

dr Magdalena Hopej-Tomaszycka

Akademia Wojsk Lądowych w Wrocławiu

ORCID: 0000-0002-1970-7300

https://doi.org/10.29316/9788368103243_9

MEDIA PODSTAWĄ KOMUNIKACJI W SYTUACJACH KRYZYSOWYCH

MEDIA AS THE FOUNDATION OF COMMUNICATION IN CRISIS

Streszczenie

Komunikacja to wymiana różnego rodzaju przekazów, zawierających informacje, oceny i sugestie działania, dzięki którym uzgadniane jest stanowisko obu stron. Obie strony prowadzą wymianę informacji, przekonują się wzajemnie do podjęcia pewnych decyzji. Komunikowanie się ma na celu doprowadzenie do takich zmian w percepcji partnera, jego poglądach, emocjach, zainteresowaniach, aby doszło do uzgodnienia stanowisk obu stron, szczególnie w sytuacjach kryzysowych i polega na słownym lub bezsłownym przesyłaniu informacji między nadawcą i odbiorcą za pomocą określonego systemu znaków. Procesy komunikacji mają za zadanie usprawnienie przepływu informacji w czasie sytuacji kryzysowych i powinny być stosowane w celu szybszego ich zakończenia, wzmacniając zależność między uczestnikami, współzawodnictwo oraz współpracę, które rzutują na późniejsze relacje interpersonalne i je kształtują. Bardzo ważnym elementem wspomagającym są media. Niniejszy rozdział dotyczy funkcji mediów w społeczeństwie i ujmuje je jako jeden z elementów komunikacji, w sytuacjach kryzysowych. Autorka wychodzi z założenia, że komunikacja społeczna nie może się obejść bez mediów (bez mediów jej nie ma i odwrotnie), a zatem jest zawsze „medialna”. Celem rozdziału jest przedstawienie roli mediów i środków przekazu masowego w sytuacji kryzysowej oraz wskazanie na wieloaspektowość znaczeniową pojęcia medium/media, a przy tym na wielość funkcji i dokonań mediów względem systemów społecznych.

Słowa kluczowe: bezpieczeństwo, sytuacja kryzysowa, komunikacja, środki masowego przekazu

Abstract

Communication is the exchange of various types of messages containing information, evaluations, and suggestions for action, through which the positions of both parties are negotiated. Both sides engage in an exchange of information, persuading one another to make certain decisions. The purpose of communication is to bring about changes in the partner's perception, views, emotions, and interests, to achieve a convergence of positions, particularly in crisis. Communication involves the verbal or non-verbal transfer of information between sender and receiver through a defined system of signs. Communication processes are intended to improve the flow of information during crises and should be employed to accelerate their resolution. They also strengthen interdependence, competition, and cooperation among participants, shaping subsequent interpersonal relations. Media constitute a crucial element supporting these processes. This chapter examines the function of media in society and treats them as one of the essential elements of communication in crisis. The author assumes that social communication cannot exist without media (without media there is no communication, and vice versa) and therefore is always „mediated”. The aim of the chapter is to present the role of media and mass communication tools in crisis and to highlight the multidimensional meaning of the concept of medium/media, along with the multiplicity of functions and contributions of media to social systems.

Keywords: security, crisis, communication, mass media

Wstęp

W dzisiejszych czasach informacja jest wszechobecna. Idąc ulicą jesteśmy zalewani ogromną ilością informacji, mniej bądź też bardziej ważną. Dzięki globalizacji i postępowi technologicznemu poczyniliśmy ogromny krok na przód w procesie komunikowania się, analizy, magazynowaniu, ocenianiu, zdobywaniu jak i kreowaniu informacji. Na przełomie wieków pojawiły się też nowe metody docierania z informacją do coraz to większej ilości odbiorców. Informacja jest ważna dla podmiotów takich jak naród, społeczeństwo, jednostka, w odniesieniu do aspektów politycznych, ekonomicznych, gospodarczych oraz militarnych. Dzięki rozwojowi mass mediów forma informacji również ulegała zmianie, od gołębi pocztowych po e-maile, od znaków na kamiennych tablicach po e-booki. Trudno sobie jest wyobrazić co przyniosą nam kolejne lata, być może e-maile i ebooki będą tylko kartą historii, a informacja będzie przekazywana bezpośrednio do naszego mózgu niczym dane zapisywane na dysk

komputera przez sieć bezprzewodową, która będzie ogarniała swym zasięgiem całą kulę ziemską. To jedynie spekulacje rodem z filmów science fiction, ale ile takich „bajkowych” gadżetów weszło do użytku codziennego, strach pomyśleć co może wydarzyć się dalej. Tak – strach, ponieważ ile jest możliwości manipulacji informacją na dziś? W natłoku informacji trudno jest określić, która jest bardziej poprawna, którą należy odrzucić, a która jest warta zapisania. Ile jednostek tyle samo form interpretowania wiadomości i obiektywizmu. Wraz z rozwojem wiążą się też sposoby manipulowania i zniekształcania informacji. Wystarczy jeden błąd lub też celowe działanie mediów w podaniu informacji, a skutki tego mogą być też ogromne.

Z informacją należy postępować rozważnie i każde oznajmienie jej dla grona odbiorców powinno być poparte rzetelnym źródłem. Dzisiejsze oraz przyszłe konflikty militarne, gospodarcze, ekonomiczne i społeczne mogą się odbywać wyłącznie w oparciu o manipulację informacją.

Celem opracowania jest przedstawienie tego jaką rolę odgrywają media i środki przekazu masowego w sytuacji kryzysowej. Tak postawiony cel pracy zrealizowano w oparciu o teoretyczne podstawy zawarte w literaturze przedmiotu oraz własne doświadczenia związane z zagrożeniami.

Głównym problemem badawczym jest pytanie: czy sposób przekazywania informacji o zagrożeniu ma wpływ na poczucie bezpieczeństwa?

Hipotezę roboczą stanowi stwierdzenie, należy przypuszczać, że sposób przekazywania informacji, poprzez różnego rodzaju środki masowego przekazu, mają wpływ na poczucie bezpieczeństwa.

Charakterystyka środków masowego przekazu

Potrzeby informacyjne to jedno z szczególnej kategorii potrzeb. Zdaniem M. Szulczewskiego informacja jest to część wiedzy przekazywanej we wszelkich formach komunikowania się ludzi, która jest przez nich wykorzystywana do aktualnego orientowania się i działania w otaczającym uch świecie¹. Można sądzić, że istnieje związek między jednostką a chęcią orientowania się w danej sytuacji. Zdaniem W. Sonczyka², opiniotwórcza rola mass mediów wyrażana jest najlepiej w czasopismach opinii. Realizowana jest głównie w formie

¹ M. Szulczewski, *Informacja społeczna*, Książka i Wiedza, Warszawa 1979, s. 7.

² W. Sonczyk, *Media w Polsce: zarys problematyki*, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 1999.

publikacji o charakterze publicystycznym, czyli zaliczamy do nich analityczne teksty dziennikarskie, zawierające, poglądy i uwagi różnych autorów. Urzeczywistnienie oraz kształtowanie opinii publicznej widać też w gatunkach medialnych, jak felietony, komentarze, wywiad czy dyskusje redakcyjne z udziałem ekspertów³. Funkcje mass mediów nie można zaliczyć jedynie do funkcji informacyjnej czy opiniotwórczej, nie można zapomnieć o kreowaniu rzeczywistości, a także nakłanianie do podejmowania pewnych kroków. Razem z pytaniami o to, jakie interpretację rzeczywistości kształtują media masowe, pojawia się pytanie o obiektywizm. Jest to pojęcie podstawowa i jednocześnie trudne do zdefiniowania. W uproszczeniu można powiedzieć, że obiektywizm to przedstawianie rzeczywistości takiej, jaką ona jest. Tymczasem obserwacje wskazują na to, że ile osób uczestniczy w danym zdarzeniu, tyle jest jego interpretacji⁴.

Środki masowego przekazu⁵ tworzą solidną podstawę systemu komunikowania się w kulturze masowej i określają jej charakter. Z początkiem XIX w. zaczęła się rozwijać prasa, w latach 20-tych XX w. rozwinął się film, w latach 30-tych radio, a w 50-tych telewizja. Na rozwój medialnych miał wpływ szereg wynalazków takich jak prasa czy druk kolorowy. Do środków masowego przekazu zalicza się prasę, radio, telewizję, fonografię (płyty, kasety), filmy, Internet. Obecnie nikt nie wątpi, że media wpływają na postępowanie i rozwój człowieka, a także zbiorowości społecznych.

Media pełnią dużą rolę społeczną, są ważnym i rozwijającym się sektorem życia zbiorowego oraz działalności gospodarczej. Media to jeden z instrumentów kontroli, zarządzania czy władzy społecznej. Opinia publiczna to poglądy, oceny, nastawienia i sądy, dotyczące aktualnego stanu rzeczy, jest ona na tyle uległa, że powoduje reakcje grup i środowisk na zachowanie się.

Prasa zgodnie z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej⁶, korzysta z wolności wypowiedzi i urzeczywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej, ponad to

³ M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza ASPRA, Warszawa 2001, s. 151.

⁴ M. Kunczik, A. Zipfel, *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2000, s. 106.

⁵ K. Wyszogrodzki, *Środki masowego przekazu – czym są mass media?*, portal ebizneskrokpokroku.pl, <https://ebizneskrokpokroku.pl/podstawy/srodki-masowego-przekazu-czym-sa-mass-media>, [dostęp: 20.06.2024].

⁶ *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, uchwalona 2 kwietnia 1997 roku.

prasa jest zobowiązana do prawdziwego przedstawiania omawianych zjawisk, nie może ich w żaden sposób zmieniać lub przekształcać niezgodnie z prawdą lub stanem faktycznym. W przypadku sytuacji kryzysowych bądź innych ważnych stanach redaktor naczelny gazety jest zobowiązany opublikować nieodpłatnie, w miejscu i w czasie właściwym ze względu na tematykę i charakter publikacji, komunikat urzędowy pochodzący od naczelnych i centralnych organów państwowych, w tym pochodzący od naczelnych i centralnych organów administracji państwowej, jeżeli został nadesłany przez rzecznika prasowego rządu ze wskazaniem, że publikacja jest obowiązkowa.

Sytuacja kryzysowa a media

Współcześnie bez mediów nie ma kryzysu. Kryzys jest to „okres załamania, przesilenia i potencjalnego przełomu w funkcjonowaniu danego systemu społecznego lub politycznego”⁷. Media mają obowiązek i zdolność relacjonowania przebiegu zdarzeń. Nadmierne zainteresowanie określoną sytuacją sprawić może, że stanie się ona kryzysem. Prowokacje medialne sprawiają, że zdarzenia kryzysowe rozwijają się, ale także ich koniec może być nagły. Przedsiębiorstwa w obliczu kryzysu tną koszty promocyjne jak i ludzkie, a popyt reklamodawców wywołać może krach na rynku mediów.

W sytuacjach takich jak katastrofy, zamieszki, rozruchu i klęski żywiołowe społeczeństwo odczuwa potrzebę szybkiej i wiarygodnej informacji oraz bezstronnej analizy i oceny sytuacji. Sytuacje kryzysowych – „zespół okoliczności zewnętrznych i wewnętrznych, wpływających na dany układ w taki sposób, iż zaczynają się i trwają w nim zmiany. Rezultatem tych zmian może być jakościowo nowy układ lub nowa struktura i funkcja w układzie istniejącym”⁸, powstają zazwyczaj nagle, bez uprzedzenia. W takich sytuacjach rola mediów na rzecz realizacji prawa społeczeństwa do rzetelnej informacji ujawnia się ze szczególną siłą. Istnieje wiele narzędzi, które można zastosować w komunikacji kryzysowej. Podstawową z nich jest oświadczenie. Forma ta jest najszybsza w informowaniu. W każdej organizacji powinny zostać wcześniej przygotowane szablony, z których można skorzystać.

⁷ Kryzys, portal encyklopedia.pwn.pl, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/kryzys;4011371.html>, [dostęp: 20.06.2025].

⁸ *Sytuacja kryzysowa*, portal wikipedia.org, https://pl.wikipedia.org/wiki/Sytuacja_kryzysowa, [dostęp: 20.06.2025].

Skupmy się na sytuacji zamieszek i rozruchów. Reporterzy powinni z podjąć wszelkie działania, aby jak najszybciej dostarczyć pełnej informacji, koncentrować się na otrzymaniu i przekierowaniu informacji, zachować spokój, nie opowiadać się po żadnej ze stron, nie ulegać emocjom i nie przekazywać ich odbiorcom. W sytuacjach kryzysowych stacje telewizyjne często przypominają podobne wydarzenia z przeszłości i wykorzystują materiały archiwalne. Dobór zdjęć wymaga wrażliwości, gdyż nadmiar scen śmierci i nieszczęścia może pogłębić grozę sytuacji, pamiętajmy też, że powinien widnieć napis *nagrania archiwalne*. Publicyści powinni w sposób bezstronny analizować przebieg i przyczyny wydarzeń, przywrócić spokój i usunięcie jego skutków oraz sposób wykonywania ich obowiązków itp. Redaktorzy powinni kierować pracą reporterów i publicystów. Powinni podejmować decyzje o miejscu i sposobie przekazania informacji, komentarzy i analiz w taki sposób, by w pełni zrealizować zadania mediów. Wszystkie działania powinny być opracowane według zaczynając od etyki dziennikarskiej po prawo prasowe i kończąc na innych przepisach prawa. W przypadku zamieszek reporterzy powinni, używać nieoznaczonych samochodów, a sprzęt filmowy instalować tak, by jego obecność nie zagrzewała do grania pod kamerę. Często bywa tak że, mikrofony, kamery i światła wpływają na zachowanie tłumu. Nagranie powinno zawierać wydarzenia z obu punktów widzenia – „złej i dobrej”. Reporter obecny na miejscu wydarzenia powinien bez wdawania się w spekulacje o przyczynach, potencjalnych skutkach wydarzeń i charakterze zagrożenia. Kontaktowanie się z uczestnikami wydarzeń powinno być ograniczone, aby nie sugerować ani nie wpływać w jakikolwiek sposób na ich zachowanie. Nie powinno się też podawać szczegółów na temat dokładnego miejsca zajść. Dziennikarze powinni słuchać poleceń sił porządkowych.

Skupiając się z na wypadkach, katastrofach, klęskach żywiołowych należy zaznaczyć, że doniesienia o wcześniej wymienionych wydarzeniach powinny szybko trafić do mediów, podając jak najwięcej szczegółów zajścia mogących określić podstawowe zagadnienia: co, gdzie, kiedy, dlaczego, jak długo? Wiadomości o klęskach żywiołowych powinny być oparte na starannym rozeznaniu sytuacji⁹.

⁹ *Usuwanie skutków klęsk żywiołowych*, portal gov.pl, <https://www.gov.pl/web/mswia/usuwanie-skutkow-klask-zywiolowych>, [dostęp: 20.06.2025].

Działania mediów w sytuacji kryzysowej

Służby oraz sztaby i centra kryzysowe przygotowują się nieustannie do działania w sytuacjach kryzysowych. Całe zastępy policjantów, strażaków, ratowników, pracowników sztabów antykryzysowych i innych profesjonalistów angażowanych w akcje ratunkowe ciągle aktualizują swoją wiedzę i umiejętności zawodowe w toku licznych ćwiczeń, symulacji, próbnych alarmów i różnego rodzaju szkoleń. Specjaliści z tych jednostek opracowują oraz aktualizują procedury i plany działania służb na wypadek różnego rodzaju katastrof oraz wypadków. Działania te są konieczne w sferze kontaktów z mediami, tak aby w razie zaistnienia sytuacji kryzysowej uruchamiać opracowane wcześniej i znane zarówno służbom, jak też przedstawicielom mediów procedury. Dzięki temu udaje się uniknąć chaosu informacyjnego, a energię i siłę ludzi skierować na działania potrzebne w akcji, a nie marnować ich na szukanie kontaktów i tworzenie potrzebnych procedur, informacji oraz dokumentów. Do najważniejszych działań, które można podjąć zanim pojawi się sytuacja kryzysowa, przedstawić należy:

- powołanie koordynatora ds. kontaktów z mediami i zespołu,
- budowanie relacji z mediami,
- budowanie procedur działania na wypadek zdarzeń kryzysowych,
- przygotowanie informacji.

Działania podejmowane z mediami powinny być koordynowane przez jedną, bardzo dobrze dobraną i przygotowaną do tego zadania osobę. Osoba ta powinna być dużo wcześniej przeszkolona i systematycznie przygotowywana do swojego zadania, aby w sytuacji kryzysowej uniknąć konsekwencji przypadkowości i błędów. Osoba ta powinna posiadać kluczowe cech i umiejętności¹⁰:

- musi być to osoba odporna na stres i umiejąca kontrolować swoje emocje, dobrze radząca sobie w trudnych sytuacjach;
- powinna to być osoba z doświadczeniem zawodowym oraz z pewną formalną pozycją w służbach umożliwiającą jej dostęp do najważniejszych osób i informacji oraz duży stopień decyzyjności, tak by jej działania w toku akcji były szybkie i skuteczne, a przez to wiarygodne w oczach mediów i opinii publicznej;

¹⁰ *Kompetencje kluczowe: Omówienie, lista i przykłady w edukacji i na rynku pracy*, portal careerup.pl, <https://share.google/XUVStL277BH5BWhnC>, [dostęp: 20.06.2025].

- musi to być osoba o wysokim poziomie wiedzy merytorycznej z zakresu działalności służb ratunkowych i pomocniczych, o których działaniu ma mówić;
- powinna to być osoba o wysokim poziomie umiejętności interpersonalnych, łatwo i swobodnie radząca sobie w relacjach z ludźmi, umiejąca nawiązać kontakt i radzić sobie w rozmowie z różnymi ludźmi;
- musi to być osoba, której kompetencje i wiedza nie będą niezbędne bezpośrednio w toku akcji ratowniczej, osoba, której zadaniem w czasie sytuacji kryzysowej będzie wyłącznie kontakt z mediami i inne służące temu głównemu zadaniu czynności.

Właściwie zorganizowane relacje z mediami przed i w toku sytuacji kryzysowej to zasługa wcześniejszego wybór koordynatora i dobre przygotowanie go do jego roli. Ludzie mediów¹¹, poznając taką osobę dużo wcześniej i nawiązując z nią dobry kontakt, mają źródło informacji gotowe do natychmiastowego uruchomienia w sytuacji kryzysowej. Oprócz osoby koordynatora warto wcześniej określić skład zespołu przeznaczonego do obsługi mediów i pracy z mediami w toku sytuacji kryzysowej.

Podstawą jest dobrą sieć relacji z mediami i osobami w mediach zajmującymi się problematyką sytuacji kryzysowych a zajmują się tym szczególnie sztaby i centra kryzysowe.

Dziennikarzy zajmujących się relacjonowaniem i opisywaniem zdarzeń kryzysowych należy poznać, nawiązać z nimi bliskie relacje, ustalić dogodnie dla obu stron, szybkie i niezawodne formy kontaktu i komunikowania w nagłych przypadkach. Należy ciągle aktualizować listę tych kontaktów oraz starać się, by były to relacje funkcjonalne, a nie fikcyjne, istniejące tylko na papierze. Służyć temu może stała wymiana informacji o wszystkim, co dzieje się w związku z przygotowaniem służb do działań w sytuacjach kryzysowych. Wszystkie szkolenia, alarmy próbne, ćwiczenia oraz spotkania robocze przedstawicieli służb powinny być mediom oznajmiane, a dobrze przygotowana informacja o tych wydarzeniach stale dostarczana i dostępna, gdy zachodzi taka potrzeba.

¹¹ TOP30 Wirtualnych Mediów. To oni liczą się w polskich mediach, portal wirtualnemedia.pl, <https://www.wirtualnemedia.pl/artukul/top30-wirtualnych-mediow-to-oni-dzis-licza-sie-w-mediach>, [dostęp: 20.06.2025].

Opracowanie szybkich, jasnych, prostych i skutecznych procedur kontaktu na linii służby – media, które mogą być uruchomione na wypadek wystąpienia sytuacji kryzysowej to kolejne działanie, które należałoby podjąć w okresie przed wystąpieniem zdarzeń kryzysowych. Procedury te powinny być budowane w oparciu o kilka podstawowych zasad, wymienić można¹²:

- zasadę prostoty i szybkości – co oznacza, że procedury te muszą zapewniać szybkość przepływu informacji niezbędną w warunkach kryzysowych oraz być proste i łatwe do zastosowania,
- zasadę transparentności – procedury te i ustalenia powinny być jawne, nie powinny zawierać ustaleń o charakterze tajnym oraz elementów „prywatnych”, nieformalnych ustaleń między porozumiewającym się osobami,
- zasadę podporządkowania – określającą nadrzędność interesów toczącej się akcji ratunkowej i podporządkowanie im wszelkich działań wynikających z procedur kontaktów z mediami,
- zasadę ochrony interesu osób – podporządkowującą te procedury wynikające z nich działania interesowi osób prywatnych, uczestniczących w zdarzeniach kryzysowych, które mogą nie życzyć sobie kontaktu z mediami,
- zasadę otwartości – powinny być także dostępne dla wszystkich zainteresowanych,
- zasadę aktualizacji – procedury te powinny być nieustannie aktualizowane i dopasowywane do zmieniających się warunków,
- zasadę współpracy – procedury te muszą zostać wypracowane i zaakceptowane wspólnie przez służby i media; muszą uwzględniać w maksymalnym możliwym stopniu potrzeby i możliwości obu stron.

Zasady takie, pozwalają spokojniej i skuteczniej prowadzić działania w przypadku chaosu i dezorganizacji.

W sytuacjach kryzysowych przekazywane muszą być mediom różnego rodzaju informacje. Większość z nich to informacje nieprzewidywalne, wynikające z danego zdarzenia. Ale jest wiele takich informacji, które mogą być wcześniej przygotowane i czekać w bazach danych. Do informacji i materiałów takich przynależą¹³:

¹² *Procedury kryzysowe w social media*, portal konsultacjesocialmedia.pl, <https://konsultacjesocialmedia.pl/procedury-kryzysowe-w-social-media>, [dostęp: 20.06.2025].

¹³ *Środki masowego przekazu – co to mass media? (przykłady, definicja)*, portal uniuqueseo.pl, <https://uniuqueseo.pl/srodki-masowego-przekazu>, [dostęp: 20.06.2025].

- informacje alarmowe,
- szablony informacji o zaistniałych sytuacjach kryzysowych, kierowanych za pośrednictwem mediów do opinii publicznej,
- apele o pomoc i wsparcie dla służb w sytuacjach tego wymagających,
- instrukcje zachowania w sytuacjach kryzysowych,
- dane dotyczące służb zaangażowanych w akcję ratunkową, w tym informacje o strukturze tych służb, siłach jakimi dysponują, kadrze, osobach funkcyjnych oraz rodzaju sprzętu, jaki posiadają,
- informacje o miejscach i źródłach informacji oraz pomocy.

Materiały te muszą być stale aktualizowane, jeśli materiałów takich nie ma to ich przygotowanie w momencie kryzysu jest bardzo czasochłonne. Ponadto, brak szybkiego dostępu mediów do informacji rodzi często poczucie złego przygotowania, chaosu i niekompetencji, otwierając drogę do pojawienia się łatwych w sytuacji kryzysowej zarzutów, pretensji i oskarżeń wobec przedstawicieli służb.

Elementem przygotowania do pracy z mediami w toku sytuacji kryzysowych jest zaplanowanie odpowiedniej infrastruktury, gotowej do uruchomienia. Do elementów takiej infrastruktury zalicza się:

- sprzęt umożliwiający szybkie utworzenie mobilnego centrum informacyjnego, zestaw urządzeń i środki transportu pozwalające na szybkie przemieszczenie się w pobliże lub oddalenie się od centrum zdarzeń kryzysowych i zorganizowanie warunków będących odpowiednikiem warunków centrum stacjonarnego,
- miejsce przeznaczone na stacjonarne centrum informacyjne, powinno ono być wyposażone w odpowiednią ilość sprzętu ułatwiającego kontakt ze światem,
- środki i materiały służące wizualnej organizacji przestrzeni dla mediów, w tym tablice informacyjne itp.,
- sprzęt umożliwiający uruchomienie awaryjnego zasilania centrum informacyjnego na wypadek przerw w dostawach prądu,
- udogodnienia socjalne i sanitarne.

Wspomniane elementy muszą być ciągle aktualizowane i udoskonalane wraz z postępem technologicznym.

Praca w sytuacjach kryzysowych jest o tyle łatwiejsza, o ile wcześniej jest należyte przygotowanie, wtedy czas reakcji i sposób działania są o wiele krótsze i skuteczniejsze. Ciągłe jednak wymagane są pewne działania, których

podjęcie pozwala uniknąć przykrych sytuacji w relacjach z mediami i spowodowanych przez działania mediów. Wiele z nich pozostaje w ścisłym związku z elementarni działań przygotowawczych, jednak muszą one być obiektem szczególnej troski w zdarzeniach kryzysowych.

Elementem podstawowym takiego systemu staje się centrum informacyjne wraz z całą infrastrukturą towarzyszącą. Powinno ono być stale dostosowywane do potrzeb rozwijającej się sytuacji kryzysowej i akcji ratunkowej. Osoby odpowiedzialne za kontakt z mediami w toku sytuacji kryzysowej powinny stale monitorować rozwój wydarzeń i adekwatnie do nich reagować. Ważnym elementem systemu pomocy mediom jest stała obecność i dostępność osób mogących służyć pomocą, począwszy od koordynatora kontaktów z mediami, do osób służących pomocą techniczną.

Ważnym z punktu widzenia udziału mediów w sytuacji kryzysowej¹⁴, jest trudne do wcześniejszego przygotowania zorganizowanie miejsca wokół zdarzeń. Organizacją tej przestrzeni muszą rządzić dwie ważne zasady:

- zasada największej możliwej dostępności mediów, media powinny mieć najlepszy możliwy i dopuszczalny z punktu widzenia akcji ratunkowej punkt obserwacyjny, by w poszukiwaniu miejsca na wykonanie dobrych zdjęć nie zakłócały działań służb;
- zasada nadrzędności interesu akcji ratunkowej, nie można pozwalać na wejście mediów tam, gdzie zagrażałoby to przebiegowi akcji ratunkowej lub stwarzało zagrożenie dla samych mediów.

Zarządzanie przestrzenią w toku zdarzeń kryzysowych wymaga stałego monitorowania potrzeb i dostosowywania działań do zmieniającej się sytuacji. Ważnym elementem pracy z mediami jest organizowanie kontaktów ludzi dotkniętych sytuacją kryzysową i uczestniczących w akcji ratunkowej z dziennikarzami. W przypadku gdy w fazie przedkryzysowej przygotowaliśmy dobre pewne procedury postępowania i zbudowaliśmy dobre relacje z mediami, to łatwiej nam będzie uniknąć zarzutów o manipulowanie i ukrywanie informacji, które szczególnie w tej sferze mogą się pojawić.

Istotne jest, aby media miały możliwie pełny dostęp do informacji i relacji świadków i uczestników zdarzeń, ale ważnym też jest, by relacje te nie zakłócały akcji ratunkowej i nie powodowały dodatkowych niepotrzebnych

¹⁴ M. Beskosty, *Funkcje i rola mediów w zarządzaniu kryzysowym*, Studia nad Bezpieczeństwem, nr 3, 2018, s. 187-198.

zachowań w społeczności lokalnej, typu paniki. Warto więc wpływać na relacje mediów z ludźmi poprzez wybór świadków i relacji i podsuwanie mediom, tak by zbudować możliwie wszechstronny i pełny obraz sytuacji. Duże znaczenie mają kontakty funkcjonariuszy służb z mediami. Zasady ich wypowiedzania się w mediach powinny być określone, znane i zaakceptowane przez media, tak by nie przeszkadzało to w ich pracy i nie stanowiło dodatkowego obciążenia psychicznego. Funkcjonariusze służb nie mogą być zaskakiwani i nagabywani w toku swojej pracy lub w stanie silnego zmęczenia lub stresu. Może to powodować nieprzewidywalne reakcje i być źródłem stresu dla ludzi oraz złego wrażenia medialnego.

Należy również zapewnić mediom dostęp do informacji z pierwszej ręki i możliwość kontaktu z ludźmi bezpośrednio zaangażowanymi w akcję ratunkową. Musi to jednak być przygotowane i odbywać się pod kontrolą koordynatora ds. kontaktu z mediami.

Sytuacje kryzysowe wymagają obecności osób ważnych, reprezentujących władze różnego szczebla. Wizyty takie stanowią szczególne wyzwanie dla sztabu zajmującego się kontaktem z mediami, ponieważ wywołują duże zainteresowanie mediów. Przygotowanie takiej wizyty od strony medialnej wymaga wielu różnych działań przygotowujących, wśród których najważniejsze to:

- wybór miejsc, w których VIP będzie dostępny dla mediów; wybór ten musi godzić sprzeczne nieraz interesy VIP-a, mediów oraz prowadzonej akcji;
- wybór osób, które VIP spotka, tak by jego wizyta nie zakłócała działań ratunkowych i nie stwarzała niepotrzebnych problemów i konfliktów. Umiejętne przygotowanie takich sytuacji poprawia wizerunek akcji i służy jej lepszemu przebiegowi poprzez uniknięcie niepotrzebnych zakłóceń wynikających z medialnej wrzawy wokół takiej wizyty;
- przygotowanie materiałów informacyjnych dla VIP-a, tak by jego wypowiedzi były spójne z działaniami sztabu i służb.

Warto na koniec zwrócić uwagę na potrzebę podjęcia pewnych działań w relacjach z mediami po zakończeniu sytuacji kryzysowej. Często zapomina się o tym, że koniec akcji powinien być początkiem przygotowań do kolejnej akcji. Należy sprawdzić, jak sprawowały się poprzednie procedury, jak spisali się ludzie odpowiedzialni za poszczególne aspekty pracy z mediami, jak przydatna okazała się przygotowana informacja oraz jakie błędy popełniono w toku działań.

Analizy powinny posłużyć do zmiany planów i przygotowań na przyszłość, tak by następne działania w kolejnej sytuacji kryzysowej były lepsze. Powinny one być przygotowane w stałym kontakcie z mediami, zgodnie z zasadami współpracy z nimi.

Każdy system ostrzegania i alarmowania powinien spełniać wymagania, które wynikają z charakteru zagrożeń. Do najistotniejszych wymagań należy zaliczyć:

- szybkość działania,
- stałą gotowość,
- niezawodność i ciągłość działania,
- efektywność przekazu informacji,
- integrację różnych kanałów przekazu informacji,
- elastyczność w zakresie definiowania obszarów przekazu i/lub lokalizacji adresatów informacji oraz czasów nadawania informacji,
- możliwość stosowania różnych form przekazu informacji,
- bezpieczeństwo przekazywanych informacji i ich autoryzacja,
- interaktywność.

Nie ma wątpliwości, że jeden system nie jest w stanie zaspokoić wszystkich potrzeb. Niezbędne jest wykorzystywanie wielu systemów i kanałów przekazu informacji. Poza przekazywanie informacji i sygnałów alarmowych istnieje potrzeba udzielania instrukcji i wskazówek postępowania w konkretnej sytuacji. Zrodziła się więc potrzeba zastosowania zróżnicowanych kanałów przekazu informacji umożliwiających w jak najkrótszym czasie przekazanie sygnałów i komunikatów oraz umożliwiających przekaz do informacji poszerzonej np.: nadawcy telewizyjnego, rozgłośni radiowej, stron internetowych, prasy i ulotek itp. Jednocześnie należy zwrócić uwagę na potrzebę dostosowania przekazywanych treści do różnych sytuacji i różnych kanałów przekazu, a także dostępność i zrozumiałość dla maksymalnej liczby adresatów. Dalej przedstawiono podstawowe wymagania na informacje przekazywane w systemach ostrzegania i alarmowania ludności w sytuacji bezpośrednich zagrożeń oraz po wystąpieniu zdarzeń katastroficznych¹⁵:

- zrozumiałość, przez co należy rozumieć dostosowanie treści i formy do środowiska, do którego kierowane są informacje,

¹⁵ *Zasady, organizacja i funkcjonowanie powszechnego ostrzegania i alarmowania ludności o zagrożeniach*, Opracowanie Wojewódzkiego Centrum ZK w Białymstoku, Białystok 2022.

- kompletność, czyli podanie wszystkich istotnych danych dotyczących zaistniałego zdarzenia,
- dokładność i precyzja jako odzwierciedlenie źródeł i stanów zagrożeń oraz ich skutków,
- użyteczność,
- spójność, czyli informacje powinny się wzajemnie potwierdzać lub uzupełniać,
- wiarygodność w postaci autoryzacja informacji.

Charakterystyka mediów potwierdza, że w dzisiejszych czasach informacja może mieć wiele odmian, trudno też o obiektywizm działania, ponieważ ile jednostek, tyle samo rodzajów obiektywizmu. Media uczą, kształtują poglądy, wychowują, skłaniają do myślenia, wyśmiewania, współczucia, dlatego ważne jest, aby informacje były rzetelne i zrozumiałe. Omówione akty prawne jasno określają zasady działania i postępowania z informacją na co dzień, jak i w sytuacji kryzysowej, a dzięki sprawnej funkcjonalności systemów alarmowych można odpowiednio zareagować w sytuacji zagrożenia.

Znaczenie komunikowania dla poczucie bezpieczeństwa wyniki badań

Media to jeden z najistotniejszych narządów światowego organizmu. Bez nich trudno też wyobrazić sobie funkcjonowanie i dalszy rozwój nie tylko współczesnej gospodarki, lecz także całego świata. Pozycja współczesnych mediów wynika stąd, że dysponują one władzą w sferze kontroli obszarów życia społecznego, zdolnością skutecznego pobudzania potrzeb oraz inicjatyw, niezmiernie wielkim obszernym i stale aktualizowanym zbiorem informacji. Komunikowanie się międzyludzkie jest działaniem, którego koniec ma konsekwencje zakorzenione w praktyce. Chcąc coś zakomunikować innym ludziom, należy dokonać wyboru jednej, a o wyborze tym decyduje konkretna sytuacja. Należy określić okoliczności oraz w jakim celu komunikowania.

Analiza wyników badań

Ankiety dobrowolnie wypełniło 50 osób. Ankieta była anonimowa, a osoby zostały wybrane w drodze losowania spośród ponad 300 studentów studiujących w Wyższej Szkole Bezpieczeństwa w Poznaniu na jednym z wybranych kierunków.

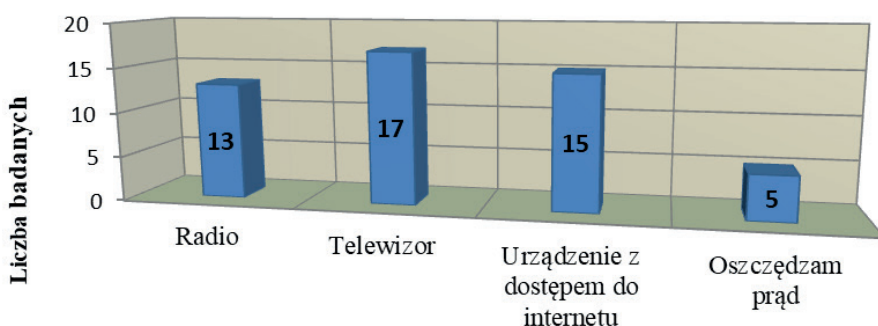
W badaniu wzięło udział 50 respondentów, w tym nieznaczną przewagę posiadały kobiety, których było 28 wobec 22 mężczyzn. W czterech grupach

wiekowych najliczniejsza była grupa w wieku od 23 do 26 lat która stanowiła 50% badanych, znalazło się w niej 25 osób, w tym 14 kobiet i 11 mężczyzn.

Mniej liczną grupą był przedział wieku od 27 do 30 roku życia wynosił 28% i liczyła 19 osób, w tym 14 kobiet oraz 5 mężczyzn. Przedział wiekowy od 19-22 oraz od 31-35 roku życia wynosił tyle samo – po 16%. Wynika to z tego, iż badania były przeprowadzone w grupie studentów studiujących w Wyższej Szkole Bezpieczeństwa w Poznaniu. Średnia wieku osób to 26 lat.

Miejsce zamieszkania osób badanych, dostarcza informacji o tym, że w znacznym procencie respondenci zamieszkują miasto. Wieś otrzymała jedynie 30% głosów z ilością badanych równą 15, pozostała część to osoby z miast.

Kolejne pytanie dotyczyło korzystania z urządzeń, przez które można pozyskać informacje, zostały przedstawione kolejne odpowiedzi: radio, telewizor, urządzenie z dostępem do Internetu (smartfon, komputer, tablet, itp.) oraz brak włączonych wymienionych wcześniej urządzeń (rysunek 1).



Rysunek 1. Urządzenia wykorzystywane przez ankietowanych do pozyskiwania wiadomości w przestrzeni domowej (liczba badanych)

Źródło: opracowanie własne.

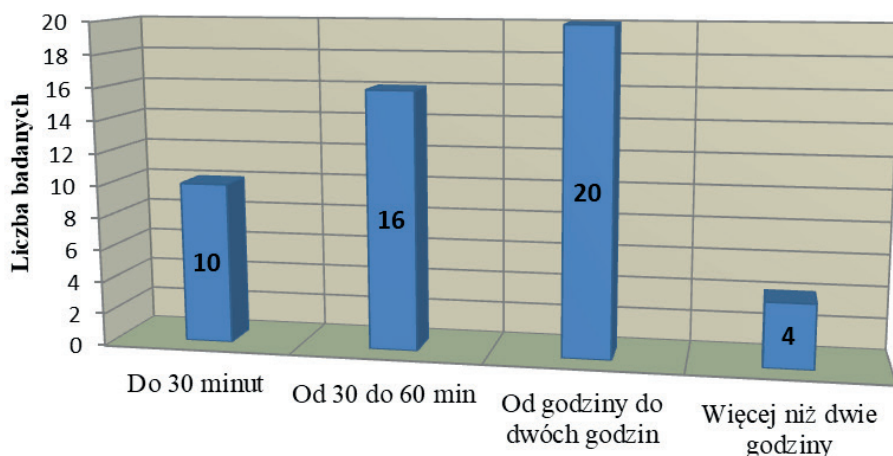
Największa liczba badanych zaznaczyła odpowiedź b) telewizor aż 17, co stanowi 34%, na drugim znalazło się urządzenie z dostępem do Internetu, a na trzecim radio. Tylko 5 osób nie włącza tego typu urządzeń, co stanowi jedynie 10% badanych.

Kolejne pytanie dotyczyło określenia średniego czasu dziennie przebywania w samochodzie. Ponad 50% ankietowanych, 26 osób potwierdziło, że spędza 30 do 60 minut w samochodzie. Następnym korkiem było ustalenie czy podczas jazdy samochodem respondenci posiadają włączony odbiornik

radiowy. Ankietowani w 62% przyznają, że słuchają radia w czasie jazdy, czyli 19 osób prowadzi samochód w ciszy.

W badaniu starano się określić, ile czasu respondenci przebywają przed telewizorem. Blisko połowa przyznała, że spędza średnio godzinę dziennie przed telewizorem. Tylko 5 osób zadeklarowało, że obcuje z telewizorem więcej niż dwie godziny.

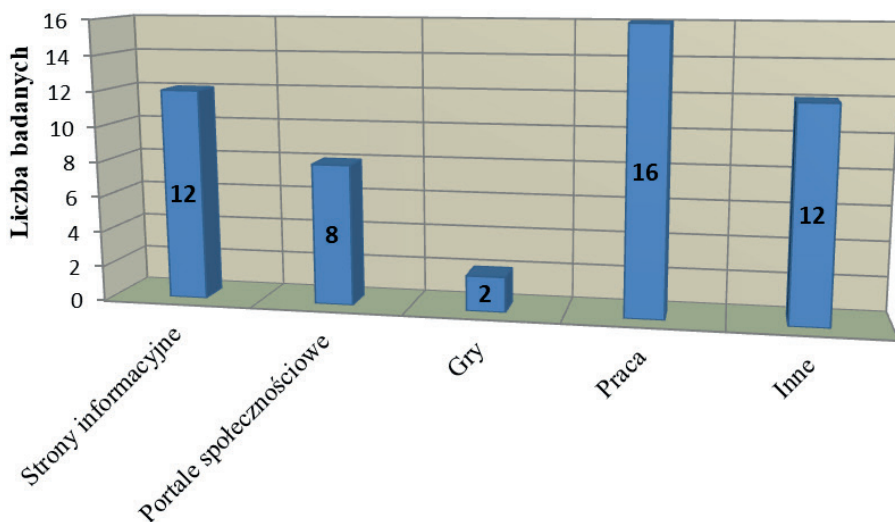
W badaniu poruszono także kwestie użytkowania sprzętu elektronicznego z dostępem do Internetu. Styczność ponad dwugodziną potwierdziło 8% odpowiadających, co stanowi 4 ankietowanych. Aż 20 osób oznajmiło, że z tego typu urządzeń korzysta średnio od jednej do dwóch godzin dziennie (rysunek 2).



Rysunek 2. Średni dzienny czas korzystania przez ankietowanych z urządzeń elektronicznych z dostępem do Internetu (liczba badanych)

Źródło: opracowanie własne.

W kolejnym pytaniu starano się ustalić w jakim celu użytkowane są wspomniane wcześniej urządzenia podłączanie do Internetu. Według ankietowanych w największym stopniu 32% używają ich do pracy, 24% osób przegląda Internet w poszukiwaniu wiadomości oraz wykonuje inne czynności, które nie były wymienione. Tylko dwie osoby korzystają z tego typu urządzeń do gier (rysunek 3).

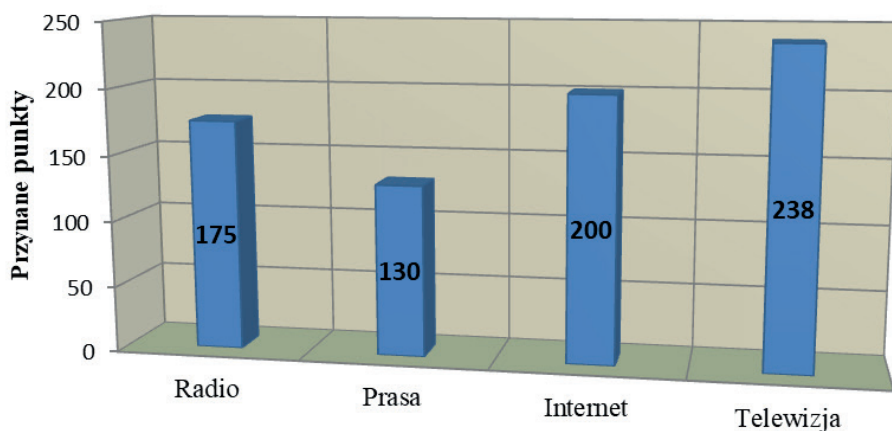


Rysunek 3. Cele korzystania przez ankietowanych z urządzeń podłączonych do Internetu (liczba badanych)

Źródło: opracowanie własne.

Następnym krokiem było ustalenie czy ankietowani w erze technologii cyfrowej, korzystają z jednego z najstarszych elementów mass mediów, mowa tu oczywiście o prasie. Na 50 respondentów tylko 20 osób potwierdziło, że kupuje gazety, po przeanalizowaniu dokładniej okazało się, że była to najstarsza część ankietowanych.

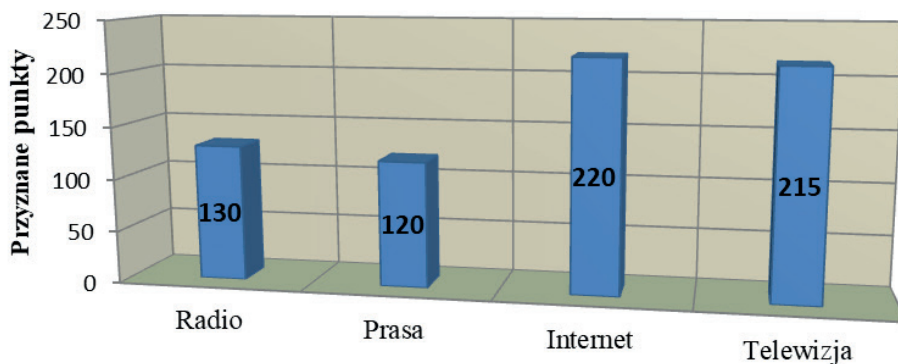
Jedno z pytań dotyczyło ocenienia, w skali od 1 do 5, ilości odbieranych informacji na temat sytuacji w Polsce. Największym poparciem cieszy się telewizja, która otrzymała łącznie 238 punktów, czyli prawie każdy ankietowany ocenił ją w największym stopniu. Na drugim miejscu znajduje się Internet 200 punktów, następnie radio 175 punktów i prasa z 130 punktami (rysunek 4).



Rysunek 4. Ocena ilości informacji na temat sytuacji w Polsce z poszczególnych środków masowego przekazu (przyznane punkty)

Źródło: opracowanie własne.

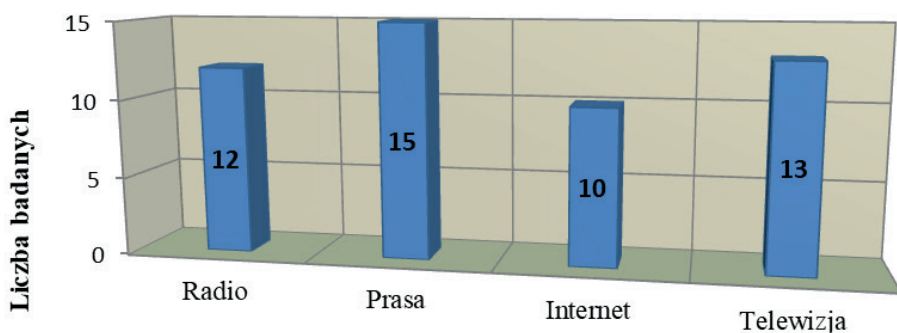
Takie samo pytanie odnoszące się tym razem do informacji ze świata, klasyfikuje się już inaczej. Anketowani stwierdzili, że największym źródłem informacji ze świata jest Internet, otrzymał on 220 punktów, następnie z małą różnicą telewizja 215 punktów. Prasa i radio otrzymały kolejno 120 i 130 punktów (rysunek 5).



Rysunek 5. Ocena ilości informacji na temat sytuacji na świecie z poszczególnych środków masowego przekazu (przyznane punkty)

Źródło: opracowanie własne.

Wreszcie anketowani zostali zapytani: „Który ze środków masowego przekazu ocenia Pan/Pani jako najrzetelniejszy?” (rysunek 6).



Rysunek 6. Środki masowego przekazu oceniane przez ankietowanych jako najrzetelniejsze (liczba badanych)

Źródło: opracowanie własne.

Z wyników sondażu prasa zostało wytypowana na jedną z najrzetelniejszych spośród wymienionych środków masowego przekazu. Otrzymała 30% uznania, kolejno telewizja, radio i na końcu Internet z 20% poparciem.

Podsumowanie

W niniejszym rozdziale podjęto próbę przedstawienia roli i znaczenia środków masowego przekazu w sytuacji kryzysowej. Zwrócono uwagę na rodzaje środków mass mediów. Przedstawione zostały zagadnienia takie jak, bezpieczeństwo i zagrożenie, sytuacja kryzysowa, mass media, informacja. W pracy podjęto próbę odpowiedzi na pytania postawione we wstępie. Hipotezę w pracy stanowiło stwierdzenie, należy przypuszczać, że sposób przekazywania informacji, poprzez różnego rodzaju środki masowego przekazu, mają wpływ na poczucie bezpieczeństwa, omówione to zostało poprzez analizę literatury, której jasno wynika, że różnego rodzaju środki masowego przekazu w różny sposób są odbierana przez społeczeństwo. Im więcej informacji i form jej przekazywania tym bardziej ona oddziałuje na odbiorcę, czyli społeczeństwo.

Reasumując, siła jaką stanowią media jest ogromna, dlatego ważne jest, aby informacje zawarte w komunikatach były zwarte, na temat, prosto precyzowały problem i zawierały tylko prawdę. Przez ilość i natłok trudno jest niekiedy określić nam która z informacji jest ważniejsza. Przedstawione funkcje mediów w rozwiązywaniu problemów komunikacji w sytuacjach kryzysowych, wychodzą naprzeciw poczynionemu na wstępie założeniu, że komunikacja społeczna, a co za tym idzie – w ogóle społeczeństwo i jego systemy możliwe są zawsze

i tylko przy udziale mediów. Funkcjonalnie umożliwiają one transportowanie nieprawdopodobnej komunikacji w prawdopodobną. Odpowiadają za udane sprzężenie selekcji w procesie komunikacji, bez nich nie byłoby ona możliwa. Media (w) komunikacji są zawsze obecne, można zatem również przyjąć, że jest ona – ze względu na permanentne skazanie na medialne kompensatory – zawsze „medialna”, co potwierdzają wyniki badań.

Literatura

1. Beskosty M., *Funkcje i rola mediów w zarządzaniu kryzysowym*, Studia nad Bezpieczeństwem, nr 3, 2018.
2. Kunczik M., Zipfel A., *Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2000.
3. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, uchwalona 2 kwietnia 1997.
4. Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza ASPRA, Warszawa 2001.
5. Sonczyk W., *Media w Polsce: zarys problematyki*, Warszawa 1999.
6. Szulczewski M., *Informacja społeczna*, Książka i Wiedza, Warszawa 1979.
7. *Zasady, organizacja i funkcjonowanie powszechnego ostrzegania i alarmowania ludności o zagrożeniach*, Opracowanie Wojewódzkiego Centrum ZK w Białymstoku, Białystok 2022.

Netografia

1. *Kompetencje kluczowe: Omówienie, lista i przykłady w edukacji i na rynku pracy*, portal careerup.pl, <https://share.google/XUVStL277BH5BWhnC>, [dostęp: 20.06.2025].
2. *Kryzys*, portal encyklopedia.pwn.pl, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/kryzys;4011371.html>, [dostęp: 20.06.2025].
3. *Procedury kryzysowe w social media*, portal konsultacjesocialmedia.pl, <https://konsultacjesocialmedia.pl/procedury-kryzysowe-w-social-media>, [dostęp: 20.06.2025].
4. *Sytuacja kryzysowa*, portal wikipedia.org, https://pl.wikipedia.org/wiki/Sytuacja_kryzysowa, [dostęp: 20.06.2025].
5. *Środki masowego przekazu – co to mass media? (przykłady, definicja)*, portal uniuqeseo.pl, <https://uniuqeseo.pl/srodki-masowego-przekazu>, [dostęp: 20.06.2025].

6. *TOP30 Wirtualnych Mediów. To oni liczą się w polskich mediach*, portal wirtualnemedi.pl, <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/top30-wirtualnych-mediow-to-oni-dzis-licza-sie-w-mediach>, [dostęp: 20.06.2025].
7. *Usuwanie skutków klęsk żywiołowych*, portal gov.pl, <https://www.gov.pl/web/mswia/usuwanie-skutkow-klask-zywiolowych>, [dostęp: 20.06.2025].
8. Wyszogrodzki K., *Środki masowego przekazu – czym są mass media?*, portal ebizneskrokpokroku.pl, <https://ebizneskrokpokroku.pl/podstawy/srodki-masowego-przekazu-czym-sa-mass-media>, [dostęp: 20.06.2024].