

Stanisław Hajkowski

Łódź

## ROLA WYWIADU TELEWIZYJNEGO I DZIENNIKARZA W JEGO PROWADZENIU WE WSPÓŁCZESNYCH MEDIACH

Dla zaprezentowania przewagi, jaką ma wywiad telewizyjny nad innymi, chciałbym przywołać opowiadanie Pierre'a Dumayeta, kiedy to przeprowadzał wywiad z wieśniakiem chilijskim: „Siedział on na małym krześle przed swoim domem, miał duży kapelusze i był bardzo stary. Razem z nim był administrator posiadłości, który służył mi jako tłumacz. Wypytywałem szczegółowo wieśniaka, do kogo należy ziemia, którą on uprawia, a on mi odpowiedział, że należy do właściciela. W tym samym momencie administrator powiedział, że to nie ma znaczenia, ponieważ on (wieśniak) uprawię tę ziemię tak, jakby była jego. Zapytałem zatem wieśniaka: „Jeśli ta ziemia byłaby wasza, byłoby tak samo?”. W tym momencie zapanowało milczenie i trwało jedną minutę. Wieśniak po zrozumieniu pytania, które mu zostało przetłumaczone, spojrzał na mnie roześmiany, spojrzał na mnie i administrator uśmiechnięty ze swoim milczeniem, jego odpowiedź sprawiła, że zniknęli wszyscy, którzy byli razem, dla wszystkich było jasne co chciał powiedzieć wieśniak”<sup>1</sup>.

Zachowanie się, środowisko, znaki szczególne udzielającego wywiadu są opisywane za pomocą wielu słów w wywiadzie dziennikarskim, natomiast za pomocą wideo można w ciągu kilku sekund przedstawić je z precyzyjną dokładnością. Uzupełnianie się, synteza między audio i wideo mają szczególne znaczenie. Jeśli z jednej strony sam obraz wydaje się być uniwersalny, łatwo czytelny i jasny odczytaniu, to z drugiej strony zawiera luki opuszczonych słów z informacji, które są poprawione poprzez ciągłość obrazów z udziałem audio. Znamienne są nie tylko słowa, ale i cisza<sup>2</sup>. Milczenie chilijskiego wieśniaka powiedziało o wiele więcej niż to, co mógłby on powiedzieć za pomocą słów.

### 1. Cechy charakterystyczne wywiadu telewizyjnego

Przed wymienieniem różnych rodzajów wywiadu telewizyjnego chciałbym krótko przedstawić niektóre właściwości sposobu jego realizacji. To pozwoli lepiej zrozumieć korzyści i jego ograniczenia. Na bazie tego przedstawię różne rodzaje i formy wywiadu telewizyjnego.

<sup>1</sup> P. Dumayet, *L'interview televisuelle*, „Comunicaciones”, 8, editions du Seuil, 1961, s. 50.

<sup>2</sup> Por. T. Piazza, *L'intervista televisiva*, „Comunicazione di massa”, Gennaio/Aprile 1980, s. 171; por. także: P. Nazio, *Manuale del giornalismo televisivo*, Roma 1990, s. 145.

### 1.1. Zadania wywiadu telewizyjnego

Z punktu widzenia producenta, mówiąc generalnie, są dwa główne cele i zadania: **informowanie** i **rozrywka**. Są wywiady, które robi się w celu informowania<sup>3</sup>, inne dla rozrywki<sup>4</sup>, ale w wielu przypadkach te dwa zadania są połączone. Kiedy rozrywka zawiera instrukcje i informacje, stwarza się sytuację idealną dla komunikacji.

### 1.2. Przewaga wywiadu

Ta cecha<sup>5</sup> odnosi się do rozszerzenia całego programu telewizyjnego. W tym programie mogą być liczne wywiady, może być jeden długi wywiad lub też mogą być różnego rodzaju fragmenty muzyki bądź przedstawień teatralnych przeplatane licznymi wywiadami. W tej wielości łatwo odkryje się przewagę i znaczenie wywiadu.

### 1.3. Czas trwania wywiadu

Nie ma reguły, aby dokładnie określić czas trwania wywiadu. Niektóre są transmitowane fragmentarycznie i mogą czasami trwać kilka sekund, ale są również i takie wywiady, które trwają więcej niż godzinę. Zależy to tak od aktualności tematu, jak i ważności przekazywanego przesłania.

### 1.4. Jednorodność osób udzielających wywiadu

Każdy wywiad ma swój temat i szczegółowy cel. To sprawia, że w większości przypadków osoby udzielające wywiadu są z tej samej dziedziny (np. politycy czy sportowcy). Niemniej jednak różnorodność osób, z którymi się przeprowadza wywiad, sprawia, że program staje się bardziej interesujący i obiektywny.

To są tylko wybrane, najbardziej charakterystyczne cechy, spotykane w programach telewizyjnych<sup>6</sup>. Służą jako kryteria, aby sklasyfikować różne rodzaje wywiadów, szczególnie telewizyjnych.

## 2. Rodzaje wywiadu telewizyjnego

Generalnie wywiady dzielą się na **prawdziwe** i **sztuczne** (udawane). Wywiady sztuczne to takie, w których udzielający wywiadu nie tylko odpowiada na pytania, ale

---

<sup>3</sup> Są to dokumenty naukowe i informacyjne. Używa się eksperta lub świadka wydarzenia, o którym się mówi i coś się wyjaśnia. Por. T. Ceserato, *Brevi note di produzioni televisive*, Roma 1989, s. 68.

<sup>4</sup> Są to programy rozrywkowe i talk show. Tutaj przeprowadzający wywiad staje się zabawiającym. Por. ibidem, s. 68.

<sup>5</sup> Wszystkie cechy wywiadu zostały opracowane na podstawie książki: A.A. Cohen, *The Television News Interview*, Sage, Newbury Park 1987, s. 30-32.

<sup>6</sup> „In order to create a classification scheme it is necessary to develop criteria to distinguish among various elements of content, thereby assigning each element into a particular category. The attributes are presented for clarity of sorting out the interview process. Naturally, some of them overlap and are not all mutually exclusive”. Por. A.A. Cohen, *The Television*, s. 30.

sam również je zadaje. Są one często wykorzystywane w środowisku dziennikarskim czy też w programach politycznych. W tym przypadku wywiad staje się zwykłym narzędziem w reklamie jakiegoś produktu lub też jest promocją danej osoby. W niektórych przypadkach może też być formą rozrywki. Innym rodzajem wywiadu sztucznego jest taki, kiedy jego autor, wykorzystując istniejący już tekst, dodaje tylko pytania. W tym przypadku tekst literacki zostaje przekształcony w zupełnie inny tekst.

Stażystów BBC uczy się, że istnieją trzy podstawowe rodzaje wywiadów:

- **wywiad ujawniający**, w którym docieka się faktów.
- **wywiad informacyjny**, który daje odbiorcom wiedzę na dany temat.
- **wywiad emocjonalny**, który koncentruje się na opiniach rozmówcy<sup>7</sup>.

Ze względu na funkcję rozróżniamy:

- **wywiad informacyjny**: typowy dla programów dokumentalnych i informacyjnych. Często przeprowadza się wywiad z ekspertem lub też świadkiem jakiegoś wydarzenia, a tematem są aktualne wydarzenia i funkcją jego jest prezentacja problemów, przekazywanie informacji o nich<sup>8</sup>;
- **wywiad polityczny**: biorą udział przedstawiciele tzw. elit władzy (politycy, działacze społeczni, eksperci), ci, którzy sprawują kluczowe funkcje w systemie politycznym, mają wpływ na decyzje polityczne, bezpośrednio uczestniczą w sprawowaniu władzy politycznej, rozmawiają na tematy polityczne. Funkcją tego wywiadu jest prezentacja problemów i starcie poglądów. Tematem są sprawy publiczne – polityczne, gospodarcze, społeczne, a zdobywane informacje cechuje: aktualność, ważność, zgodność, personalizacja, negatywizm<sup>9</sup>;
- **wywiad rozrywkowy**: używany przede wszystkim w programach typu „talk-show” i dla rozrywki. Funkcją jego jest prezentacja osoby i jej przekonań, a dotyczy tematów uniwersalnych, ponadczasowych: życie osobiste, towarzyskie, moda, kulinaria. Zapraszany gośćmi są znane i popularne osoby: artyści, dziennikarze, politycy<sup>10</sup>;
- **wywiad kulturalny**: z pisarzami, artystami, filozofami, myślicielami na tematy związane z szeroko rozumianą kulturą (o filmach, książkach, muzyce itp.), ale też tematy egzystencjalne; zaspokajają przede wszystkim potrzeby estetyczne odbiorcy<sup>11</sup>. Przyjmując kryterium zawartości, mamy następujące wywiady:
- **wywiad osobowy**: program jest zbudowany wokół osobistości. Celem takiego wywiadu jest promocja i wyniesienie osoby udzielającej wywiadu lub też pogniębienie jej. Osoba jest zawsze w centrum tego programu;
- **wywiad opinii**: zbudowany jest wokół różnego rodzaju opinii i argumentów; w tym przypadku wielość osób daje możliwość zaprezentowania argumentów w sposób wyczerpujący.

---

<sup>7</sup> Por. A. Boyd, *Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne*, Kraków 2006, s. 142.

<sup>8</sup> Por. B. Sobczak, *Wywiad telewizyjny na żywo*, Poznań 2006, s. 31.

<sup>9</sup> Por. ibidem, s. 31.

<sup>10</sup> Por. ibidem, s. 31.

<sup>11</sup> Por. ibidem, s. 31.

Ze względu na użycie środków (kamera, studio, otoczenie) można wymienić następujące rodzaje wywiadu dla programu telewizyjnego:

- **wywiad twarzą w twarz** (jeden na jeden): jedna osoba udziela wywiadu dziennikarzowi. Osoba ta znajduje się bezpośrednio przed dziennikarzem. Odpowiada tak, jakby to była szczerza rozmowa, nie zwracając uwagi na kamery i mikrofony. Szuka sposobu, aby przekazać swoje opinie i myśli. Zwykły i intymny kontekst sprawia, że osoba udzielająca wywiadu czuje się swobodnie. Dziennikarz w dyskusji musi przedstawiać dobrą znajomość argumentacji<sup>12</sup>;
- **wywiad rodzaju „panel”**: w tym przypadku mamy dwie lub więcej osób udzielających wywiadu; uczestniczą one w pewnego rodzaju debacie z udziałem widzów. Tak może się zdarzyć, że pojedyncze osoby rywalizują ze sobą w dialogu pełnym emocji, a czasem i wrogości. Jeśli redaktor prowadzi dobrze dyskusję w formie „panel”, można uzyskać efekty nadzwyczajne, wciągając w to zarówno uczestników, jak i widzów;
- **wywiad jednej osoby**: udzielający wywiadu jest sam na przeciw kamery i zwraca się do publiczności ze swoim przesłaniem. W tym rodzaju wywiadu są różne wiadomości, przesłania z życia publicznego (apel ważnej osobistości, modlitwa czy błogosławieństwo w programach religijnych);
- **wywiad odległy** (odizolowany): zrobiony w pojedynkę w studio telewizyjnym za pomocą jednej tylko kamery i jednego monitora telewizyjnego. Osoba, która przygotowuje ten wywiad traktuje kamerę jako słuchacza czy też widza, a monitor jako zadającego pytania;
- **wywiad przez telefon**: jest to rodzaj szczególny wywiadu telewizyjnego zrobiony za pomocą telefonu. W przypadkach, kiedy nie jest możliwe przeprowadzenie wywiadu za pomocą kamery, to przeprowadza się go za pomocą telefonu i jest słyszalny tylko głos osoby udzielającej wywiadu. Dla tej osoby jest to normalna rozmowa telefoniczna<sup>13</sup>, natomiast widzowi przedstawia się fotografię lub materiał filmowy ze zbiorów osoby udzielającej wywiadu czy też pokazuje się inny materiał prezentujący to, o czym ona mówi. Najprostszym sposobem jest pokazanie fotografii osoby, która rozmawia przez telefon z redaktorem przeprowadzającym wywiad. Autorzy, opisując wywiad telefoniczny, wskazują na następujące jego cechy:
  - sposób komunikowania się między udzielającym wywiadu a prowadzącym go bez wcześniejszej znajomości;
  - możliwe jest popełnienie błędu ze strony prowadzącego-dziennikarza, kiedy nie zrozumie dobrze słów wypowiedzianych przez udzielającego wywiadu na skutek trudności technicznych;
  - podobieństwo wywiadu przez telefon do serwisu McDonalds, gdzie tak jak pożywienie, informacje otrzymujemy szybko i możliwe do przyjęcia, ale sposób przyjęcia pozostanie zawsze tajemniczy<sup>14</sup>.

<sup>12</sup> Por. P. Nazio, *Manuale*, s. 152.

<sup>13</sup> Por. G. M. Killenberg, R. Anderson, *Interviewing: Speaking, listening, and learning for professional life*, New York 2009, s. 174.

<sup>14</sup> Por. J. Brady, *The Craft of Interviewing*, New York 1977, s. 174-175.

- **wywiad z minikamerą:** dotyczy to rejestracji na miejscu zrobioną za pomocą jednostki przenośnej do rejestracji (mówi się o ENG, *electronic news gathering* – zbieranie elektroniczne informacji)<sup>15</sup>. Zwykle robiony jest przez dwie lub trzy osoby (producent, redaktor-dziennikarz i technik) w sytuacjach, które przewidują takie postępowanie. Wywiad tego rodzaju może być robiony na zewnątrz, poza miejscem zamieszkania lub też wewnątrz: w biurze, w domu itp. Formą uprzywilejowaną jest „zaskoczenie”. Udzielający wywiadu jest zaskoczony przez ekipę telewizyjną i nie jest w stanie uchylić się od pytań<sup>16</sup>.

### 3. Rola dziennikarza i reguły postępowania

Przeprowadzający wywiad dziennikarz, chcąc być przyzwoitym w wykonywaniu swojego zawodu, powinien postępować według konkretnych wskazań wypracowanych w dziennikarstwie na przestrzeni wieków, pozwalających na stworzenie rozmowy ciągłej i przebiegającej bez zakłóceń. W spotkaniu z osobą udzielającą wywiadu bardzo istotne jest pierwsze wrażenie. Zależy ono od wielu rzeczy, często pominiętych, zaniedbanych przez samego dziennikarza. Chodzi tu o wygląd zewnętrzny, sposób chodzenia, ubierania się czy też barwę głosu. Wszystkie te składniki mogą być ulepszone, aby uzyskać jak najlepszy wynik. Obok tych elementów są czynniki niezależne od woli dziennikarza i one stwarzają wrażenia niechcianych, jak np. pierwszy kontakt z udzielającym wywiadu, miejsce, wygląd pozostałych osób. Dobry dziennikarz, mający doświadczenie, powinien przewidzieć w większości wypadków te przeszkadzające czynniki<sup>17</sup>.

Właściwa realizacja wywiadu telewizyjnego, debaty telewizyjnej wymaga, aby były przestrzegane pewne reguły. A oto niektóre z nich<sup>18</sup>:

#### **1) Dziennikarz musi być mediatorem niezależnym, ale wymagającym, w wielu wypadkach nieubłagany.**

Rzadko się zdarza, aby dziennikarz był bezpośrednim świadkiem jakiegoś wydarzenia. Zwykle musi to odtworzyć. Do tego celu służy wywiad jako narzędzie uprzywilejowane. Do swojej dyspozycji ma świadków, aktorów, obserwatorów czy ekspertów, trzeba zrobić wszystko, aby przemówili. Nie ma tylko samych faktów obiektywnych, są również sentymenty, opinie, wrażenia. Tak stwarza się ciekawy dialog między dwoma rozmówcami, którzy znajdują się na różnym poziomie.

---

<sup>15</sup> ENG – jest to termin techniczny, mówiący o pewnym rodzaju pracy dziennikarskiej, do której używa się urządzenia zwartego i lekkiego.

<sup>16</sup> Autorzy, G.M. Killenberg i R. Anderson, opierając się na doświadczeniu amerykańskim, wyróżniają następujące rodzaje wywiadu: 1. News Interview, 2. Investigative Interview, 3. News-feature Interview, 4. Profile interview. Inny podział określony jest przez sytuację, w której dokonuje się wywiadu: 1. “Meet the Press”-type Format, 2. News Conference, 3. Roundtable, 4. Telephone, 5. Broadcast. Por. G.M. Killenberg, R. Anderson, *Interviewing*, s. 52-55.

<sup>17</sup> Por. ibidem, s. 22-29.

<sup>18</sup> Reguły dobrego wywiadu zostały opracowane na podstawie studium Y. Charon, *L'interview à la télévision*, Paris 1989, s. 15-24.

Z jednej strony jest udzielający wywiadu, wolny w swoich słowach i powściągliwy, a z drugiej – jest ktoś, kto stawia pytania; kto pyta o wszystko, mówiąc jak najmniej. W tym przypadku dziennikarz musi wejść w rolę pośrednika między rzeczywistością a publicznością.

Należy stwierdzić, że dziennikarz musi być neutralnym pośrednikiem, a to oznacza, że nie może z góry osądzać, nie może mieć żadnych uczuć wrogich czy przyjaznych wobec swego rozmówcy. Tę regułę muszą odzwierciedlać stawiane na początku pytania, bazujące na tym, co jest znane publiczności.

W rezultacie można dojść do wszystkiego, ponieważ dziennikarz jest również pośrednikiem wymagającym: on nie wie nic lub prawie nic, lecz jego wola poznania musi pozwalać na to, aby posuwać się na przód, za pomocą pytań i odpowiedzi pogłębiać wiedzę od swego rozmówcy.

Dziennikarza od policjanta lub sędziego zasadniczo różni to, że nie szuka tego, aby postawić w stan oskarżenia swego rozmówcę. Z drugiej strony wszystkie sprzeczności i ewidentne udawania muszą być podkreślone z całą starannością. Podobnie wszystkie nieprawdy wyrażone przez rozmówcę muszą być przyjęte, dopóki nie przedstawi się argumentów przeciwnych, a to nie zawsze jest łatwe.

## **2) Dziennikarz musi dobrze znać temat.**

Ta reguła dotyczy tak osoby pytaney, jak i sytuacji, która usprawiedliwia jej obecność. Wynik jest zawsze połączony z faktem, wydarzeniem, w którym osoba pytana jest aktorem, świadkiem czy też specjalistą. Dziennikarz nie może pozostać powierzchownym w szczegółach, które odnoszą się do czegoś.

## **3) Dziennikarz musi określić cel.**

Każdy wywiad umieszczony jest w jasno określonym obrazie w stosunku do aktualności. Znać osobę czy sytuację oznacza traktować ją pod każdym względem w sposób wyczerpujący. To daje gwarancję przeciw ryzyku mówienia głupstw.

Znajomość problemu pozwala na dominowanie w dialogu i ustawienie rozmówcy w koniecznych granicach. Dziennikarz powinien szukać kontaktu z przyjaciółmi, kolegami osoby pytaney, aby zdobyć materiał na temat przeszłego życia, jakichś nieznanych szczegółów i anegdot, które mogą wzbogacić i uczynić wywiad bardziej obiektywnym i bezstronnym.

## **4) Dziennikarz musi wydobywać z wywiadu informacje podstawowe.**

Wywiad jest sposobem na zebranie i skompletowanie informacji na dany temat. Ponieważ musi być krótko ujęty i zwięzły, dziennikarz zobowiązany jest wydobywać informacje obiektywne i rzeczowe (cyfry, fakty, wydarzenia, itp.) z wypowiedzi rozmówcy, dając mu możliwość zaprezentowania swego punktu widzenia i opinii. To jest właśnie to, czego na pierwszym miejscu oczekuje słuchacz i widz. Postępowanie takie jest potrzebne przede wszystkim w przypadku, kiedy wywiad jest częścią kroniki lub jakiegoś dochodzenia, gdzie wiadomości, informacje mogą być zintegrowane z komentarzem lub w wielu przypadkach mogą być zaprezentowane we wstępie. W innych przypadkach podstawowe informacje są włączone do prezentacji zaproszonego gościa lub mogą być użyte przy zadawaniu pytań. Fakt włączenia ważnej informacji wzmac-

nia wywiad. Publiczność natychmiast rozumie, że rozmówca uczestniczył w wydarzeniu, o które jest pytany. W innym wypadku odpowiedź będzie bardzo krótka<sup>19</sup>.

### **5) Dziennikarz musi być bardziej ofensywny i arogancki niż uprzejmy.**

To jest historyczna zasada: dziennikarze od wieków domagają się wolności i niezależności dla polityków i ekonomistów. Ten motyw dał początek nowym rodzajom wywiadu.

Pierwszy jest wywiad przywoity: stawiane pytania są delikatne i uporządkowane na tematy uzgodnione wcześniej. Rozmówca wypowiada dokładnie to, co postanowił powiedzieć i dziennikarz staje się narzędziem czystym i prostym w służbie danej osobistości. Przykłady tego rodzaju wywiadu powtarzają się w każdej kampanii wyborczej, kiedy oficjalnie przedstawiają kandydatów<sup>20</sup>.

Drugim rodzajem jest wywiad krytyczny: w tym przypadku dwaj bohaterowie znajdują się na tym samym poziomie. Niektórzy dziennikarze mają rozgłos podobny do wpływowych polityków. Mają silną pozycję w społeczeństwie i są kompetentni. W wielu przypadkach narzucają swoje warunki w wywiadzie, wykorzystując znakomicie narzędzie audiowizualne. Tak są ustanawiane prawa gry. To, co jest wcześniej ustalone, to nie pytania, ale tematy, które będą poruszane. Tak więc pytanie niewygodne, niespodziewane, zdumiewające może paść zawsze.

### **6) Dziennikarz musi unikać pytania bez odpowiedzi.**

Oczywiste jest, że pytany w wielu przypadkach nie chce lub nie może odpowiedzieć uczciwie na zadane pytanie. Ta odmowa może mieć formę wykrętu językowego lub być zręczną próbą do końca dyskusji. Ludzie polityki są mistrzami w tym przypadku.

### **7) Wiadomość musi być jasna i konkretna.**

Dziennikarz jest odpowiedzialny za jasność informacji przekazywanych w czasie wywiadu. Przede wszystkim jasność w pytaniach, ale również i jasność w odpowiedziach. Te dwa elementy są ze sobą połączone i jeśli pytania będą bardziej jasne i klarowne, to jest szansa, że i odpowiedzi będą takie. Aby uniknąć niebezpieczeństwa, warto zwrócić uwagę na żargon specjalistyczny. Oprócz tego dziennikarz musi znać swoją publiczność, wiedzieć, że na przykład, to, co jest dobre w jednym kanale telewizyjnym, może być pomyłką w innym.

Generalnie można powiedzieć, że jeśli wybór udzielającego wywiadu jest zadowalający i pytania początkowe zostały dobrze sformułowane, to odpowiedzi będą jasne

---

<sup>19</sup> W wywiadzie ważny jest rodzaj zadawanych pytań. G.M. Killenberg i R. Anderson wymieniają następujące rodzaje pytań: 1. Pytania otwarte, 2. Pytania zamknięte, 3. Pytania bezpośrednie i pośrednie, 4. Pytania badawcze, 5. Pytania wyjaśniające, 6. Pytania rozwijające, 7. Pytania konfrontujące, 8. Pytania argumentujące, 9. Pytania milczące, 10. Pytania pasywne, 11. Pytania łączące. Por. G.M. Killenberg, R. Anderson, *Interviewing*, s. 59. Natomiast B. Sobczak wymienia takie oto pytania: 1. Pytania otwarte, 2. Pytania otwarte motywujące, 3. Pytania otwarte dopinujące, 4. Pytania zamknięte, 5. Pytania alternatywy, 6. Pytania o rozstrzygnięcie, 7. Pytania o uzupełnienie, 8. Pytania prowokacje, 9. Pytania o fakty, 10. Pytania o wyjaśnienie, 11. Pytania o oceny, 12. Pytania o koncepcje, 12. Pytania o hipotezy, 13. Pytania o definicje, 14. Pytania o interpretacje, 15. Pytania o introspekcje; M. Sobczak, *Wywiad telewizyjny*, s. 84-124.

<sup>20</sup> Y. Charon ten rodzaj wywiadu nazywa "faire-valoir", por. idem, *L'interview*, s. 19.

i precyzyjne. A zatem dziennikarz będzie się starał, aby uczynić uściślenia, dodając jakąś definicję, jakiś przykład czy też anegdotę.

Brak jasności w wywiadzie jest w większości w tych przypadkach, kiedy:

- dziennikarz słabo zna udzielającego wywiadu lub słabo zna temat,
- pytania są zbyt specjalistyczne, trudne do uproszczenia (ekonomia, nauka, polityka),
- osoba udzielająca wywiadu jest zatwardziałym purystą, podburza się w każdym zwykłym wyrażeniu (w tym przypadku lepiej zmienić, jeśli nie jest za późno).

### **8) Trzeba zawsze hamować gadatliwego i pozwolić mówić „niememu”.**

Ta reguła została bardzo mocno przywołana przez niedawną ewolucję środków audiowizualnych i dziennikarze muszą być jej wierni. Dziennikarz ma zawsze do pokonania trudność związaną z wyborem: osobowości „świętych” aktualne czy świadków, anonimowych, niejasnych, często „niemych”.

Tym dwom przeciwstawnym odpowiadają dwa odmienne zawody. Z jednej strony sprawozdawca, reporter, który stara się znaleźć osobowość znaczącą dla danej sytuacji lub człowieka polityki trudnego do przybliżenia i mało mówiącego, który jest pokazywany za pomocą kadru bogatego w obrazy i dźwięki.

Z drugiej strony, animatora publiczności, prezentera zatroskanego przede wszystkim o prostotę rozkazów i przestrzeganie czasu, poszukującego rozmówców reprezentujących różne instytucje, znających dobrze funkcjonowanie środków komunikacji społecznej i błyskotliwych w dyskusjach.

Te dwa sposoby postępowania mogą ze sobą na wzajem współdziałać. Ważne jest, aby ten drugi nie dominował nad pierwszym, brak równowagi ma duży wpływ na przebieg wywiadu.

Należy protestować i krytykować wielkie emisje tak zwanych *talk-show*, które zwracają się zawsze bardziej w kierunku zaproszonych gości, cieszących się autorytetem, w kierunku pewnych wartości, bez niespodzianek, gdzie dyskutuje się nie dlatego, aby podzielić się własną wiedzą, lecz przekazuje się wiedzę o nas samych.

### **9) Dziennikarz musi rozmówcę animować, opisywać i ilustrować.**

Obraz rozmówcy twarzą w twarz z dziennikarzem, który pyta go zarówno dla radia, jak i dla telewizji nie jest wcale postępowaniem normalnym. Jest częścią umów informacyjnych, które poznają jawnie zadania subiektywne kamery i jest intruzem, który współpracuje w odkrywaniu rzeczywistości. Jednakże ten intruz musi maskować się w sposób najbardziej możliwy, aby nie krępować spontanicznych oznak rzeczywistości. Musi on szukać sposobu, aby wyjaśnić prawdę w danej sytuacji. Jest artystą w swoim atelier, pilotem, który lata itp.

Przedsięwzięcie to jest dość trudne. Zwykle jest realizowane na dwa sposoby:

- włączone zostaje w sytuację w czasie trwania wywiadu; udzielający wywiadu jest wspomagany obrazami i dźwiękiem, które uzupełniają jego słowa,
- rejestracja po zakończonym wywiadzie służy po to, aby zilustrować dźwiękiem i obrazami, które zostaną użyte później w czasie montażu.

### **10) Należy kontrolować wywiad po fakcie.**

W transmisji bezpośredniej jest wiele problemów. Zaproszony gość jest „panem” swoich deklaracji, natomiast dziennikarz jest „panem” wyznaczonego czasu.



Różnice są w przypadku rejestrowania wywiadu. Ponieważ wersja końcowa zwykle jest krótsza od tej zarejestrowanej, dziennikarz musi zawsze się ubezpieczać, aby nie mieć zniekształconych słów swego rozmówcy. Idealne byłoby zmniejszenie tej dysproporcji do minimum, ale to nie zawsze jest łatwe. W każdym przypadku to co najważniejsze w przesłaniu powinno być zachowane, a tym bardziej musi być respektowany jego sens. W razie wątpliwości należy zawsze wrócić do wersji oryginalnej. Jeśli wątpliwość nie ustępuje, należy przekonsultować z zainteresowanym. Ale podporządkowanie wersji końcowej temu, co chce udzielający wywiadu, jest skrajnością przeżyta przez dziennikarza jako kontrola po fakcie, bardzo bliską cenzurze.

Natomiast w debacie telewizyjnej, przedwyborczej, oprócz przestrzegania reguł przez dziennikarza prowadzącego ją ważną rzeczą jest ustalenie zasad postępowania i przebiegu debaty. Chodzi tu o formę jej przebiegu, jej czas, kolejność odpowiedzi, czas na odpowiedzi i na zadawanie pytań. Szczegóły te ustalają między sobą sztaby wyborcze kandydatów. Obecnie debata kandydatów stała się trwałym elementem większości kampanii wyborczych. Politycy przedstawiają wówczas swój program, wyrażają własne opinie i mogą zaprezentować się publiczności tak licznej, jakiej nie gwarantuje żadne inne medium. Obok zalet debata ma też i drugą stronę: zwycięsko wychodzi tylko jeden z uczestników debaty<sup>21</sup>.

Pierwsza w dziejach debata telewizyjna między kandydatami na urząd prezydencki odbyła się w Stanach Zjednoczonych 26 września 1960 r. i było to starcie Johna Fitzeralda Kennedy'ego i Richarda Nixona. Dla Nixona debata ta zakończyła się polityczną klęską. Z dużym powodzeniem debaty telewizyjne przyjęły Niemcy i Francja. W Polsce pierwsze debaty telewizyjne przedwyborcze odbyły się w 1995 r. i miały bardzo ważny wpływ na końcowy wynik wyborów.

### Summary

#### THE ROLE OF A TV INTERVIEW AND A JOURNALIST IN SHAPING IT IN THE CONTEMPORARY MEDIA

The first televised presidential debate between two candidates for the office of the president of the USA took place on September 26, 1960. The rivals were: John Fitzgerald Kennedy and Richard Nixon. In Poland, the first pre-election TV debates were held in 1995 and had a very important impact on the final result of the election. This article, divided into three sections, deals with the role of a TV interview and the role of a journalist conducting this kind of programs in contemporary media.

### Bibliografia

- Boyd A., *Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne*, Kraków 2006.  
Brady J., *The Craft of Interviewing*, New York 1977.

---

<sup>21</sup> Por. B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2007, s. 359.

- Ceserato T., *Brevi note di produzione televisiva*, Roma 1989.
- Charon Y., *L'interview à la télévision*, Paris 1989.
- Cohen A.A., *The Television News Interview*, Sage, Newbury Park 1987.
- Dobek-Ostrowska B., *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa 2007.
- Dumayet P., *L'interview télévisuelle*, „Communications”, 8, éditions du Seuil, 1961.
- Killenberg G. M., Anderson R., *Interviewing: Speaking, listening, and learning for professional life*, New York 2009.
- Nazio P., *Manuale del giornalismo televisivo*, Roma 1990.
- Piazza T., *L'intervista televisiva*, „Comunicazione di massa”, Gennaio/Aprile 1980.
- Sobczak B., *Wywiad telewizyjny na żywo*, Poznań 2006.