

RÓŻNORODNOŚĆ KOMPETENCJI MEDIALNEJ NADAWCÓW

REDAKCJA
JUSTYNA SZULICH-KAŁUŻA, MAŁGORZATA SŁAWEK-CZOCHRA

WYDAWNICTWO KUL
LUBLIN

KATOLICKI UNIWERSYTET LUBELSKI JANA PAWŁA II
WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH

INSTYTUT DZIENNIKARSTWA I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ
KATEDRA KOMUNIKACJI WIZUALNEJ

KOMPETENCJE MEDIALNE W NOWOCZESNYM SPOŁECZEŃSTWIE

2

REDAKTORZY SERII

prof. zw. dr hab. Leon Dyczewski

dr Anna Sugier-Szerega

dr Małgorzata Sławek-Czochra



Recenzenci

dr hab. Urszula Kusio, prof. UMCS

dr hab. Paweł Nowak, prof. KUL

Opracowanie redakcyjne

Monika Wójcik

Opracowanie komputerowe

Jan Z. Słowiński

Projekt okładki i stron tytułowych

Agnieszka Gawryszuk

© Copyright by Wydawnictwo KUL, Lublin 2015

ISBN 978-83-8061-198-6

Wydawnictwo KUL, ul. Konstantynów 1 H,
20-708 Lublin, tel. 81 740-93-40, fax 81 740-93-50,
e-mail: wydawnictwo@kul.lublin.pl,
<http://wydawnictwo.kul.lublin.pl>

Druk i oprawa:
volumina.pl Daniel Krzanowski
ul. Ks. Witolda 7-9, 71-063 Szczecin,
tel. 91 812 09 08, e-mail: druk@volumina.pl

CZUŁE UCHO. O KOMPETENCJACH DZIENNIKARZA RADIOWEGO

Mikrofon – podstawowe narzędzie pracy radiowca – kryje w sobie niezwykłą siłę. Z hałasu otaczającej rzeczywistości wydobywa głosy ważne i ciekawe. Dzięki niemu można „złapać” szybkiego newsa, „nagłośnić” wydarzenie, zarejestrować relację czy podsuwając blisko swego rozmówcy, skłonić go do zwierzeń. Dziennikarz radiowy, biorąc do ręki to niewielkie w sumie urządzenie, kieruje uwagą odbiorcy. Jest to tym trudniejsze, że radio opisuje świat wyłącznie poprzez dźwięk. Dlatego umiejętności reportera, prezentera czy publicysty radiowego powinny mieć szczególny walor. A „poza anteną” doświadczeni radiowcy nierzadko pozwalają sobie na komentarz, że to właśnie mikrofon skutecznie demaskuje osobę, która nawet jeśli dużo mówi, w istocie nie ma nic do powiedzenia.

By wyróżnić szczegółowe kompetencje dziennikarza radiowego, który przede wszystkim powinien być po prostu dobrym dziennikarzem, konieczne jest nakreślenie specyfiki tego środka przekazu. Po pierwsze – rzecz z pozoru oczywista, lecz w praktyce fundamentalna – słuchacz nie widzi tego, o czym opowiada głos ze studia. Dziennikarz w każdej sytuacji musi o tym pamiętać. Awizualność nie jest ułomnością, tylko sposobem organizacji wypowiedzi. Radio ma do dyspozycji dźwięk w czterech odmianach: słowo, efekty akustyczne (tzw. odgłosy, szumy, szmery itp.), muzykę i ciszę. Każdy z tych elementów, umiejętnie wkomponowany w radiową formułę, ma swój potencjał wyrażenia treści. By z niego korzystać, konieczna jest wyobraźnia dźwiękowa, kreatywność, ów niecodzienny talent, który w redakcyjnym języku nazywa się zwyczajnie „radiowym, akustycznym myśleniem”, „słyszeniem rzeczywistości”.

Z punktu widzenia dziennikarza ważny jest sposób percepcji tego, co ma do przekazania słuchaczom. Radio funkcjonuje obecnie jako medium towarzyszące, co w praktyce oznacza, że radio jest zawsze „pod ręką”, może więc szybko dotrzeć z komunikatem, jednak z drugiej strony – autor audycji nie ma słuchacza „na wyłączność”, musi o niego zabiegać¹. Dodatkowo jest to odbiorca kapryśny, niełatwo koncentrują-

¹ Z dzisiejszej perspektywy zdumiewają opisy z lat dwudziestych XX w., z okresu, kiedy radio dopiero wkraczało na medialną scenę: „W półmroku gabinetu, w wygodnym fotelu zanurzony siedzi człowiek ze słuchawkami na uszach. Cisza, wokół samotność – «mędrców mistrzyni». Oczy przymknięte, twarz skupiona”. A.M. Kaszyn, *Tłum i jednostka*, „Antena Polska” 1927, nr 1, s. 11.

cy się na toku wypowiedzi, z wieloma możliwościami przełączenia stacji. W efekcie odbiór programu jest często powierzchowny, selektywny i przede wszystkim jednorazowy. Choć stacje radiowe coraz bardziej rozbudowują pakiet dostępnych w Internecie podcastów, rzadko zdarza się, by materiały dźwiękowe były kilkakrotnie odśłuchiwane, analizowane, wieloaspektowo interpretowane. Stąd konieczność klarownego i zarazem atrakcyjnego przekazu. Słuchacz nie ma możliwości, by włączyć pauzę i uzupełnić swoją wiedzę, np. sprawdzić, kim jest osoba, na którą powołuje się dziennikarz. Czytelnik gazety, jeśli przerywa lekturę, ma szansę kontynuować ją od wybranego miejsca w tekście w dowolnym czasie. Użytkownik Internetu często korzysta z linków – odnośników do materiałów omawiających podobny temat i dzięki temu szybko otrzymuje konieczne uzupełnienia. Słuchacz musi podążać w myślach za osobą, która do niego mówi. Gdy na chwilę się „wyłączy”, gubi wątek i traci możliwość wysłuchania informacji czy audycji w pełnym wymiarze. „Korzystanie z radia odbywało się (i nadal odbywa) na warunkach słuchacza”², toteż podchwycenie (i utrzymanie) uwagi odbiorcy jest jednym z trudniejszych wyzwania antenowych.

Radio ze swej natury jest otwarte na dialog. Wbrew potocznemu określeniu nie mówi „w eter”, tylko do drugiego człowieka. Co prawda siedząc w radiowym studiu, zwykle niedużym pomieszczeniu z przytłumionym światłem, można ulec wrażeniu, że mówi się wyłącznie do realizatora po drugiej stronie szyby, jednak w każdej wypowiedź wpisana jest świadomość obecności „tego trzeciego”, słuchacza. Niejednokrotnie też można przekonać się o faktycznym istnieniu tej surowej publiczności, a zarazem życzliwej, czasem zaangażowanej, społeczności. Słuchacze dzwonią do radia, przysyłają e-maile, a nawet jeszcze tradycyjne listy. Biorą też udział w audycji, wypowiadając się na antenie czy uczestnicząc w organizowanych przez rozgłośnie wydarzenia. W ten sposób tworzy się ta niewidzialna na co dzień, lecz dysponująca ogromną siłą wspólnota, czego dowodem jest np. protest słuchaczy Trzeciego Programu Polskiego Radia, którzy pojawili się z transparentami przed siedzibą rozgłośni³. Jest to nie tylko więź słuchacza z audycją czy stacją, ale też słuchaczy między sobą, ludzi, którzy znają się nawzajem, choć nigdy się nie widzieli⁴. W tej perspektywie radio stanowi medialną przestrzeń spotkania.

² S. Jędrzejewski, *Radio w komunikacji społecznej. Rola i tendencje rozwojowe*, Profi-Press Sp. z o.o., Warszawa 2003, s. 70.

³ Zob. ag, PAP, *Protest słuchaczy Trójki przed siedzibą radia* [online], <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/201372,Protest-sluchaczy-Trojki-przed-siedziba-radia> (16.11.2014).

⁴ Dobitym przykładem tak zawiązanej wspólnoty są m.in. spotkania słuchaczy audycji *Nie tylko rozrywkowa niedziela radiowa* nadawanej w Polskim Radiu Lublin, które zrodziły się z inicjatywy miłośników tego programu. Zob. MLi [Magdalena Lipiec], *Spotkanie słuchaczy programu «Nie tylko rozrywkowa niedziela radiowa»* [online], <http://moje.radio.lublin.pl/spotkanie-sluchaczy-programu-nie-tylko-rozrykowa-niedziela-radiowa.html> (16.11.2013) oraz CP [Cezary Potapczuk], *Nie tylko rozrywkowa niedziela radiowa w sobotę* [online], <http://moje.radio.lublin.pl/nie-tylko-rozrykowa-niedziela-radiowa-w-sobote.html> (16.11.2014).

Jak zatem być dobrym dziennikarzem, pracując w tak wymagających warunkach? Jakich umiejętności potrzeba i jakich cech charakteru, by zdobyć zaufanie słuchaczy? Oczywiście wypada zaznaczyć, że praca radiowa ma różnorodne oblicza: są reporterzy relacjonujący wydarzenia, nagrywający krótkie materiały dźwiękowe do programów informacyjnych i reportażyści przygotowujący rozbudowane dokumenty radiowe, publicyści, dziennikarze muzyczni, ekonomiczni, zajmujący się polityką, kulturą czy nauką, komentatorzy sportowi, prezenterzy (zwani przed laty spikerami) prowadzący audycje „na żywo” lub czytający serwisy informacyjne. Każda z tych specjalności ma swoją specyfikę, każda wymaga odpowiednio sprofilowanych kompetencji. Należy je precyzować biorąc pod uwagę charakter stacji, jej wizję programową, strukturę redakcji, oczekiwania szefów i przede wszystkim: osobowość dziennikarza. Ktokolwiek bowiem przekracza próg rozgłośni wnosi swoje pomysły, zaangażowanie, doświadczenie i swoje rozumienie radia. A w mediach chodzi przecież nie tyle o to, by realizować raz zdefiniowane gatunki, wypracowane przez innych formuły, lecz wyróżniać się, przełamywać schematy i mówić „własnym głosem”, za każdym razem odnosząc się do aktualnej, wciąż zmieniającej się rzeczywistości. Gdyby jednak ogólnie spojrzeć na profesjonalizm radiowca, można wskazać na główne obszary zawodowego przygotowania: wiedzę, warsztat, wrażliwość.

WIEDZA

Wiedza to niezbędna znajomość rzeczy, o której zamierza się publicznie mówić. Nie jest tajemnicą, że w kręgach osób na co dzień współpracujących z mediami, „poza mikrofonem” mawia się, iż dziennikarze to najwięksi dyletanci. Po części ta opinia wynika z trybu pracy reportera – szybko, skacząc z tematu na temat, zdarza się, że reporter „ogrywa” jednego dnia kilka wydarzeń dotyczących skrajnie różnych dziedzin: konferencja prasowa polityka, benefis artysty, protest rolników... Inna rzecz, że dziennikarz pyta swoich rozmówców nie tylko w swoim imieniu, ale przede wszystkim mając na względzie swoich słuchaczy, domaga się więc wyjaśnienia nawet najbardziej skomplikowanych problemów prostym językiem. I na dodatek krótko. Ekspert poświęcający lata swej pracy na badanie danego zjawiska, słysząc, że jego wypowiedź w materiale nie trwa dłużej niż kilkadziesiąt sekund, ma prawo czuć się lekceważony. Nie każdy rozumie, na jakich zasadach buduje się radiowy materiał, „spec” czy dziennikową wstawkę. Nie zawsze ma świadomość, że reporter do omówienia danego tematu musi nagrać kilka głosów, by spojrzeć na problem z różnych punktów widzenia. Tu jednak kryje się zawodowa pułapka: jeśli dziennikarz nie zna się na temacie, nie orientuje, kim są osoby, z którymi rozmawia, sam sobie odbiera szansę na postawienie dobrego pytania i co za tym idzie na uzyskanie trafnej, ciekawej i ważnej odpowiedzi. Nie zorientuje się też, gdy rozmówca się pomyli lub wprowadzi go w błąd.

„Jeszcze pod koniec lat dziewięćdziesiątych – mówił w wywiadzie dla branżowego pisma „Press” doświadczony reporter radiowy Mariusz Gierszewski – dziennikarz Krzysztof Leski tak znał się na prawie telekomunikacyjnym, że posłowie przychodzili do niego z pytaniami. Teraz nie potrafię wymienić żadnego dziennikarza, który miałby taką wiedzę. Wydawcy powinni wreszcie zrozumieć, że warto zwolnić dziennikarza na kilka godzin z biegania za politykami po Sejmie, to będzie miał czas, żeby ustawę przeczytać i może nawet znajdzie w niej błędy”⁵. Dokładny research zawsze jest podstawą dobrego materiału.

Nie w każdym przypadku gruntowna znajomość tematu oznacza uniwersyteckie wykształcenie w dziedzinie, którą podejmuje się na antenie. Dowodzą tego biografie zawodowe dziennikarzy, którzy odnieśli sukces w branży. Jeden z najbardziej rozpoznawalnych „głosów ekonomicznych” Polskiego Radia – Wiktor Legowicz prowadzący w „Trójce” *Informator ekonomiczny* – przyznał w jednym z wywiadów: „Nie jestem ekonomistą z wykształcenia – jestem samoukiem ekonomicznym”⁶. Radiowiec kilkakrotnie uhonorowany przez środowisko, m.in. nagrodą dziennikarską im. Marianna Krzaka przyznawaną przez Związek Banków Polskich czy nagrodą prezesa NBP w konkursie im. Władysława Grabskiego, znalazł się w radiowym studiu z powodu zupełnie innej specjalności: „Studiowałem pedagogikę na Uniwersytecie Warszawskim – zdradza w jednym z wywiadów – i na drugim roku zdecydowałem się pójść na staż do Polskiego Radia. (...) Tak zacząłem przygodę z radiem i jestem tu już od 40 lat”⁷. Zanim został autorem programu dotyczącego finansów zajmował się tematyką społeczną i kulturalną oraz przygotowywał audycje filozoficzne. Co zatem zadecydowało o tym, że zyskał wiarygodność jako dziennikarz ekonomiczny? Przede wszystkim chęć zdobywania wiedzy, pogłębiania jej, wiele fachowych lektur i rozmowy ze specjalistami, w których ujawnia cenną umiejętność przekładania ekonomicznych teorii na konkrety codziennego życia. Dziennikarstwo radiowe – traktowane na serio – wymaga odkrywania dla siebie i dla swoich słuchaczy nowych zagadnień, zawodowej (i osobistej) ciekawości oraz nieustannego uczenia się. W tym zawodzie nie da się być wiarygodnym bez ciągłego pogłębiania wiedzy.

Należałoby zdać sobie sprawę, że osoba zasiadająca przed mikrofonem jest w niezwykle trudnej sytuacji. Referując dane zagadnienie powinna mieć świadomość, że tej samej audycji słuchają zarówno specjaliści, jak i odbiorcy dysponujący przeciętną wiedzą. Jak mówić jednocześnie do jednej i drugiej grupy słuchaczy? Jakich sposobów użyć, by ci, którzy wiedzą zbyt mało nie czuli się zlekceważeni, a znawcy – zanudzeni?

⁵ *Biegnę i ja. Z dziennikarzem Mariuszem Gierszewskim, dziennikarzem Radia Zet, rozmawia Mariusz Kowalczyk*, „Press” 2012, nr 3.

⁶ M. Mroczek, *Wiktor Legowicz: Jestem samoukiem* [online], <http://biznes.onet.pl/wiktor-legowicz-jestem-samoukiem,18490,3043034,3030474,47,news-detel> (16.11.2014).

⁷ Tamże.

WARSZTAT

W tym miejscu wchodzimy już w obszar profesjonalnego warsztatu radiowca, obejmującego nie tylko techniczną umiejętność rejestracji dźwięku, ustawienia mikrofonu, zredagowania zapowiedzi, lecz dotyczącego o wiele ważniejszej kwestii: jakim językiem zrelacjonować dany problem? Dziennikarz musi podjąć szereg decyzji rozstrzygających o kształcie produktu antenowego, który ostatecznie dociera do słuchacza. Reporter pyta, jak skonstruować materiał dźwiękowy, by merytoryczna warstwa przekazu zyskała ciekawą formę, jak i gdzie nagrać rozmówców (w zacisznym mieszkaniu, w plenerze, przy pracy?), jakich efektów dźwiękowych użyć, by ubarwić akustycznie nagranie, a jednocześnie oddać charakter wydarzenia. Z kolei wydawca czy prowadzący audycję musi precyzyjnie zaplanować kolejność elementów w programie, udział gości, słuchaczy i muzykę, która może współtworzyć nastrój lub pointować poruszane kwestie. Wszystkie te redakcyjne czynności prowadzą do rozwiązania zasadniczego problemu: znalezienia formuły, która przykuwa uwagę, a zarazem nie banalizuje treści, nie wypacza faktów. Niestety, nie należy się spodziewać, że sukces pojedynczej audycji, jednego docenionego materiału jest gwarancją na przyszłość⁸. Za każdym razem trzeba szukać od nowa. Warto wyćwiczyć kreatywność.

Radiowiec bardziej niż jakikolwiek inny dziennikarz oceniany jest ze względu na swój głos. W publicznym radiu wciąż wymaga się od pracowników zdania egzaminu na tzw. kartę mikrofonową, która formalnie upoważnia – w zależności od przyznanej kategorii – do występowania w większym lub mniejszym wymiarze na antenie. Jednak popularność dziennikarzy prowadzących programy, a nieposiadających do tej pory tego certyfikatu wywołała w ostatnich latach żywą dyskusję w środowisku. Branżowy miesięcznik „Press” nazwał w 2006 r. kartę „odkurzonym reliktem”⁹, a pięć lat później donosił: „Na początku ub. r. przestrzeganie wewnętrznych przepisów Polskiego Radia sprawdzali kontrolerzy z NIK. Okazało się, że kart mikrofonowych nie mieli m.in. Wojciech Mann, Piotr Metz i Marcin Kydryński”¹⁰. Obecnie na antenie, także publicznych stacji, pojawiają się osoby z zauważalnymi wadami wymowy. W roli prezynterów występują także celebryci, którzy swoim nazwiskiem mają wspomóc markę rozgłośni. W jakim stopniu nienaganna artykulacja jest nadal wymogiem niezbęd-

⁸ Zmaganie się ze znalezieniem najlepszego sposobu opisanie rzeczywistości bliskie jest wielu dziennikarzom wykonującym swą pracę z zaangażowaniem. Przekonują o tym m.in. wypowiedzi Ryszarda Kapuścińskiego, który nie był co prawda związany z radiem, lecz trafnie definiował współczesne dziennikarskie wyzwania: „Codziennie zaczynam pisać od nowa. W sensie dosłownym, bo po napisaniu jednej strony mogę wyźymać koszulę z potu. Codziennie czuję się jak debiutant”. R. Kapuściński, *Autoportret reportera*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2008, s. 97.

⁹ K. Głowiński, *Odkurzony relik*, „Press” 2006, nr 8, s. 69-71.

¹⁰ T. Augustyniak, *Polskie Radio znowu wymaga kart mikrofonowych od dziennikarzy* [online], <http://www.press.pl/newsy/radio/pokaz/25565,Polskie-Radio-znowu-wymaga-kart-mikrofonowych-od-dziennikarzy> (19.11.2014).

nym w pracy radiowej? Nie ma wątpliwości, że jeżeli ktoś zamierza wypowiadać się publicznie, zwłaszcza w radiu, w którym uwaga odbiorcy nie jest rozproszona przez suplement filmowy, musi być zrozumiały. Jego głos nie może męczyć. Powinien respektować zasady poprawnej wymowy i gramatyki, bowiem media utrwalają reguły językowe. Publiczność ma jednak słabość do nieidealnych postaci. Okazuje się, że większą sympatią potrafi obdarzyć chropowate, lecz autentyczne wypowiedzi oraz nie tyle elokwentnych, co przekonujących mówców. Piękny głos jest niekwestionowanym atutem, jednak dziennikarze swój wizerunek antenowy tworzą nie tylko poprzez brzmienie, lecz przez to, co mówią, jak zachowują się w studiu, w jaki sposób odnoszą się do słuchaczy i poprzez potencjał (wiedzy, pomysłów, humoru), jaki wnoszą do programu.

Radiowy sposób mówienia z zasady powinien być klarowny i oszczędny, bez zbędnych słów – czas antenowy jest cenny, a uwaga słuchacza łatwo się rozprasza. Sprawdzona maksyma powtarzana w niejednej reżyserce przypomina, że lepiej zagrać dwie piosenki niż raz niemądrze odezwać się do mikrofonu. Za pomyłki słono się płaci, a przy obecnych możliwościach nagrywania i upubliczniania materiałów w Internecie „wpadki” pozostają nie tylko w pamięci autora. Jak zawsze od klasycznych reguł są wyjątki: w niektórych radiowych sytuacjach przekaz treści może być intensywny i pełen emocji, wtedy też przykuwa uwagę. Przykładem może być efektowny język Tomasza Zimocha, który wyróżnia go spośród innych sprawozdawców sportowych i zapewnił dziennikarzowi nie tylko popularność, ale również „Złoty Mikrofon” – prestiżową nagrodę radiową przyznaną „osobom, których zaangażowanie i wybitne osiągnięcia twórcze przyczyniają się do utrzymania wysokiego poziomu, rozwoju i popularyzacji radia publicznego”¹¹. Co ciekawe, komentator otrzymał ją „za wiedzę i emocje, które pozwalają zobaczyć w radiu świat sportu”¹². Słowo w radiu wciąż potrafi uruchomić wyobraźnię. Radiowiec musi być zatem sprawnym mówcą, jego zasób słów powinien być wyjątkowo bogaty. W tym kontekście warto pamiętać, że zawiłe metafory, zbyt artystyczny, niekonkretny język szybko zrywają tę cenną nić porozumienia, jaka winna łączyć nadawcę z odbiorcą. Należy więc nieustannie samego siebie kontrolować: czy mówię tak, że słuchacz wciąż jeszcze wie, co mam na myśli? Ta niezbędna świadomość językowa, wyczucie stylu, łatwość w dobieraniu określeń bierze się, rzecz niby oczywista, z czytania, z literatury i dodatkowo w radiu – z uważnego słuchania.

Niekiedy powiada się, że dziennikarstwo to przede wszystkim umiejętność stawiania pytań. Dobre pytanie wymaga precyzji i wyobraźni, czasem lekkiego „mrugnienia okiem” do rozmówcy, by miał sygnał, że mówienie do mikrofonu to naprawdę nic strasznego, a innym razem – odwagi. Pytania potrafią zdemaskować nie tylko osobę udzielającą odpowiedzi, ale także braki dziennikarza: dotyczące znajomości tematu czy obiektywizmu w jego realizacji. Kompromitujące są również pytania banalne, przewi-

¹¹ IAR, *Złote Mikrofony Polskiego Radia rozdane* [online], <http://www.polskieradio.pl/5/3/Artykul/192614>, *Złote-Mikrofony-Polskiego-Radia-rozdane* (19.08.2014).

¹² Tamże.

dywalne, szablonowe, sytuacje, kiedy dziennikarz nie docieka, nie jest ciekawy odpowiedzi. Wówczas wywiad przestaje być autentyczną rozmową. „Stare powiedzenie, że nie ma złych pytań, są tylko złe odpowiedzi, nie do końca jest prawdą – pisze o swoich doświadczeniach reporterka Radia Zet, Danka Woźnicka – Kiedy słyszę reportera, który zaczyna: «Niech pan powie setkę», to nadziwić się nie mogę, jak bardzo można być niezainteresowanym tematem. Wiadomo, że ja do swojego materiału potrzebuję właśnie setki – krótkiej i dosadnej – ale czasem potrzeba nawet pół godziny, żeby ją w końcu z rozmówcy wydobyć¹³. Każdy dziennikarz, a jednak najbardziej radiowiec, powinien być wytrawnym słuchaczem: „Człowiek, którego nagrywam, ma czuć, że w momencie rozmowy jest dla mnie centrum wszechświata¹⁴. Osoba, z którą prowadzony jest dialog wyczyta to w spojrzeniu, skupieniu, uśmiechu lub delikatnym kiwnięciu głową, ważne, by nie było to natrętne „mhm, mhm, mhm” nakładające się na wypowiedź. Nieżyjąca już dziś dziennikarka, Anna Semkowicz, która przeprowadziła wiele godzin rozmów z gośćmi w studiu i ze słuchaczami telefonicznie włączającymi się do audycji, w następujący sposób wyjaśniała istotę „głębokiego” słuchania: „Ludziom się często wydaje, że dobre słuchanie nie polega na milczeniu. Można milczeć i nic nie słyszeć, ponieważ nie umie się reagować na drugiego człowieka¹⁵. Najtrafniejsze pytania są zwykle wynikiem uważnego słuchania.

Dobry radiowiec powinien mieć ucho wyczulone na dźwięki: nie tylko na słowa, ale także na szумы, stuki, brzęki i inne subtelne odgłosy. Umiejętność zauważenia, jak określił to znawca sztuki radiowej, Jerzy Tuszewski, fonosfery¹⁶, czyli akustycznej warstwy rzeczywistości, pomaga w pełniejszym oddaniu tego, o czym przychodzi przez radio opowiedzieć. Zamiast wyjaśniać: „Jestem na dworcu kolejowym, na którym za chwilę zatrzyma się pociąg z Krakowa...”, wystarczy rozpocząć swoją relację od pisku hamującego pociągu lub charakterystycznej zapowiedzi z głośnika. Ten prosty zabieg pozwoli w ułamku sekundy przenieść słuchacza na miejsce zdarzeń i jednocześnie ubarwi nagranie, nada mu akustycznej „przestrzeni”. Trzeba więc słuchać świata, być ciekawym jego różnorodnych brzmień. Warto nauczyć się w hałasie wyławiać pojedyncze dźwięki, które nierzadko w zaskakującym akustycznym skrócie oddają charakter miejsca, zdarzenia, a nawet osoby. Wrażliwe ucho w codziennej radiowej pracy potrafi uratować niejedno nagranie, a nawet audycję: gdy uda się wychwycić komentarze wypowiedziane półgłosem w drugim planie, nieprzyjemny pogłos dużej hali, przyciszony dzwonek telefonu nakładający się na wypowiedź, drażniący pomruk komputera czy lampy jarzeniowej. Można oczywiście zdać się na coraz doskonalszą technikę i podczas montażu próbować korygować dźwięk. Nie zawsze jednak efekt pozbawiony jest sztuczności, a najczęściej w zwykłej, szybkiej pracy reporterskiej po

¹³ D. Woźnicka, *Centrum wszechświata*, „Press” 2013, nr 11, s. 49.

¹⁴ Tamże.

¹⁵ A. Semkowicz, *Nadaje się niewiele*, „Press” 2001, nr 6, s. 54.

¹⁶ J. Tuszewski, *Paradoks o słowie i dźwięku. Rozważania o sztuce radiowej*, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2005, s. 13.

prostu nie ma na to czasu. Niezbędny jest zatem odpowiedni wybór miejsca rozmowy jeszcze przed nagraniem, a w jego trakcie, właśnie w wirze zdarzeń, mimo skupienia uwagi na rozmówcy, należy jeszcze skontrolować poziom rejestrowanego głosu, tło, odgłosy i inne akustyczne detale. Jak się tego nauczyć? Podczas wielu godzin cierpliwego montażu. Zwłaszcza wtedy, gdy trzeba usunąć z materiału z trudem uzyskaną, barwną wypowiedź tylko dlatego, że zastukał niepozorny kabel od mikrofonu.

Wiedza i umiejętności warsztatowe (głosowe, językowe, kompozycyjne i techniczne) współgrają ze sobą w praktyce dziennikarskiej. Na nic w radiu wiedza bez zdolności atrakcyjnego mówienia i z drugiej strony – po co efektowny tembr głosu, skoro nie można go użyć do przekazania ważnej albo przynajmniej ciekawej treści?

WRAŻLIWOŚĆ

Ten wieloelementowy zbiór umiejętności radiowych jest jednak niepełny bez jeszcze jednej kategorii, która z pozoru nie pasuje do dziedziny nowoczesnych mediów: wrażliwości. Paradoksalnie to ona poświadcza klasę dziennikarza. Wrażliwość rozumiana jako zdolność zauważenia problemu, zatrzymania się przy osobie, która może mieć do przedstawienia intrygującą historię, ciekawy punkt widzenia, chęć szukania bohaterów audycji z dala od głównego nurtu wydarzeń i talent do wychwycenia w powodzi informacji zajmującego wątku czy – używając dziennikarskiego języka – tematu. Ta wyjątkowa cecha przejawia się w nastawieniu do rozmówcy, gotowości do wyobrażenia sobie jego emocji, próbach zrozumienia jego decyzji, zrozumienia – nie usprawiedliwienia. Wrażliwość pozwala na zdobycie zaufania rozmówców, a tylko wtedy możliwe jest uzyskanie szczerych wypowiedzi. Reporterka radiowa i dokumentalistka, Jolanta Kryswata, pracując przez trzy lata nad swym nagradzonym później w Polsce i Europie reportażem *Osieroceni*, wiele czasu poświęciła na to, by zamiast frazesów usłyszeć o autentycznych przeżyciach bohaterów swojego materiału: „Ludzie nie pojmowali, po co mi ta historia (...) i «jechali» jak do «Trybuny Ludu» oficjalnymi formułkami: «Państwo nasze, chociaż samo po wojnie było biedne, ale... tym wysiłkiem... pomoc sierotom, które... ble, ble, ble...» i tak dalej i dalej. (...) Ale to był pierwszy etap. Jak zobaczyli, że do nich wracam te 100 kilometrów, jak zobaczyli, że odszukuję innych, że biorę zdjęcia i idę na XERO COLOR w Lwówku, odbijam i potem szukam tych ludzi (...), jak widzieli, że jest zaangażowanie z mojej strony, to zaczęli sami pomagać w tym szukaniu i zaczęli też się otwierać. Jak się do kogoś wchodzi piąty raz, to już nie jest obcy, tak?»¹⁷. Profesjonalny dziennikarz nie pozwa-

¹⁷ K. Michalak, «Na własne uszy» z Jolantą Kryswatą, audycja *Reportaż Café* na antenie Polskiego Radia Lublin z dn. 17.10.2013 r. [online], <http://moje.radio.lublin.pl/17-10-2013-reportaz-cafe.html>, [plik audio] cz. 5, (22.11.2014).

la sobie na pozostanie na powierzchni zdarzeń. Z determinacją próbuje dotrzeć do głębi. Mikrofon bezwzględnie ujawnia nienaturalność, stąd wrażliwe ucho radiowca powinno wychwycić niuanse w zachowaniu rozmówcy przed mikrofonem, niekiedy wahanie, czasem lęk, innym razem niewygodne poczucie, że powiedział za dużo. Brak szacunku dla rozmówcy w profesji, która opiera się na niestannych kontaktach z innymi ludźmi w dłuższej perspektywie skazuje na przegraną.

Oczywiście można wykonywać ten zwód i nie mieć takich dylematów. Można nie zastanawiać się, czy rzeczywiście w materiale znalazły się najlepsze fragmenty nagrań, czy dało się to powiedzieć krócej i ciekawiej, czy w studiu spotkali się właściwie dobrani goście. Można nie przejmować się, czy bohaterowie materiału nie zostali przypadkiem skompromitowani. Można po prostu robić „dźwięczki” i „wejścia”, grać „setki” i montować „spece”. I tyle. Tylko czy opłaca się tracić życie na bylejałość? Pewnie w innej branży czekają większe pieniądze. Dziennikarstwo radiowe to wymagający zawód. Uprawiany rzetelnie wymaga pracowitości i determinacji, uczy pokory i odpowiedzialności. Domaga się zaangażowania. Bezceremonialnie wdziera się w prywatne życie. Zmusza do niestannego rozwoju, gdyż „mikrofon radiowy bardziej niż kamera telewizyjna pokazuje wnętrze człowieka i zawsze zwycięża ten, kto ma to wnętrze ciekawe”¹⁸. Radio jest wspaniałą, choć niełatwą przygodą. Nie warto uczestniczyć w niej bez pasji.

¹⁸ Zob. A. Semkowicz, *Nadaje się niewiele*.