 69. TVP1, 2.07.2020

Ryc. 70. TVN, 10.07.2020

Kandydat na prezydenta przedstawiony w nagraniu w planie ogólnym wykorzystuje w swojej wypowiedzi liczne elementy niewerbalne. Gestami ujawnia zaangażowanie w rozmowę z odbiorcami, wykorzystuje również szerokie ruchy rękoma do panowania nad skandującą publicznością, regulując jej zachowanie. Andrzej Duda, podobnie jak publiczność obecna na spotkaniu, nie nosi maseczki, co umożliwia dostrzeżenie jego emocji, krzykiem oraz stanowczą mimiką wyraża on niezgodę na stanowisko prezentowane przez opozycję. Istotnym elementem przekazu niewerbalnego jest również wygląd kandydata. W przeciwieństwie do oficjalnej okazji związanej z ważną rocznicą państwową mówca występuje w luźnej koszuli, bez krawata oraz z rozluźnionym kołnierzykiem, czym próbuje przekonać odbiorców, że spotkanie ma nieformalny, familiarny charakter. Biała koszula w rozluźnionej wersji będzie towarzyszyła Andrzejowi Dudzie przez znaczną część kampanii.

Warto podkreślić, że trzeci okres badań pokrywał się z ciągłym wzrostem zachorowań, a medialny przekaz o społecznej odpowiedzialności mającej ograniczyć możliwość zarażenia koronawirusem (w formie materiałów profilaktycznych, ostrzegawczych, wywołujących strach) przestał być w tym czasie głównym tematem programów informacyjnych.

VIII. Zakończenie

Od wczesnej wiosny 2020 r. dyskurs medialny w Polsce, podobnie jak na całym świecie, zdominowały doniesienia poświęcone koronawirusowi. Codziennie przekazywano informacje o zakażonych, zmarłych, osobach pozostających pod nadzorem epidemiologicznym, liczbie przeprowadzonych testów, zajętych łóżek i respiratorów, poszukiwaniu leku, pracach nad szczepionkami, o współpracy uczonych. Media informowały o odnalezieniu pacjenta zero, o wprowadzaniu kolejnych ograniczeń, zamykanych szkołach, uniwersytetach, instytucjach kultury, galeriach handlowych, restauracjach i hotelach, lotniskach i granicach, o odwołaniu masowych wydarzeń, wprowadzaniu narodowej kwarantanny, ograniczeniu dopuszczalnej liczby wiernych w świątyniach, a rzadziej o znoszeniu obostrzeń, pomocy dla przedsiębiorstw i planach odmrażania gospodarki. Pokazywano puste ulice, place, autostrady, zamknięte plaże, parki, lasy, przywrócone kontrole na granicach. Zamiast relacjonować różne wydarzenia społeczno-polityczne, pokazywano walczących z pandemią pracowników służby zdrowia. Mieszkańcy pozostający w domach, pracujący albo uczący się zdalnie, przebywający w izolacji, również samoizolacji, dowiadywali się z serwisów informacyjnych o rekomendacjach polskiej władzy i WHO oraz o tym, jak inne państwa radzą sobie w walce z koronawirusem i na jaką pomoc z Unii Europejskiej może liczyć Polska. Później byli uspakajani wypowiedziami na temat tego, że wirus słabnie, a państwo jest w stanie w sposób bezpieczny przeprowadzić wybory prezydenckie. Od wielu miesięcy wypowiedzi ekspertów, polityków, ale także dziennikarzy na temat epidemii wydają

się działać perswazyjnie w sposób pośredni bądź bezpośredni, implikując określoną percepcję i przyjmowane przez odbiorców postawy.

W związku z tym celem naukowej refleksji zawartej w niniejszym raporcie stał się medialny obraz koronawirusa i jego oddziaływanie społeczno-polityczne. Cezury zgromadzonego w tym celu materiału wyznaczają konteksty kampanii wyborczej oraz samych wyborów. Podjęte przez zespół badania skoncentrowały się na opisie nowego doświadczenia społecznego i medialnego, jakim było przeprowadzenie kampanii i wyborów Prezydenta RP podczas pandemii COVID-19. Zebrane od marca do połowy lipca 2020 r. newsy pozornie dotyczyły wielu tematów, takich jak np. kwestie medyczne, edukacja, gospodarka, transport, kultura, sport, religia. We wszystkich tych newsach występowały jednak słowa kluczowe odnoszące się do zagrożenia, jakie powodował koronawirus i choroba COVID-19. W tym połączeniu wypowiedzi ekspertów, polityków, dziennikarzy i zwykłych ludzi o najważniejszych każdego dnia zdarzeniach, liczbach i podjętych decyzjach istotne wydaje się łączenie treści politycznych z uniwersalnymi, etycznymi.

Przedmiotem analizy uczyniono materiał wyłoniony na podstawie monitoringu mediów drukowanych oraz elektronicznych. W wyróżnionych trzech okresach (I: 4.03–1.04.2020, II: 20.04.–17.05.2020, III: 15.06.–12.07.2020) analizie poddano cztery ogólnopolskie dzienniki: „Rzeczpospolitą", „Gazetę Wyborczą", „Fakt" i „Super Express", i trzy serwisy telewizyjne: „Wiadomości", „Fakty" i „Wydarzenia". Do opisu przyjęto narzędzia interdyscyplinarne, pragmalingwistyczne z elementami prasoznawczymi, które wspierały nowe technologie i programy (CAST, Inforia). Analiza artykułów i newsów pokazała, że w I okresie dominowała tematyka związana z pojawieniem się zagrożenia i rozwojem epidemii koronawirusa. Podawane informacje nie przynosiły jedynie danych statystycznych ani nie wskazywały wyłącznie procedur i modeli zachowania, wprowadzanych obostrzeń, ale także nazywały emocje, niejednokrotnie z pola STRACHU. Były to emocje zarówno zwykłych ludzi, jak i ekspertów i polityków. Z czasem do mediów wróciła polityka, a wraz z nią odpowiednia retoryka – retoryka walki wyborczej. Opisano także zróżnicowaną tematykę, mającą jednak wspólny kontekst pandemiczny, oraz uniwersalizujący treści sposób przekazu. Nie miał on raczej charakteru sensacyjności, cechowała go faktografia i konkretyzacja. Zróżnicowanie dziennikarskiej narracji stanowi konsekwencję

odmienności linii redakcyjnych trzech stacji telewizyjnych oraz czterech dzienników. Niezależnie od tego w marcu 2020 r. w mediach pojawił się przekaz wyrażający poczucie wspólnoty, opartej na zasadach współodpowiedzialności i empatii, mniej jednak eksponowany czy dostrzegany ze względu na odmienny sposób medialnej wypowiedzi podczas kampanii, a następnie wyborów.

Praca, edukacja, polityka, gospodarka, kultura, religia i inne aspekty życia społecznego zostały przeniesione z przestrzeni biur, redakcji, uniwersytetów, szkół, fabryk, teatrów, kin, muzeów, kościołów do przestrzeni prywatnej mieszkań i domów dzięki wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. Omówienie medialnej obecności tej tematyki wymagało zatem wielu perspektyw. Uwzględniono m.in. zagadnienia dziennikarskie, zarówno prasowe, jak też telewizyjne, a zatem infrastrukturę redakcyjną, zreorganizowaną ze względu na pandemię w celu zachowania bezpieczeństwa sanitarnego. Zwrócono uwagę na nowy sposób funkcjonowania redakcji i pracy dziennikarzy, synkretyzm ujęcia genologicznego, łączącego informację z poradą i autopromocją, a także aksjologizację tematów i prezentację działań społecznych w czasie zagrożenia COVID-19. Za ważny aspekt uznano zarówno formę wypowiedzi dziennikarskiej, perswazyjnej, jak też samą treść, np. monotematyzację przekazu widoczną w pierwszym z omawianych okresów. Istotną częścią raportu stało się zaprezentowanie emocjonalności przekazu, z uwzględnieniem walencyjności, czyli nacechowania pozytywnego i negatywnego oraz zróżnicowania wypowiedzi speakerów (zasadniczo najwięcej emocji wyrażali zwykli ludzie, najmniej dziennikarze). Ze względu na krótką aktualność newsa w raporcie uwzględniono kalendarium przypominające najważniejsze wydarzenia każdego z analizowanych okresów.

Opisano ponadto słowa kluczowe, zaznaczając częstość ich użycia. Przykładowe dane statystyczne ilustrują, jak zmieniała się frekwencja, np. wyraz *koronawirus* był najczęściej używanym słowem kluczem (wystąpił w 2 499 artykułach i 804 newsach telewizyjnych); kolejne to *pandemia* i *epidemia*; w II okresie *epidemia* wyprzedziła *pandemię*, w III odwrotnie, nazwa *pandemia* występowała częściej niż *epidemia*. Mimo że liczba chorych na świecie wzrastała, częstotliwość newsów poświęconych pandemii spadała – proces ten jest szczególnie widoczny w TVP1, gdzie prezentowano pozytywny obraz Polski, która wygrała walkę z koronawirusem.

Wirus SARS-CoV-2 i wywoływana przez niego choroba COVID-19 w dyskursie medialnym nazywane są różnie: za pomocą terminów medycznych, jak i słów, które są obecne w polszczyźnie ogólnej: *wirus*, *koronawirus* (*koronowirus*), *zaraza*. Często w obu typach mediów pojawiają się też słowa *epidemia*, *pandemia* i połączenia typu: *epidemia koronawirusa*, *epidemia SARS-CoV-2*, *epidemia COVID-19*. Kolokacje, w których te nazwy występują, pozwalają uznać epidemię COVID-19 za zjawisko nagłe i brutalne w swoim przebiegu, które zaskoczyło cały świat, które ma i będzie miało konsekwencje natury społecznej, psychologicznej, kulturowej, politycznej, ekonomicznej i gospodarczej. Koronawirus jawi się bowiem jako siła niszcząca, katastrofa, żywioł. Jego destrukcyjny charakter odnosi się zwłaszcza do relacji interpersonalnych. Dotycząc całej ludzkości i życia społecznego, wpływa przede wszystkim na życie jednostek, które wbrew swej woli toczą samotną walkę z niewidzialnym, podstępnym wrogiem. Przedstawiany w mediach obraz koronawirusa tworzyły dwa odrębne profile: medyczny i społeczno-polityczny, które łączyła metafora walki z wrogiem, z żywiołem.

Odwołania medyczne pojawiały się najczęściej w I okresie, podobnie jak wypowiedzi wyrażające STRACH przed koronawirusem, jego rozprzestrzenianiem się, przed zakażeniem siebie i zakażaniem innych, izolacją. Niepokój budziły dane statystyczne mówiące o liczbie zakażonych i zmarłych, zwłaszcza nadchodzące z zachodniej części Europy, ale także widok pracowników medycznych w białych kombinezonach. W II i III okresie emocje zanotowano rzadziej, zostały zastąpione przez materiały weekendowe i wakacyjne. Natomiast tematy polityczne (kampania, wybory) pojawiały się we wszystkich trzech okresach, z różnym nasileniem, dominując w III okresie kolejne serwisy informacyjne i wydania dzienników.

W opisie uwzględniono również przekaz ikoniczny. Dyskurs medialny dotyczący COVID-19 obfitował bowiem w komunikaty o charakterze multimodalnym, wykorzystujące możliwości komunikacji niewerbalnej (w tym głównie wizualnej). Związane z przebiegiem epidemii w Polsce i wielu innych krajach obrazy, infografiki i wykresy miały przyciągać uwagę odbiorców, nie tylko uatrakcyjnić przekaz, ale także uwiarygodnić go i ułatwić jego przyswojenie.

Koronawirus stał się również istotną przeszkodą w komunikacji między autorami newsów a ich rozmówcami. Powstające materiały nie zawsze umożliwiały poprawną interpretację emocji w nich zawartych ze

względu na noszenie maseczek. Nietypowe zachowania związane z proksemiką również mogły mieć wpływ na jakość komunikacji między interlokutorami. Znaczenie miała też przestrzeń, w której odbywały się konferencje prasowe i wywiady. Reakcje niewerbalne na pytania, a także wypowiedź adwersarza były niejednokrotnie opóźnione albo niewidoczne.

Pandemia COVID-19 pozwoliła również na transmitowanie dużej liczby materiałów z obrazem w złej jakości, gdyż goście częstokroć nie byli zapraszani do studia, tylko łączyli się z dziennikarzami za pośrednictwem własnego urządzenia i dostępnych narzędzi, co umożliwiło stacjom telewizyjnym prezentowanie zróżnicowanego pod względem tematycznym materiału.

Media intensywnie eksploatowały zebrany materiał, wielokrotnie pokazując te same dramatyczne sceny z Włoch, puste przestrzenie miast czy działania laboratoriów, ratowników medycznych i policji. Obecność tych elementów miała wzmagać poczucie strachu w odbiorcach, a jednocześnie miała charakter perswazyjny – jej celem było przekonanie odbiorców do pozostania w domu i przestrzegania obostrzeń. To zapewne wywołało subiektywne przekonanie u wielu osób o zagrożeniach związanych z udziałem w wyborach prezydenckich 10 maja 2020 r. oraz było przyczyną problemów ze znalezieniem wystarczającej liczby chętnych do pracy w Obwodowych Komisjach Wyborczych (Rychard 2020: 4–5). Sytuacja diametralnie zmieniła się w III okresie, gdy temat koronawirusa pojawiał się sporadycznie, a twórcy materiałów podchodzili do niego w mniej emocjonalny sposób.

Od marca 2020 r. informacje na temat koronawirusa i wywoływanej przez niego choroby COVID-19 są ciągle – z różną intensywnością – obecne w mediach. Ich aktualność, wbrew znanej z teorii informacji krótkotrwałości newsa, na razie się nie kończy. Doświadczenie szybko zachodzących zmian, szczególnie tych dotykających życia rodzinnego, zawodowego i edukacji, oraz globalne poczucie braku bezpieczeństwa zdrowotnego mogły ułatwić przyjmowanie sugerowanych przez media postaw i zachowań. Dostrzeżenie oraz opis nowego porządku, widocznego w nowym sposobie funkcjonowania wielu instytucji podczas epidemicznego kryzysu, a także w informujących o nim mediach, być może umożliwi weryfikację podejmowanych przez jednostki i władze różnego szczebla działań mających na celu zmniejszenie skutków pandemii.

Wydaje się również, że diagnoza tego, jakie zmiany zachodziły i jakie nadal zachodzą w funkcjonowaniu społeczeństwa pod wpływem przekazywanych przez media informacji o koronawirusie oraz wywołanej przez niego pandemii, a także ich powiązania z wydarzeniami politycznymi w Polsce, przede wszystkim z wyborami prezydenckimi, może wpływać na większą świadomość społeczną na temat przekazu dziennikarskiego.

Zrekonstruowanie relacji międzyludzkich i życia społecznego jest potrzebne, podobnie jak zdanie sobie sprawy z nasilającego się wpływu polityki na funkcjonowanie społeczeństwa oraz uzależnienia poszczególnych jednostek od mechanizmów władzy w sytuacji zagrożenia oraz pogłębiającej się polaryzacji mediów. To między innymi zadanie dla środków masowego przekazu, opisujących bądź kreujących rzeczywistość. Łączą one przecież zarówno perspektywę wirtualną z realną, jak też aksjologizację z dramatyzacją. Zatem od świadomości odbiorców, której kształtowaniu służy niniejszy raport, zależeć będzie wywierany na nich wpływ przekazu medialnego.

IX. Wykaz użytych skrótów

Skróty nazw słowników:

SJP – *Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Warszawa 1996.

WSJP – *Wielki słownik języka polskiego PAN*, red. P. Żmigrodzki, https://wsjp.pl/index.php?pwh=0.

Skróty tytułów prasowych:

SE – „Super Express”

F – „Fakt”

GW – „Gazeta Wyborcza”

RZ – „Rzeczpospolita”

X. Wykaz rycin

Rycina 1. Widok interfejsu CAST 18
Rycina 2. Książka kodowa w systemie CAST 20
Rycina 3. Polsat, 5.03.2020 39
Rycina 4. Polsat, 5.03.2020 39
Rycina 5. „Fakt", 2.03.2020 42
Rycina 6. „Rzeczpospolita", 19.03.2020 42
Rycina 7. „Gazeta Wyborcza", 19.03.2020 51
Rycina 8. „Gazeta Wyborcza", 6.05.2020 51
Rycina 9. „Gazeta Wyborcza", 12.05.2020 54
Rycina 10. „Rzeczpospolita", 13.03.2020 54
Rycina 11. „Super Express", 21.03.2020 58
Rycina 12. „Fakt", 05.03.2020 58
Rycina 13. „Fakt", 18.03.2020 63
Rycina 14. „Gazeta Wyborcza", 1.04.2020 63
Rycina 15. „Rzeczpospolita", 7.05.2020 67
Rycina 16. „Rzeczpospolita", 16.06.2020 67
Rycina 17. TVP1, 21.04.2020 70
Rycina 18. Polsat, 19.03.2020 70
Rycina 19. TVN, 2.05.2020 71
Rycina 20. TVP1, 14.03.2020 71
Rycina 21. TVN, 21.03.2020 75
Rycina 22. TVP1, 14.03.2020 75
Rycina 23. Polsat, 21.03.2020 75
Rycina 24. TVN, 27.06.2020 75
Rycina 25. „Gazeta Wyborcza", 14.03.2020 76
Rycina 26. „Super Express", 21.03.2020 76
Rycina 27. TVP1, 14.03.2020 77
Rycina 28. TVP1, 14.05.2020 77
Rycina 29. „Rzeczpospolita", 13.03.2020 90
Rycina 30. „Super Express, 14.03.2020 90
Rycina 31. „Rzeczpospolita", 2.03.2020 91
Rycina 32. „Fakt", 13.03.2020 91
Rycina 33. Polsat, 25.03.2020 96
Rycina 34. „Rzeczpospolita", 12.03.2020 97

Rycina 35. „Gazeta Wyborcza", 26.03.2020 97
Rycina 36. „Fakt", 16.03.2020 101
Rycina 37. „Gazeta Wyborcza", 9.04.2020 101
Rycina 38. Polsat, 25.03.2020 102
Rycina 39. TVN, 21.03.2020 102
Rycina 40. TVN, 25.03.2020. 103
Rycina 41. TVN, 21.03.2020 168
Rycina 42. Polsat, 19.03.2020 168
Rycina 43. Polsat, 19.03.2020 169
Rycina 44. TVP1, 15.03.2020 169
Rycina 45. Polsat, 19.03.2020 170
Rycina 46. TVN, 13.03.2020 170
Rycina 47. Polsat, 19.03.2020 170
Rycina 48. TVN, 13.03.2020 171
Rycina 49. TVP1, 15.03.2020 171
Rycina 50. TVN, 13.03.2020 173
Rycina 51. TVN, 19.03.2020 173
Rycina 52. Polsat, 19.03.2020 174
Rycina 53. TVP1, 15.03.2020 175
Rycina 54. TVN, 19.03.2020 175
Rycina 55. Polsat, 2.05.2020 176
Rycina 56. TVN, 13.03.2020 176
Rycina 57. TVN, 21.03.2020 177
Rycina 58. TVP1, 2.07.2020 177
Rycina 59. TVP1, 3.07.2020 177
Rycina 60. TVN, 13.03.2020 179
Rycina 61. Polsat, 18.03.2020 179
Rycina 62. Polsat, 2.05.2020 180
Rycina 63. Polsat, 2.05.2020 180
Rycina 64. Polsat, 2.05.2020 180
Rycina 65. Polsat 2.05.2020 180
Rycina 66. Polsat, 2.05.2020 181
Rycina 67. Polsat, 2.05.2020 183
Rycina 68. TVP1, 2.05.2020 183
Rycina 69. TVP1, 2.07.2020 184
Rycina 70. TVN, 10.07.2020 184

XI. Wykaz wykresów

Wykres 1. Słowa kluczowe w prasie – zestawienie 40
Wykres 2. Słowa kluczowe w serwisach informacyjnych – zestawienie 41
Wykres 3. Słowa kluczowe w prasie – okres I, 4.03.2020–1.04.2020 48
Wykres 4. Słowa kluczowe w prasie – okres II, 20.04.2020–17.05.2020. . 52
Wykres 5. Słowa kluczowe w prasie – okres III, 15.06.2020–12.07.2020 . 55
Wykres 6. Słowa kluczowe w „Wydarzeniach”. 60
Wykres 7. Słowa kluczowe w „Faktach”. 62
Wykres 8. Słowa kluczowe w „Wiadomościach” 65
Wykres 9. Problematyka medyczna – rozkład tematów w serwisach telewizyjnych. 82
Wykres 10. Liczba odwołań do epidemii w Polsce w badanych serwisach informacyjnych 83
Wykres 11. Liczba newsów zawierających odwołania do epidemii w Polsce. 83
Wykres 12. Średnia pozycja newsa przedstawiającego wyłącznie kwestie związane z epidemią w Polsce i na świecie w głównych wydaniach programów informacyjnych. 87
Wykres 13. Liczba newsów przywołujących dane statystyczne dotyczące epidemii w Polsce i na świecie 88
Wykres 14. Liczba newsów mówiących o wybranych zachowaniach społecznych 89
Wykres 15. Liczba newsów odwołujących się do tematyki wyborów politycznych w stosunku do liczby newsów poruszających inne tematy polityczne 92
Wykres 16. Liczba newsów odwołujących się do tematyki wyborów prezydenckich 93
Wykres 17. Liczba newsów zawierająca tematy polityczne inne niż wybory 94
Wykres 18. Newsy zawierające odniesienia do epidemii w Polsce i wyborów prezydenckich 94
Wykres 19. Newsy zawierające odniesienia do epidemii w Polsce i tematyki politycznej innej niż wybory prezydenckie 95
Wykres 20. Newsy podejmujące tematy dotyczące polityki, gospodarki, kultury i sportu 96

Wykres 21. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się eksperci zagraniczni 106
Wykres 22. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się eksperci rodzimi 106
Wykres 23. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się politycy 107
Wykres 24. Liczba newsów, w których w kwestii wyborów prezydenckich wypowiadali się politycy, eksperci medyczni i inni eksperci 108
Wykres 25. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadał się zwykły człowiek 108
Wykres 26. Liczba newsów, w których o własnym doświadczeniu pandemii wypowiadał się zwykły człowiek 109
Wykres 27. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się kandydaci na prezydenta, okres I, 4.03.2020–1.04.2020 109
Wykres 28. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się kandydaci na prezydenta, okres II 110
Wykres 29. Liczba newsów, w których w kwestii pandemii wypowiadali się kandydaci na prezydenta, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 110
Wykres 30. Typy emocji w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020 123
Wykres 31. Typy emocji w newsach poszczególnych serwisów, okres II, 20.04.2020–17.05.2020 129
Wykres 32. Typy emocji w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 136
Wykres 33. Typy emocji uzewnętrznianych przez prowadzącego audycję w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020 142
Wykres 34. Typy emocji uzewnętrznianych przez autora materiału w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020 142
Wykres 35. Typy emocji uzewnętrznianych przez dziennikarza w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020 143

Wykres 36. Typy emocji uzewnętrznianych przez polityka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 4.03.2020–1.04.2020 143
Wykres 37. Typy emocji uzewnętrznianych przez eksperta medycznego w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020 144
Wykres 38. Typy emocji uzewnętrznianych przez innego eksperta w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020. 144
Wykres 39. Typy emocji uzewnętrznianych przez zwykłego człowieka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020 145
Wykres 40. Typy emocji uzewnętrznianych przez prowadzącego audycję w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020 146
Wykres 41. Typy emocji uzewnętrznianych przez autora materiału w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020 146
Wykres 42. Typy emocji uzewnętrznianych przez dziennikarza w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020 147
Wykres 43. Typy emocji uzewnętrznianych przez polityka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020 147
Wykres 44. Typy emocji uzewnętrznianych przez eksperta medycznego w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020 148
Wykres 45. Typy emocji uzewnętrznianych przez innego eksperta w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020 148
Wykres 46. Typy emocji uzewnętrznianych przez zwykłego człowieka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020 149
Wykres 47. Typy emocji uzewnętrznianych przez prowadzącego audycję w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 150

Wykres 48. Typy emocji uzewnętrznianych przez autora materiału w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 150
Wykres 49. Typy emocji uzewnętrznianych przez dziennikarza w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 151
Wykres 50. Typy emocji uzewnętrznianych przez polityka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 151
Wykres 51. Typy emocji uzewnętrznianych przez eksperta medycznego w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 152
Wykres 52. Typy emocji uzewnętrznianych przez innego eksperta w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 152
Wykres 53. Typy emocji uzewnętrznianych przez zwykłego człowieka w newsach poszczególnych serwisów informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 153
Wykres 54. Leksemy nazywające STRACH w nagłówkach artykułów z ogólnopolskich dzienników, okres I, 4.03.2020–1.04.2020. 157
Wykres 55. Leksemy nazywające STRACH w nagłówkach artykułów z ogólnopolskich dzienników, okres II, 20.04.2020–17.05.2020 160
Wykres 56. Leksemy nazywające STRACH w nagłówkach artykułów z ogólnopolskich dzienników, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 163

XII. Wykaz tabel

Tabela 1. Udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji oraz newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji w poszczególnych serwisach informacyjnych, okres I, 4.03.2020–1.04.2020 124
Tabela 2. Udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji oraz newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji w poszczególnych serwisach informacyjnych, okres II, 20.04.2020–17.05.2020 130
Tabela 3. Udział procentowy newsów niezawierających leksykalnych wskaźników emocji oraz newsów zawierających leksykalne wskaźniki emocji w poszczególnych serwisach informacyjnych, okres III, 15.06.2020–12.07.2020 137
Tabela 4. Udział procentowy newsów nacechowanych emocjonalnie w poszczególnych serwisach informacyjnych w trzech badanych okresach 140
Tabela 5. Liczba newsów tematycznie związanych z COVID-19 w poszczególnych serwisach informacyjnych w trzech badanych okresach 140
Tabela 6. Udział procentowy newsów tematycznie związanych z COVID-19 w poszczególnych serwisach informacyjnych w poszczególnych serwisach 141
Tabela 7. Liczba newsów w poszczególnych serwisach informacyjnych zawierających emocje komunikowane/wyrażane przez speakera w trzech badanych okresach 155

XIII. Wykaz przywoływanych prac

Antas J., Kraśnicka-Wilk I., 2020, *Metonimia gestyczna*, w: *Między słowem a obrazem*, red. J. Winiarska, A. Załazińska, Kraków, s. 25–41.

Baranowska-Szczepańska M., 2010, *Dziennikarstwo w pytaniach i odpowiedziach*, Poznań.

Barthes R., 2006, *Retoryka obrazu*, w: *Ut pictura poesis*, red. M. Skwara, S. Wysłouch, tłum. Z. Kruszyński, Gdańsk, s. 139–158.

Bartmiński J., 2006, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin.

Bartmiński J., 2009, *Język symbolem tożsamości narodowej i świadectwem otwartości*, w: idem, *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, Lublin, s. 11–31.

Bartmiński J. (red.), 2006, *Język, wartości, polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, Lublin.

Bartmiński J., 2011, *O stereotypach i profilowaniu słów kilka*, w: *Stereotypy – walka z wiatrakami?*, red. A. Bujanowska, J. Szadura, Lublin, s. 33–51.

Bartmiński J., 2008, *Wartości i ich profile medialne*, w: *Ideologie w słowach i obrazach*, red. I. Kamińska-Szmaj, T. Piekot, M. Poprawa, Wrocław, s. 23–41.

Bartmiński J., 2016, *Słowa klucze, kulturemy, koncepty kulturowe*, „Przegląd Humanistyczny", nr 3 (454), s. 21–30.

Bauer Z., 2000, *Gatunki dziennikarskie*, w: *Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, wyd. zmien. i rozsz., Kraków, s. 143–173.

Bortnowski, S., 2003, *Warsztaty dziennikarskie*, Warszawa.

Borzdyńska J., 2020, *Działania komunikacyjne PGE Narodowego w dobie pandemii koronawirusa*, w: *Koronawirus wyzwaniem współczesnego społeczeństwa. Media i komunikacja społeczna*, red. K. Marcinkiewicz, P. Nowak, D. Popielec, M. Wilk, Kraków–Wrocław, s. 165–183.

Bralczyk J., 2004, *Język na sprzedaż, czyli o tym, jak język służy reklamie i jak reklama używa języka*, Gdańsk.

Bralczyk J., Majkowska G., 2000, *Język mediów – perspektywa aksjologiczna*, w: *Język w mediach masowych*, red. J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska, Warszawa, s. 43–50.

Bralczyk J., Musiołek-Kłosińska K. (red.), 2001, *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych*, Warszawa.

Buława M., 2008, *Konotacja semantyczna jako środek wyrażania sądów wartościujących w tekstach prasowych*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego", z. LXIV, Kraków, s. 173–183.

Burda J., 2012, *Prawda i kłamstwo w wypowiedziach populistycznych*, „Słowo. Studia Językoznawcze", nr 3, s. 56–62.

Cierpich-Kozieł A., 2020, *Koronarzeczywistość – o nowych złożeniach z członem* korona *– w dobie pandemii*, „Język Polski", z. 4, s. 102–117.

Ciszewski W., Flis J., 2020, *Nieudane samobójstwo polityczne: ustawa o powszechnym głosowaniu korespondencyjnym w wyborach prezydenckich 2020*, „Studia Socjologiczno-Polityczne. Seria Nowa", nr 1, s. 99–120.

Crystal D., 1980, *Prozodyczne i parajęzykowe korelaty kategorii społecznych*, w: *Język i społeczeństwo*, red. M. Głowiński, Warszawa, s. 139–168.

Chyliński M., 2015, *Poszukiwanie informacji w dziennikarskich działaniach komunikacyjnych*, Opole.

Dobek-Ostrowska B., 2019, *Polish Media System in a Comparative Perspective. Media in Politics, Politcs in Media*, Berlin.

Doliński D., 2007, *Mechanizmy wzbudzania emocji*, w: *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 2: *Psychologia ogólna*, red. J. Strelau, wyd. 2, Gdańsk, s. 319–349.

Duda H., 2020, *Koronawirus czy koronowirus?*, blog Lingwistykon, https://tinyurl.com/2hzt45hh [dostęp: 30.06.2021].

Eder M., 2016, *Słowa znaczące, słowa kluczowe, słowa zbiory. O statystycznych metodach wyszukiwania wyrazów istotnych*, „Przegląd Humanistyczny" nr 3 (454), s. 31–45.

Flasiński K., 2020, *Kościół katolicki i jego społeczność na łamach serwisu internetowego „Gazety Wyborczej" podczas epidemii COVID-19*, „Kultura – Media – Teologia", nr 43, s. 65–87.

Flis J., 2014, *Głos i rozgłos. Medialne i systemowe determinanty indywidualnego wyniku wyborczego liderów list*, „Zeszyty Prasoznawcze", nr 2, s. 203–220.

Fras J., 1999, *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław.

Frydrych-Depka A., *Prawo do informacji o wyborach*, „Studia Wyborcze" 2018, t. 25, s. 57–70.

Gajda S., 2010, *Nowe media w perspektywie lingwistycznej*, w: *Styl – dyskurs – media*, red. B. Bogołębska, M. Worsowicz, Łódź, s. 25–31.

Galtung J., Ruge M.H., 1965, *The Structure of Foreign News*, „Journal of Peace Research", nr 2, s. 64–91.

Gębka-Wolak M., 2021, *Jak polszczyzna radzi sobie z koronawirusem? O środkach językowych wykorzystywanych do opisu rzeczywistości w czasie pandemii*, https://dyskursidialog.org/2021/03/19/ [dostęp: 30.06.2021].

Goban-Klas T., 1999, *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa–Kraków.

Goban-Klas T., 2020, *Media w płynnej pandemii 2020. Komunikacja w czasie lockdownu: oddzielnie, ale razem*, „Studia Medioznawcze", t. 21, nr 4, s. 718–733.

Grabias S., 1980, *Ekspresywność w strukturze znaczeniowej wypowiedzi, wyrazów i formantów*, „Poradnik Językowy", z. 9–10, s. 476–488.

Grabias S., 1981, *O ekspresywności języka. Ekspresja a słowotwórstwo*, Lublin.

Grabias S., 2001, *Język w zachowaniach społecznych*, wyd. 2 popr., Lublin.

Grabias S., 2019, *Ekspresja a logopedia. Emocje w strukturze wypowiedzi. Metodologiczne założenia badań*, „Logopedia", t. 48/2, s. 47–56.

Grażul-Luft A., 2020, *O ewolucji znaczeniowej wyrazu „zdalny" w dobie pandemii koronawirusa*, „Poradnik Językowy", z. 8, s. 81–91.

Grzegorczykowa R., 1978, *Struktura semantyczna wyrażeń ekspresywnych*, w: *Z zagadnień słownictwa współczesnego języka polskiego*, red. M. Szymczak, Wrocław, s. 117–123.

Grzelka M., Kula A., 2016a, *Rewolucja czy ewolucja? Przemiany polskiego newsa telewizyjnego*, „Język a Kultura", t. 26, s. 209–219.

Grzelka M., Kula A., 2016b, *Współczesny news telewizyjny – o dwóch strategiach gry w informowanie. Istotność i interwencyjność*, w: *Współczesne media. Media informacyjne*, t. 2, red. I. Hofman, D. Kępa-Figura, Lublin, s. 217–224.

Guiraud P., 1954, *Les caractéres statistiques du vocabulaire*, Paris.

Hodalska M., 2014, *Pandemie w kulturze strachu*, w: *Komunikowanie w ochronie zdrowia – interpersonalne, organizacyjne i medialne*, red. T. Goban-Klas, Warszawa, s. 234–245.

Hodalska M., 2018, *Nadciąga zagłada! Retoryka strachu w polskich mediach na przykładzie prasowych relacji z epidemii ptasiej i świńskiej grypy*, „Kultura – Media – Teologia", nr 32, s. 25–40.

Hodalska M., 2020a, *Internetowe żarty z pandemii koronawirusa w „zbiorowej pamięci zarazy"*, „Kultura – Media –Teologia", nr 41, s. 7–37.

Hodalska M., 2020b, *Koronahumor jako forma komunikacji i „tarcza antydepresyjna". Polskie internetowe żarty wirusowe*, w: *Od modernizacji do mediosfery: meandry transformacji w komunikowaniu: prace ofiarowane dr. hab. Ryszardowi Filasowi*, red. A. Cieślikowa, P. Płaneta, Kraków, s. 339–364.

Hogan K., 2000, *Psychologia perswazji. Strategie i techniki wywierania wpływu na ludzi*, tłum. A. Dziuban, Warszawa.

Hopfinger M., 2010, *Literatura i media. Po 1989 roku*, Warszawa.

Hopfinger M., 2013, *Czy obraz wypiera słowo?*, w: *Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych*, red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, K. Groń, Warszawa, s. 11–14.

Kamińska-Szmaj I., 2007, *Agresja językowa w życiu publicznym: leksykon inwektyw politycznych 1918–2000*, Wrocław.

Kampka A., 2017, *Multimodalna analiza dyskursu – ujęcie semiotyczne*, w: *Analiza dyskursu publicznego. Przegląd metod i perspektyw badawczych*, red. M. Czyżewski, M. Otrocki, T. Piekot, J. Stachowiak, Warszawa, s. 95–122.

Karwat M., 2015, *O statusie pojęcia „polityczności"*, „Studia Politologiczne", nr 37, s. 33–49.

Kepplinger H.M., 2008, *Mechanizmy skandalizacji w mediach*, Kraków.

Kita M., Ślawska M. (red.), 2012, *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 1. Stan wiedzy i postulaty badawcze*, Katowice.

Kita M., Ślawska M. (red.), 2013, *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 2. Osobiste – prywatne – intymne w przestrzeni publicznej*, Katowice.

Kita M., Ślawska M. (red.), 2013, *Transdyscyplinarność badań nad komunikacją medialną. T. 3. Tożsamość dziennikarza*, Katowice.

Klebaniuk J., 2003, *Efekt kultywacji. Wpływ telewizji na poglądy*, „Czasopismo Psychologiczne", t. 9, nr 1, s. 99–110.

Kłosińska K., 2020, *Koronawirus*, odpowiedź na pytanie w ramach działań „Poradni Językowej PWN", https://tinyurl.com/mb6cr4ek [dostęp: 30.06.2021].

Kocjan J., 2020, *Wybory w cieniu zarazy. Wpływ pandemii COVID-19 na prawo i praktyki wyborcze w Polsce, Stanach Zjednoczonych i Bawarii*, w: *Koronawirus wyzwaniem współczesnego społeczeństwa. Media i komunikacja społeczna*, red. K. Marcinkiewicz, P. Nowak, D. Popielec, M. Wilk, Kraków–Wrocław, s. 103–118.

Komuda R., Rajda K., Szczepkowski J., 2020, *Zdalni-Solidarni w czasach pandemii koronawirusa. Analiza akcji i inicjatyw użytkowników Internetu w Polsce*, w: *Koronawirus wyzwaniem współczesnego społeczeństwa. Media i komunikacja społeczna*, red. K. Marcinkiewicz, P. Nowak, D. Popielec, M. Wilk, Kraków–Wrocław, s. 199–209.

Kołodziejczak M., 2012, *Język jako przedmiot badań politologicznych*, w: *Od teorii do praktyki politycznej*, red. M. Kołodziejczak, R. Rosicki, Poznań, s. 95–105.

Kołodziejczak M., Wrześniewska-Pietrzak M., [w druku], *The virus on the leash of politics? – media image of SARS-CoV-2 virus during the first wave of pandemic in Poland (preliminary remarks)*.

Kubiński W., 2014, *Obrazowanie a komunikacja. Gramatyka kognitywna wobec analizy dyskursu*, Gdańsk.

Kuligowska K., 2020, *Język w czasach zarazy. O wpływie pandemii na system leksykalny języka polskiego i rosyjskiego*, „Acta Polono-Ruthenica" nr XXV/3, s. 109–125.

Kunczik M., Zipfel A., 2000, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Warszawa, s. 105–146.

Lakoff G., Johnson M., 1988, *Metafory w naszym życiu*, tłum. T.P. Krzeszowski, Warszawa.

Langacker R.W., 2004, *Semantyka językoznawcza*, tłum. A. Głaz, „Etnolingwistyka" 16, s. 29–73.

Laskowska E., 2007a, *Kategorie JA i TY w wartościujących wypowiedziach parlamentarnych*, w: *Antynomie wartości. Problematyka aksjologiczna w językoznawstwie*, red. A. Oskiera, Łódź, s. 99–112.

Laskowska E., 2007b, *Wyrażanie dezaprobaty wobec postawy partnera w dyskursie publicznym (na przykładzie telewizyjnego programu „Prosto w oczy")*, „Przegląd Humanistyczny", nr 1 (400), s. 47–56.

Liberek J., 2020, *Koronaświrus, imię dla dziecka „Covid" czy koronaparty, czyli język w czasach zarazy*, wywiad dla telewizji WTK, https://tinyurl.com/ryh59mtv [dostęp: 30.06.2021].

Loewe I., 2013, *Dyskurs telewizyjny*, w: *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocoń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków, s. 289–311.

Loewe I., 2018, *Dyskurs telewizyjny w świetle lingwistyki mediów*, Katowice.

Lubaś W., 2003, *Polskie gadanie. Podstawowe cechy i funkcje potocznej odmiany polszczyzny*, Opole.

Łaziński M., 2016a, *Słowa klucze – do czego?*, „Przegląd Humanistyczny", nr 3 (454), s. 7–11.

Łaziński M., 2016b, *Słowa klucze polskiego dyskursu publicznego. Słowa dnia i słowa roku*, „Przegląd Humanistyczny", nr 3 (454), s. 75–95.

Łaziński M., 2020a, *Korona (nie tylko wirusa)*, „Słowa na Czasie", https://tinyurl.com/t6kv63ze [dostęp: 30.06.2021].

Łaziński M., 2020b, *Pobieżna lista polskich neologizmów koronnych*, profil publiczny w serwisie Facebook, https://tinyurl.com/s68khz97 [dostęp: 30.06.2021].

Łaziński M., Szewczyk M., 2007, *Słowa klucze w semantyce i statystyce. Słowa tygodnia «Rzeczypospolitej»*, „Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego", t. LXXII, s. 57–68.

Machinek M., 2020, *Czy pandemia koronawirusa jest karą za grzechy?*, strona Wydziału Teologii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, https://tinyurl.com/z45nh54 [dostęp: 30.06.2021].

Magdoń A., 2000, *Reporter i jego warsztat*, Kraków.

Malinowski M., 2020, *Koronawirus*, „Obcy język polski", https://tinyurl.com/ttynd3vn [dostęp: 30.06.2021].

Makowska M., 2021, *Język i obraz wobec koronawirusa. Przyczynek do rozważań nad komunikacją medialną w czasach pandemii*, „Forum Lingwistyczne", nr 8, s. 1–14.

Makowska M., 2019, *„Coś pękło, coś się skończyło". O sposobach werbalizacji i wizualizacji żałoby w tekstach medialnych powstałych po śmierci prezydenta Gdańska Pawła Adamowicza*, „Prace Lingwistyczne", t. XXI/3, s. 119–137.

Marczewska M., 2014, *Wyobrażenia choroby utrwalone w języku polskim*, w: *Gawędy o kulturach I* , red. J. Szadura, Lublin, s. 85–97.

Matczak M., 2008, *Interpretacja prawnicza w świetle semantyki Kripkego-Putnama*, „Państwo i Prawo", nr 6, Warszawa, s. 66–78.

Mayer R., 2005, *Research-Based Principles for Designing Multimedia Instruction*, w: *Applying Science of Learning in Education*: http://hilt.harvard.edu/files/hilt/files/background_reading.pdf [dostęp: 30.03.2021].

McNeill D., 2005, *Gesture and Thought*, Chicago–London.

Mikołajczuk A., 2006, *O wyrażaniu i komunikowaniu uczuć w języku polskim (na przykładzie radości)*, w: *Wyrażanie emocji*, red. K. Michalewski, Łódź, s. 84–93.

Mojżyn N., 2020, *«Ogłuszająca cisza i niepokojąca pustka». Symboliczne znaczenie pustki w przekazach fotograficznych i medialnych z Watykanu w związku z pandemią Covid-19*, „Kwartalnik Naukowy Fides et Ratio", nr 4, s. 235–249.

Mrozowski M., 1989, *Funkcje telewizji w społeczeństwie ze względu na jej zawartość treściową: kształtowanie postaw i zachowań*, „Oświata i Wychowanie", nr 14, s. 19–24.

Mrukowicz J., 2003, *Ciężki ostry zespół oddechowy (SARS)*, „Medycyna Praktyczna", https://tinyurl.com/57zczvtj [dostęp: 28.03.2021].

Nagórko A., Łaziński M., Burkhardt H., 2004, *Dystynktywny słownik synonimów*, Kraków.

Norris P., 2004, *Electoral Engineering*, Cambridge.

Nowakowska-Kempna I., 1995, *Konceptualizacja uczuć w języku polskim. Prolegomena*, Warszawa.

Oatley K., Jenkins J.M., 2003, *Zrozumieć emocje*, tłum. J. Radzicki, J. Suchecki, Warszawa.

Olechnicki K., 2003, *Antropologia obrazu. Fotografia jako metoda, przedmiot i medium nauk społecznych*, Warszawa, s. 277–282.

Ożóg K., 2006, *Język populizmu w polskich kampaniach wyborczych roku 2005*, w: *Style konwersacyjne*, red. B. Witosz, Katowice, s. 206–216.

Ożóg K., 2008a, *Zmiany we współczesnym języku polskim i ich kulturowe uwarunkowania*, „Język a Kultura", t. 20: *Tom jubileuszowy*, red. A. Dąbrowska, t. 20, s. 59–79.

Ożóg K., 2008b, *Język współczesnej polskiej polityki*, „Stylistyka", r. 17, s. 161–184.

Ożóg K., 2013, *O niektórych mechanizmach retorycznych w tekstach populizmu politycznego*, „Poradnik Językowy", nr 6, s. 35–43.

Palczewski M., 2011, *Prawda o newsie. Definicja – granice poznania – konteksty*, w: *Teorie komunikacji i mediów*, t. 4, red. M. Graszewicz, J. Jastrzębski, Wrocław, s. 53–73.

Pastwa R.J., 2020, *Komunikowanie religijne na przykładzie Kościoła katolickiego w Polsce z uwzględnieniem kontekstu pandemii koronawirusa*, „Kultura – Media – Teologia", nr 41, s. 38–60.

Peisert M., 2004, *Formy i funkcje agresji werbalnej. Próba typologii*, Wrocław.

Piekot T., 2006, *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Kraków.

Piela A., 2020, *W cieniu koronawirusa... Historycznie o zarazie i zarazkach*, „Poradnik Językowy", z. 6, s. 97–105.

Pisarek W., 1967, *Poznać prasę po nagłówkach! Nagłówek wypowiedzi prasowej w oświetleniu lingwistycznym*, Kraków.

Pisarek W., 2002, *Słowa sztandarowe*, Kraków.

Pisarek W., 2016, *Słowa ważne i ważniejsze*, „Przegląd Humanistyczny" nr 3, s. 11–20.

Pisarek W., 2003, *Język w prasie*, w: *Warianty języka*, red. J. Bartmiński, J. Szadura, Lublin, s. 248–264.

Poguntke T., Webb P.D., 2005, *The Presidentalization of Politics*, Oxford–New York.

Polak R., 2011, *Oblicza komunikowania wizualnego*, Kraków–Rzeszów––Zamość.

Popielec D., 2019, *Dziennikarstwo śledcze. Istota, funkcjonowanie, perspektywy*, Bydgoszcz. Press-Service Monitoring Mediów, 2020, *Koronawirus. Raport Medialny*, https://publicon.pl/raporty/koronawirus.html [dostęp: 30.03.2021].

Przyłęcki P., 2012, *Populizm w polskiej polityce. Analiza dyskursu polityki*, Warszawa.

Pyrć K., 2015, *Ludzkie koronawirusy*, „Postępy Nauk Medycznych", nr 4B, s. 48–54.

Rejter A., 2006, *Leksyka ekspresywna w historii języka polskiego. Kulturowo-komunikacyjne konteksty potoczności*, Katowice.

Reynolds A., Reilly B., Ellis A., 2005, *Electoral System Design*, Stockholm.

Rose R., McAllister I., 1992, *Expressive versus instrumental voting*, w: *Electoral Politics*, red. D. Kavanagh, Oxford.

Rychard A., Haman J., *Wybory prezydenckie 2020. Kontekst społeczny i polityczny*, raport Fundacji im. Stefana Batorego, https://tinyurl.com/2khm6twj [dostęp: 11.03.2021].

Sambor J., 2001, *Język polski w świetle statystyki*, w: *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, s. 503–526.

Schmitz U., 2015, *Badanie płaszczyzn wizualnych. Wprowadzenie*, w: *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, tłum. M. Makowska, Wrocław–Dresden, s. 57–77.

Schuessler A.A., 2000, *A Logic of Expressive Choice*, Princeton.

Sieradzka-Mruk A., 2016, *„Radość i nadzieja, smutek i trwoga" w nabożeństwie drogi krzyżowej. Wybrane aspekty ewolucji dyskursu religijnego w XX wieku na przykładzie leksyki dotyczącej uczuć*, Kraków.

Skarżyńska K., 2002, *Wpływ telewizji na postawy i decyzje wyborcze oraz ich percepcja*, w: *Jednostka i społeczeństwo. Podejście psychologiczne*, red. M. Lewicka, J. Grzelak, Gdańsk, s. 67–82.

Skowronek B., 2016, *Z perspektywy odbiorcy. O nowym obszarze badań języka w mediach*, „Język Polski", nr 2, s. 11–17.

Smól J., 2018, *Poradnictwo w prasie kobiecej drugiej połowy XX wieku. Studium genologiczne*, Poznań.

Sobczak B., 2010, *Nowe oblicza informacji. O sposobach uatrakcyjniania przekazów informacyjnych na przykładzie „Faktów" TVN*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza", t. XVI (XXXVI), s. 271–295.

Sobczak B., 2016, *News telewizyjny jako akt retoryczny*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica", t. 1(31), s. 97–112.

Sobczak B., 2018, *Retoryka telewizji*, Poznań.

Szczęsna E., 2009, *Znak w cyfrowym świecie. Semiotyczne aspekty komunikacji komputerowej*, w: *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*, red. M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa, s. 272–283.

Ślawska M., 2016, *Grafizacja w prasie, czyli o kilku przykładach organizacji przestrzennej tekstów prasowych*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica" t. 2 (32), s. 131–147.

Świeca L., 2020, *Makiawelizm medyczny – medialna dezinformacja w sprawie maseczek chroniących przed koronawirusem w Polsce*, w: *Koronawirus wyzwaniem współczesnego społeczeństwa. Media i komunikacja społeczna*, red. K. Marcinkiewicz, P. Nowak, D. Popielec, M. Wilk, Kraków–Wrocław, s. 49–65.

Taras B., 2013, *Agresja. Studium semantyczno-pragmatyczne*, Rzeszów.

Tokarski R., 1991, *Poziomy konotacji semantycznej*, w: *Język a kultura: Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne*, red. J. Puzynina, J. Bartmiński, t. 2, Wrocław, s. 45–52.

Tokarski R., 2001, *Słownictwo jako interpretacja świata*, w: *Współczesny język polski*, red. B. Bartmiński, Lublin, s. 343–370.

Twardoch E., 2014, *Losy języka/tekstu i obrazu w nowych mediach – w stronę nowej kultury*, Czasopismo Naukowe „Kultura i Historia", http://www.kulturaihistoria.umcs.lublin.pl/archives/5001 [dostęp: 30.03.2021].

Wiatrowski P., 2010, *Morfologiczne i leksykalne wykładniki negatywnych emocji w „Przewodniku Katolickim" z lat 1895–2005*, Poznań.

Wierzbicka A., 1968, *Miejsce problematyki ekspresji w teorii semantycznej*, „Pamiętnik Literacki", z. 4, s. 97–119.

Wierzbicka A., 1969, *Problemy ekspresji. Ich miejsce w teorii semantycznej*, w: eadem, *Dociekania semantyczne*, Wrocław, s. 33–61.

Wierzbicka A., 2007, *Słowa klucze. Różne języki – różne kultury*, Warszawa.

Witosz B., Sujkowska-Sobisz K., Ficek E. (red.), 2016, *Dyskurs i jego odmiany*, Katowice.

Wojtak M., 2004, *Gatunki prasowe*, Lublin.

Wojtak M., 2010, *Głosy z teraźniejszości. O języku współczesnej polskiej prasy*, Lublin.

Wyka K., 1973, *Słowa-klucze*, w: *Stylistyka polska. Wybór tekstów*, Warszawa, s. 153–167.

Zagórska K., 2018, *Misyjność mediów katolickich na przykładzie Radia Emaus. Studium pragmalingwistyczne*, Poznań.

Zagórska K., 2020, *Media a koronawirus. Perspektywa pragmalingwistyczna*, w: *Recepcja mediów*, red. A. Granat, t. 7, Lublin, s. 9–29.

Zagórska K., 2021, *Media na kwarantannę. Wybrane strategie komunikacyjne*, „Kultura – Media – Teologia", nr 44, s. 60–79.

Załazińska A., 2007, *Po co językoznawcy badania gestów, po co badaniom gestów językoznawca?*, „LingVaria", nr 2 (4), s. 43–52.

Zbieranek J., 2015, *Wiedza o ułatwieniach w głosowaniu przed wyborami prezydenckimi. Komunikat z badań CBOS*, nr 61, Warszawa.

Ziółek M., 2020, *Koronawirus. Eksperci UAM o wirusie*, https://uniwersyteckie.pl/nauka/koronawirus-eksperci-uam-o-wirusie [dostęp: 30.06.2021].

Summary

Since the appearance of the first COVID-19 patient in Poland (4th March 2020), the media image of the disease has had a great impact on many aspects of social life. The initial anxiety and uncertainty that accompanied the first reports were only exacerbated by the fast and uncontrolled spread of the pandemic. The news of the threat to human health and life significantly reduced society's sense of security, disrupted the functioning of many institutions, affected the rules of social life, and brought regulations that considerably limited personal freedoms. In this context it seems crucial to analyze how exactly the Polish media – the major source of information for society – presented the pandemic and the new rules for social life.

To reconstruct the media image of the coronavirus, this study analyzed the content of high circulation dailies in Poland: "Gazeta Wyborcza", "Fakt. Gazeta Codzienna", "Super Express" and "Rzeczpospolita", as well as the main editions of prominent TV news services: "Wiadomości" (TVP), "Wydarzenia" (Polsat) and "Fakty" (TVN). Materials containing the keywords *COVID-19*, *SARS-CoV-2*, *coronavirus*, *virus*, *pandemic* and *epidemic* were extracted from the available media content in three four-week study periods: 4th March – 1st April 2020, 20th April – 17th May 2020, and 15th June – 12th July 2020, representing different phases of the spread of the coronavirus in Poland and the socio-political situation in the country. The study was carried out using CAST, a computer system supporting the analysis of media content which had been developed at the Faculty of Political Science and Journalism of Adam Mickiewicz University in Poznań, as well as print press excerpts prepared by PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o.

The results of the analysis show that during the pandemic, the media were seeking to find the most appropriate forms to capture the current situation in medical, biological, legal, economic or political perspectives. Most significant were thematic changes in programming, content, as well as the language and style used to describe the pandemic. Visual communication elements, e.g., showing empty public spaces in newspapers and TV news, the use of graphs with statistics in news programs, or non-verbal mechanisms of inducing fear in viewers were also significant. Finally, it was also crucial the terms that were used to describe the coronavirus and how frequently it was mentioned in statements from selected political actors,

journalists, specialists and ordinary people. Importantly, the media image of the coronavirus not only influenced social behavior, but also entered the domain previously occupied only by experts – scientists, doctors, lawyers. From that point, it was the politicians who were treated as the source information on the medical and legal aspects of the disease.

The coronavirus was often depicted not only as an enemy against which humanity fought an unequal battle, but also as a catastrophe, an element that took a deadly toll. It appeared in military metaphors that were intended to evoke a responsible behavior in viewers. Sometimes the materials also intended to evoke a sense of pride, as in TVP1, a TV channel controlled by the government, where the positive evaluation of the Polish response to the pandemic was juxtaposed with the vision of Europe and the rest of the world as losing the battle against the virus. Finally, the co-occurrence of information on the pandemic and the current political issues, especially related to the period of the presidential election, testify to the politicization of the coronavirus image in media messages.

Raport poznańskich badaczy o medialnym obrazie koronawirusa i jego społecznym oddziaływaniu, w tym zastosowana w badaniu metodologia, z pewnością zainteresuje zarówno językoznawców, jak i socjologów, politologów, medioznawców, słowem – wszystkich, którzy zajmują się w swoich dociekaniach naukowych dyskursem medialnym. Praca może być także inspirującą lekturą dla studentów kierunków społeczno-humanistycznych, a także ważnym punktem odniesienia dla praktyków mediów: dziennikarzy, polityków i tzw. ekspertów medialnych, a więc tych osób, które mają realny wpływ na to, jaki obraz świata kreowany jest w mediach. Publikacja badaczy z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu dobitnie pokazuje bowiem, jak obraz świata prezentowany w prasie i telewizji może wpływać na rzeczywistość.

dr hab. Ewa Szkudlarek-Śmiechowicz, prof. UŁ

Praca może także wspierać wszelkie przedsięwzięcia z zakresu szeroko rozumianej pedagogiki społecznej nakierowane na utrzymanie spójności społecznej w sytuacji, gdy jest ona zagrożona przez wymykające się kontroli wydarzenie rodzące głównie lęk, strach, niepewność (to wynika wprost z przedstawionych w pracy analiz).

dr hab. Rafał Zimny, prof. UKW