

CZY DZIECI SŁUCHAJĄ ANIOŁA? O AUDYCJACH RADIOWYCH DLA NAJMŁODSZYCH

Od kilku lat w polskich mediach zachodzą niepokojące zmiany. Nieustannie ogranicza się audycje radiowe i telewizyjne dla najmłodszych, czego przykład stanowi skrócenie, a następnie usunięcie dobranocki z I Programu TVP. Sprofilowane kanały i program traktowany jako kontent nie wychowują, a jedynie dbają o odbiorcę produktu medialnego jak o klienta. Ambitny przekaz stanowi wyzwanie finansowe oraz merytoryczne, ale warto edukować **młodego słuchacza czy widza, by w przyszłości stał się dojrzałym odbiorcą o rozwiniętych umiejętnościach percepcyjnych.**

W niniejszym opracowaniu zwracam uwagę na programy radiowe skierowane bezpośrednio do najmłodszych słuchaczy. Za pozytywną ilustrację działań medialnych uznałam radiofonię regionalną. Ponieważ poznańska stacja nadawcy publicznego nie produkuje programu dla dzieci, przedmiotem analizy stało się radio katolickie. Jego działalność **edukacyjna obejmuje nie tylko zróżnicowaną ofertę programową (bajki, audycje na żywo, interaktywne, otwarte studio), ale także pozaprogramową (konkursy, wycieczki do radia, warsztaty).** *Niedziela z Aniołem* gości na antenie od kilkunastu lat i tymi audycjami zajmę się szczegółowo. Najpierw sprawdzmy jednak, jak wygląda polska rzeczywistość medialna, a przede wszystkim przekonajmy się, w jaki sposób troszczymy się o najmłodszego słuchacza.

Chociaż wśród opracowań teoretycznych znajdują się m.in. prace Stanisława Jędrzejewskiego [1997, 2010], Tomasza Gobana-Kłosa [1999], Wojciecha Markiewicza [2000] oraz Grażyny Stachyry [2008], bp Adam Lepa twierdzi, że „Spośród czterech podstawowych mass mediów radiu w Polsce poświęcono dotąd najmniej publikacji” [2000, s. 73]. Od kilkunastu lat niewiele się zmieniło, nadal niewiele uwagi poświęca się programom radiowym. Nawet pobieżny przegląd literatury przedmiotu potwierdza niestety niską reprezentację tej tematyki w podręcznikach czy skryptach akademickich. W *Biblii dziennikarstwa* [Skworz, Niziołek, 2010] nie ma żadnego artykułu o programach radiowych dla dzieci. Ów obszerny tom zawiera natomiast zagadnienia gatunkowe, warsztatowe, komercyjne czy tematyczne. *Radio i społeczeństwo* [Stachyra, Pawlak-Hejno, 2011], opracowanie monograficzne, zajmuje się dziećmi jako grupą docelową akcji charytatywnej. Mało jest

tekstów na temat radia, a tym bardziej analiz audycji radiowych dla dzieci, skoro samych programów produkuje się coraz mniej. Telewizja publiczna nie emituje już codziennie dobranocki, tłumacząc się powstaniem kanału tematycznego ABC. Pomysł podjęła TVN, produkująca w ramówce 2014/2015 nowy program *Mali giganci*, talent show z udziałem dzieci, skierowany także do dorosłego odbiorcy. Tymczasem od lat dziewięćdziesiątych dyskutowane są zadania mediów publicznych. „Z perspektywy minionych lat niewątpliwie należy się zgodzić z postulatem zachowania misji w mediach publicznych. Daje to gwarancję zabezpieczenia szeroko rozumianego interesu publicznego” [Łuczak, 2014, s. 27]. Ów wspólny interes powinna gwarantować również dbałość o najmłodszych odbiorców.

W tradycyjnym podziale mediów omawiano dotychczas prasę, radio, telewizję oraz media internetowe. Obecnie zwraca się uwagę na pojęcia kontentu, produktu, słuchalności, a dopiero w tym kontekście targetu. Rzadko w sieci sprawdza się ramówkę, ważniejsze są portale informacyjne oraz media społecznościowe. Do podstawowych funkcji mediów nadal należy informacja, edukacja i rozrywka, często jednak realizowana jako infotainment. W przypadku stacji katolickich lista zadań jest znacznie dłuższa. Funkcje najbardziej charakterystyczne dla mediów katolickich oraz najczęściej wymieniane przez medioznawców to ewangelizacyjna, informacyjna, opiniotwórcza, propagandowa, edukacyjna, transmisji dziedzictwa kulturowego, rozrywkowa oraz integracyjna. Niezależnie od przyjętych typologii, zawsze wymieniana jest funkcja edukacyjna, czasem nazywana poznawczo-oświatową. Wśród prób charakteryzowania funkcji na podstawie opinii odbiorców znajduje się opracowanie Stanisława Jędrzejewskiego [Jędrzejewski, 2000] zawierające badania socjologiczne, w wyniku których powstał jasny podział funkcji na rozrywkowo-kompensacyjną, informacyjną i poznawczo-oświatową [Goban-Klas, 1997].

Wróćmy jednak do samego radia jako nowego medium w XX wieku. Niestety jego fenomen trwał krótko, do czasu powstania telewizji i Internetu. Internet jako nowe medium początkowo zagrażał radiofonii, następnie, dzięki rozwojowi technologicznemu, dał jej drugie życie (telefony komórkowe, komputeryzacja). Wolność słowa zastąpiła wolność eteru, niekoniecznie gwarantująca jakość programu z jednej strony i linearną percepcję z drugiej. Dziś traktujemy radio jako medium towarzyszące, elektroniczne, ślepe, nadal najszybsze, kształtujące wyobraźnię i poprawną polszczyznę, a nade wszystko bezpieczne dla dzieci. Jak pisze Adam Lepa, jako medium audytywne posługuje się wyłącznie fonią. „Funkcjonuje ono w specyficznym dla siebie środowisku akustycznym nazywanym sonosferą” [Lepa, 2000, s. 73]. Pomaga odnaleźć w słuchaczu takie wartości, które pozwalają określić odbiorcę jako *homo audiens*. Co do odbiorcy, ważną kwestią pozostaje pewnego rodzaju nieprzygotowanie słuchacza, czyli brak edukacji medialnej. Zapewne oferta odpowiednich programów miałaby szansę ów stan rzeczy zmienić.

Radio weszło w epokę cyfrową już w latach sześćdziesiątych. Nadal rozwija się dynamicznie: „Dwieście stacji radiowych w Polsce, kilkadziesiąt tysięcy na całym świecie: setki formatów, dziesiątki rozwiązań technicznych (...) zróżnicowane audytoria – od kilkuset do milionów słuchaczy” [Górski, 2002]. Jednak dopiero konkretne medium i szczególna tematyka stanowią ciekawe, choć trudne połączenie. Przykładem może być radiofonia katolicka, stanowiąca układ dosyć skomplikowany pod względem prawnym, ekonomicznym oraz religijnym. Już ponad 20-letnia historia katolickich mediów elektronicznych znalazła swoje odzwierciedlenie w opracowaniach naukowych i popularyzatorskich [Dyczewski, 1998; Sonczyk, 1999]. Być może mniej nietypowo misyjność realizują stacje katolickie dzięki pasmom dla młodego odbiorcy, charakter edukacyjno-rozrywkowy mają przecież audycje w wielu rozgłośniach diecezjalnych. Do takiego przykładu odwołam się w analizie materiałowej.

Elementy programu, narzędzia, estetykę przekazu można analizować w wielu perspektywach. Prostim kluczem wydaje się koincydencja słowa i dźwięku. „Podstawowym środkiem wyrazu w programach radiowych jest słowo i muzyka; metodami zaś, po które radio sięga najczęściej, są: odpowiednio stosowana selekcja treści, argumentacja budowana na emocjach oraz różne formy rozrywki”. Ponadto, moim zdaniem, warunek *sine qua non* udanej audycji stanowi nie tylko ciekawy pomysł, ale także budowanie odpowiedniego nastroju i tworzenie dobrej atmosfery.

Oczywiście medium towarzyszące implikuje wybiórczą percepcję. Wiele zależy od aktywności odbiorcy, czy słucha radia z zaangażowaniem, czy nie – co nazywa się percepcją typu *listen* albo *hear* [Markiewicz, 2000]. Dodajmy do tego specyfikę odbioru takiego słuchacza, jakim jest dziecko, uwzględnijmy jego wiek, płeć, cechy osobowe, pasje. Nielinearność przekazu i percepcji należy skonfrontować z przyzwyczajeniami najmłodszych słuchaczy i owych przyzwyczajzeń systematycznym kształtowaniem. Pozostaje jeszcze subiektywizm odbioru nawet najciekawszego programu, o którego efektach decydują sami słuchacze oraz ich rodzice czy wychowawcy. Jak więc ocenić jego wpływ na osobowość małego człowieka? Zwraca się na to uwagę w badaniach, okazuje się bowiem, że wymiar pedagogiczny radia jest zwielokrotniony przez jego wszechobecność, natomiast wychowawcze walory radia nie mogą być ocenione jednoznacznie [Vandenbulcke, 1992].

Wydaje się, że niestety radio dla najmłodszych to niewykorzystane szanse. W Polsce w ciągu minionych 20 lat istniały możliwości prawne i materialne, by zatroszczyć się o młodych odbiorców. Tymczasem względy finansowe stopniowo wymuszały mniej ambitne propozycje kosztem przeznaczonego dla nich czasu antenowego. „Wiele zastrzeżeń rodziła oferta programowa dla dzieci i młodzieży” już pod koniec lat dziewięćdziesiątych [Dobek-Ostrowska, 1998]. Pytanie

o to powinni zadać sobie wydawcy, prezesi, redaktorzy, a nawet rodzice, nie tylko rzecznik praw dziecka. Dlaczego nie ma już wielu programów, audycji ukochanych przez milusińskich? Nie ma środków, linia programowa się zmieniła czy metody wychowawcze uległy zmianie? A może kanały tematyczne to odpowiedź na chęć zostawienia dziecka sam na sam z ekranem telewizora czy komputera, w najlepszym razie z książką w wydaniu audio? Na szczęście media nie lubią próżni, brak audycji w jednej stacji to zadanie, sygnał do działania dla innego nadawcy. Takim przykładem są z pewnością konkretnie sprofilowane stacje internetowe, jak Baby Radio czy Radio Bajka. Być może do nich należy przyszłość, dywersyfikacja oferty programowej i emisja on-line dają nowe możliwości, kształtują nowe grupy odbiorców. Mogą się o tym przekonać od niedawna odbiorcy sygnału cyfrowego: „Polskie Radio 1 kwietnia rozpoczęło emisję nowego programu skierowanego do najmłodszego słuchacza – Polskie Radio Dzieciom. – Będziemy bawić, uczyć i pobudzać wyobraźnię. Do potrzeb małego słuchacza podejmiemy z wielką powagą – przekonują twórcy programu”¹.

Dotychczas tradycyjne, duże media proponowały działania programowe oraz pozaprogramowe. Kategoria programowa może być realizowana merytorycznie i na przykład gatunkowo, od form poradnikowych do audycji interaktywnych, co potwierdza prowadzony przez autorkę monitoring. Do pozaprogramowych działań edukacyjnych należą inicjatywy promocyjne, jak warsztaty, zajęcia dla dzieci, ale też konkursy, festyny itp. Słuchaczem może być zarówno dorosły – rodzic, nauczyciel, jak też dziecko, dojrzały odbiorca mediów *in spe*, obserwator rzeczywistości, uczestnik życia kulturalnego. W niniejszym opracowaniu przedmiot zainteresowań stanowią audycje radiowe dla najmłodszych słuchaczy, niezwykle wdzięcznych, ale też niezwykle wymagających.

Oczywiście media nie są ani bezpośrednim, ani jedynym narzędziem edukacji, są tylko i aż środkiem w zdobywaniu wiedzy, najlepiej pod kontrolą dorosłych, z udziałem rodzica, opiekuna, wychowawcy, którzy od razu mogą aktywnie włączyć się w proces edukacji, by wpierać percepcję dziecka. Radio jako ślepe medium, audytywne, powinno uczyć pięknej polszczyzny, a nawet pomagać w dobrej zabawie. To teatr żywego słowa, kształcący wyobraźnię, bardziej wymagający niż telewizja, dający większą samodzielność, swobodę interpretacyjną, uczący skojarzeń, logicznego myślenia. Na poziomie percepcji radio uczy słuchania, skupienia, wyciszenia, ale również cierpliwości, czekania na swoją audycję, obecnie także powrotu do niej w formie podcastu. Udaje się to dzięki autorom programów poprawnych językowo, merytorycznie ambitnych, realizowanych w ciekawy sposób.

¹ <http://www.polskieradio.pl/18,Dzieci> [dostęp: 20.04.2015].

Niewykorzystanie realnych możliwości stwarza zagrożenia na przyszłość. Można je dostrzec najpierw w samych strukturach organizacyjnych radia, a także w wychowaniu dzieci. Dzisiejszy mały słuchacz to przecież jutrzejszy dorosły, dojrzały albo niedojrzały odbiorca, uczestnik życia kulturalnego, społecznego, religijnego.

Sytuację diagnozował już kilka lat temu Rzecznik Praw Dziecka, Marek Michalak. W liście z 2012 r. skierowanym do Prezesa Polskiego Radia stwierdzał, że otrzymuje niepokojące sygnały o zubożeniu programu. Coraz rzadsze są audycje, „które otwierałyby dzieciom oczy na świat wyobraźni, przemawiałyby językiem literackim i uwrażliwiałaby na treści artystyczne”. Fale Polskiego Radia docierają zaś wszędzie, skąd płynie myśl, by wykorzystać owo medium (radio) do nadawania audycji potrzebnych każdemu dziecku – audycji dobrych i pięknych, dającym słuchaczom radość i odprężenie². W 2013 r. Rzecznik Praw Dziecka zwrócił się do Prezesa Telewizji Polskiej S.A. o przedstawienie informacji na temat planów TVP w zakresie produkcji i emisji programów dla dzieci i młodzieży oraz dotyczących problematyki wychowania – programów dla rodziców³. Apelował nie tyle o zachowanie obecnego stanu rzeczy, ile właśnie o podwyższenie poziomu audycji i emisję programów dla dzieci, jednocześnie pamiętając o aktualnej ofercie. Z jednej strony brak bowiem od pewnego czasu form ambitniejszych, zapewne czasochłonnych, a tym samym droższych. Z drugiej strony warto się zastanowić, w jaki sposób istniejąca oferta programowa służy rodzicom, środowisku nauczycieli i wychowawców, by podkreślić znaczenie korelacji edukacyjno-wychowawczych. Nie chcę bronić mediów, bo rzeczywiście niebezpiecznie zmniejszają się środki na ambitne programy. Warto się natomiast zastanowić, czy i w jaki sposób wykorzystujemy to, co mamy. Czas transformacji polskich mediów, ich upolityczniania i finansowania, opisywany przez wielu autorów [np. Dobek-Ostrowska, 1998], wydaje się nie mieć końca. Brak czasu antenowego, środków na audycje dla dzieci, przekonania o ich znaczeniu, zostawieniu pomiędzy wyzwaniem współczesności a zmianami w Europie i świecie, może okazać się brzemiennie w skutkach [Jędrzejewski, 2010].

Niewykorzystane niestety wydają się możliwości nadawcy publicznego. Propozycje Polskiego Radia realizowane są pod hasłem *Radio dzieciom*, obejmują *Jedynkę dzieciom*, a także *Zagadkową niedzielę*. Mają ogromne możliwości w kształtowaniu młodego słuchacza, świadomego odbiorcy programu, a nie tylko

² http://www.brpd.gov.pl/wystapienia/wyst_2011_04_18_pr.pdf stan z dnia 16.03.2015. Rzecznik Praw Dziecka wiele razy kierował listy do osób zarządzających mediami oraz w innych kwestiach społecznych związanych z sytuacją dzieci w Polsce.

³ <http://brpd.gov.pl/aktualnosci/programy-dla-dzieci-misja-publicznego-nadawcy-0> stan z dnia 20.03.2015.

oferty medialnej. To zadanie niezwykle ważne i odpowiedzialne, podobnie jak oferta audycji edukacyjnych skierowana do rodziców czy wychowawców. Co więcej, to przecież tylko i aż wypełnienie misji mediów publicznych, gwarantowane dzięki polskim rozwiązaniom ustawowym oraz konwencji praw dziecka. Poniżej przedstawiony zostanie jedynie zarys oferty radia publicznego, ponieważ takimi audycjami zajmowałam się już we wcześniejszych badaniach [Zagórska, 2013].

Jedynka dzieciom to audycje emitowane codziennie od poniedziałku do niedzieli o godz. 19.30 w I Programie Polskiego Radia, cieszące się popularnością wśród najmłodszych odbiorców. Natomiast *Zagadkowa niedziela* to tytuł audycji III Programu Polskiego Radia, nadawanej od 7.00 do 9.00; zastrzeżenia rodziców, dzieci i wychowawców dotyczą zbyt wczesnych godzin jej emisji. Poranek niedzielny to zapewne relatywnie tanie pasmo, ale nie jest idealnym czasem do słuchania programu dla milusińskich. Radio publiczne musi sobie pozwolić na ciekawy sposób realizacji, czyli czasochłonny i niekoniecznie najtańszy. Realizacja na żywo umożliwia telefony słuchaczy, rozmowy na żywo i udział w audycji. Spośród pozaprogramowych działań warto wymienić choćby konkursy, opisy na stronie we własnej zakładce, zdjęcia, dobrą grafikę, czyli nowe możliwości dla moderatorów portalu. Abstrahując od konkretnej oferty programowej, ważną kwestią pozostaje przyzwyczajenie słuchacza do odbioru czynnego, zaangażowanego nie tylko na poziomie interaktywności w czasie realnym. Może się to udać dzięki telefonicznej rozmowie, udziale w konkursie czy zachęcie do lektury książki.

Co zatem było i jest na antenie? Już dawno z rozgłośni regionalnych zniknęły audycje dla dzieci. Poznańskie Radio Merkury na swojej antenie miało ambitne realizacje z udziałem pisarki Małgorzaty Musierowicz i Emilii Waśniowskiej⁴, poznańskiej poetki, świetnego pedagoga i nietypowego dyrektora szkoły. Przez kilka lat jako *Radiowa Sowa* współpracowała z Radiem Merkury. Później przygotowywała i prowadziła audycje literackie dla dzieci i młodzieży w ówczesnym Katolickim Radiu Poznań (dziś Radio Emaus).

Niedziela z Aniołem

Radio Emaus to diecezjalna rozgłośnia działająca od 20 lat, której sygnał dociera do odbiorców w Wielkopolsce, przede wszystkim mieszkających na terenie archidiecezji poznańskiej. Powołana do istnienia jako Rozgłośnia Archidiecezjal-

⁴ Zob. http://pisarki.wikia.com/wiki/Ma%C5%82gorzata_Musierowicz stan z dnia 15.03.2015: (M. Musierowicz – przyp. KZ) „W latach 90. współpracowała z lokalną rozgłośnią Radia Merkury (prowadziła audycję dla dzieci i młodzieży)”; http://pl.wikipedia.org/wiki/Emilia_Wa%C5%9Bniowska stan z dnia 15.03.2015: „(E. Waśniowska, 1954 – 2005, przyp. KZ) Przez kilka lat, jako *Radiowa Sowa* prowadziła audycję dla dzieci w Radiu Merkury Poznań”.

na, istniała jako Katolickie Radio Refleks, Katolickie Radio Poznań, Radio Plus Poznań, a od 2003 r. – Radio Emaus⁵.

Od początku stacja miała charakter lokalny i społeczno-religijny. Obecnie w programie znaleźć można informacje z regionu i z życia archidiecezji, ale także tematy edukacyjne oraz kulturalne [Szczepaniak, 2015]. Redakcja nie chce dokonywać radykalnej unifikacji treści i segmentacji odbiorcy, program pozostał dosyć pluralistyczny, rodzinny, skierowany do każdego odbiorcy. Kształci słuchacza, stąd audycje dla dzieci emitowane są prawie od początku istnienia rozgłośni, nie rezygnuje się z nich ani nie ogranicza ich czasu antenowego.

Katolicka stacja ma zasięg regionalny, prawie tożsamy z zasięgiem rozgłośni Polskiego Radia, czyli Radia Merkury. Obecnie Emaus jako jedyna redakcja w Wielkopolsce przygotowuje audycje dla dzieci, emitowane codziennie o godz. 19.30, zatytułowane *W dobrym radiu dobra bajka*. Program dla dzieci gości na antenie od prawie 20 lat. Na stronie WWW nie są zamieszczane podcasty audycji, co z kolei stanowi pewną trudność dla badacza. O tym, że młody odbiorca traktowany był od początku istnienia rozgłośni poważnie, świadczy fakt dodania do krótkiego ówczesnie pasma wieczornego (20.00–22.00) audycji dla dzieci (19.30–20.00); jej czas emisji do dziś się nie zmienił.

Codziennie pasmo charakteryzowane jest na stronie stacji w następujący sposób: „Jego założenia opierają się na trzech P – POZNAJ – POROZMAWIAJ – POSŁUCHAJ. Poznaj – świat zwierząt – w studiu żyrafy Gabrysi, prawdę i legendę o dawnych czasach – w audycjach o historii Polski i nie tylko, siebie – w odpowiedziach na dziecięce pytania i niedzielnym studiu Anioła, świat dobrego słowa i piękne brzmienia – w audycjach literackich i muzycznych opowieściach. Porozmawiaj – w większości naszych audycji jest czas na kontakt z małym słuchaczem – dzieci odpowiadają na konkretne pytania konkursowe lub rozwijają wyobraźnię, proponując zakończenia opowiadanych historii i podpowiadając bohaterom określone sposoby zachowania. Posłuchaj – każda audycja kończy się historyjką na dobranoc czytaną z książek wydawnictw, z którymi współpracujemy lub wymyśloną przez twórców programu dla dzieci”⁶. Ciekawe, choć czasochłonne byłyby badania całego pasma, by jednak urealnić opracowanie, do analizy wybrana została tylko audycja niedzielna.

Niedziela z Aniołem to program realizowany na żywo, którego autorami są s. Ines Krawczyk, redaktor naczelna „Małego Przewodnika Katolickiego”, oraz Andrzej Sikorski, poznański poeta i archeolog. W latach dziewięćdziesiątych każ-

⁵ Informacje pochodzą ze strony radiowej: <http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/historia/historia.html> [dostęp: 10.04.2015 oraz ze źródeł własnych].

⁶ http://www.radioemaus.pl/#/pl/nasze_audycje/w_dobrym_radiu_dobra.html [dostęp: 10.04.2015].

dego dnia audycje dla zróżnicowanych wiekowo młodych odbiorców przygotowywał cały zespół osób, codziennie zmieniał się prowadzący. Wszystkie programy odbywały się na żywo, interaktywnie, dziś pozostała w takiej formie przede wszystkim analizowana audycja.

Niedziela z Aniołem znajduje się w weekendowej ramówce w godz. od 19.30 do 19.55, między blokami reklamowymi a serwisem informacyjnym. Audycja trwa ok. 25 minut. Ma swoją oprawę, czyli jingle, podkład oraz specjalną playlistę z piosenkami wybieranymi ze względu na kryteria wiekowe oraz tematyczne. Poza tym playlista gromadzi bogaty repertuar, nie tylko religijny, dostosowany do wieku odbiorców, codziennie w wieczornych audycjach emitowane są dziecięce przeboje. W niedzielę oczywiście dzwonią mali słuchacze, biorący udział raczej w rozmowie niż w konkursach, ponieważ taka jest formuła programu. Niniejsze opracowanie opiera się na monitorowaniu programu od kilku lat, a szczegółowa analiza z przykładami dotyczy przede wszystkim materiału emitowanego oraz zarejestrowanego w lutym, marcu i kwietniu 2015 r.

Opisując audycję *Niedziela z Aniołem* i sposoby komunikowania między uczestnikami, warto najpierw zastanowić się, kto bierze w nich udział. Prowadzący, jak sami się przedstawiają, to s. Ines, Andrzej i Aniołek. Program skierowany jest do odbiorców w wieku przedszkolnym, z uwzględnieniem dawnej zerówki, czyli sześciolatków. Każdy, nawet dorosły, może słuchać audycji z zaciekawieniem i przyjemnością. Dzieci są odbiorcami oraz uczestnikami programu, czasem również gośćmi w studiu, jednak najczęściej rozmawiają z prowadzącymi przez telefon. Na jaki temat? Na każdy, życiowy, ważny dla małego człowieka: „Jak w każdą niedzielę, zawsze mam z Wami coś ważnego do omówienia; Chcę z Wami porozmawiać na bardzo ważny temat”. Prowadzący przekomarzają się między sobą i razem rozmawiają z dziećmi. Przykładowe tematy dowodzą, że są one po prostu potrzebne, istotne, niekoniecznie li tylko anielskie.

22.02.2015.

Początek Wielkiego Postu. W audycji uczestniczyło troje małych gości. Rozmowa dotyczyła postanowień oraz pustyni, co wyjaśniał ekspert Aniołek, który właśnie z niej wrócił. Miał w skrzydłach dużo piasku, więc trudniej było mu lecieć.

1.03.2015.

Ulubione miejsca. Dla dzwoniącego Tomka był to kącik z klockami, dla Pana Andrzeja – tajemnicza szuflada.

8.03.2015.

Od instrukcji (obsługi) do dekalogu. Rozmowa dotyczyła różnych instrukcji obsługi, a następnie gier komputerowych. Pointą było krótkie przypomnienie najważniejszej instrukcji, jaką jest dekalog.

15.03.2015.

Niedziela Radości w Wielkim Poście. Autorzy audycji pytali dzieci, co sprawia im radość. Marianka, która zadzwoniła, zaśpiewała piosenkę, ponieważ lubi śpiewać.

22.03.2015.

Cierpliwość. Prowadzący zachęcali, by pracować nad cnotą cierpliwości. Zachęcali też, by brać przykład z radiowego chwalipięty, czyli Aniołka, i być cierpliwym jak anioł.

29.03.2015.

Niedziela Palmowa. Rozmowa o palmach, a przede wszystkim o zarozumiałym osiołku z Jerozolimy, który zadzierał nosa.

5.04.2015.

Niedziela Wielkanocna. Audycja świąteczna, w której Aniołek opowiadał o najważniejszym poranku, a inni goście, dorośli specjaliści, wspominali swoje dzieciństwo i zwyczaje wielkanocne sprzed wielu lat.

Po zachęcie i zaproszeniu do rozmowy mali słuchacze dzwonią i uczestniczą w audycji, wypowiadając się na wskazany przez prowadzących temat. Warto zwrócić uwagę, jak bardzo nietuzinkowy jest jej przebieg. Oczywiście konieczny pozostaje etap przygotowania, omówienia tematu, ale nie wystarczy opieranie się na dokładnym scenariuszu. Nie da się w taki sposób współpracować z dziećmi, konieczne trzeba uwzględnić improwizację. Jednak istotniejsze wydaje się ciepło prowadzących, życzliwość oraz swoista teatralizacja całej audycji – s. Ines wypowiada się we własnym imieniu, a także mówi głosem Aniołka. Pochwalić należy jej aktorskie wręcz wykonanie oraz kreatywne prowadzenie rozmowy przez Pana Andrzeja, by zamiana ról stała się możliwa i miała sens.

Przyjrzyjmy się przykładom, by zbadać, jak przebiega radiowa komunikacja z dziećmi. Uwzględniono takie formy językowe, jak konstrukcje grzecznościowe, zwroty adresatywne, charakterystyczne wypowiedzi radiowe, a także wskazania merytoryczne, czyli zapowiedź tematu audycji i przebieg rozmowy.

1. Powitania, pożegnania

Rzadko na rozpoczęcie czy zakończenie audycji stosuje się formy religijne, nie pojawiają się one prawie wcale. Najczęstsze są więc typowe powitania świeckie, np. „Dzień dobry, dobry wieczór”, które wydają się naturalne najmłodszym słuchaczom. Podobnie jest z częstymi powtórzeniami, by dzieci usłyszały i zrozumiały, a nawet potraktowały to żartobliwie, jak zabawę, np. „Witamy, witamy;

Halo, halo..." Dzwoniąc do radia, witają się w podobny sposób. Powitanie łączy się z tytułem audycji, np. „Witamy, witamy. To jest *Niedziela z Aniołem*”.

Zakończenie audycji następuje najczęściej tuż po podsumowaniu tematu. Typowe są radiowe formy pożegnania, np. „Do usłyszenia za tydzień”, „Nasz czas dobiega końca”. Bywają też mniej typowe, świąteczne, np. „Spotkamy się za tydzień, kiedy już wszyscy będziemy mogli zaśpiewać Alleluja!”.

2. Delimitatory

Sposoby rozpoczynania audycji, przedstawiania się oraz prowadzenia rozmowy są typowe dla radiowych programów.

Przykłady:

Witamy, witamy. *Niedziela z Aniołem* rozpoczęta, w studio jak w każdy niedzielny wieczór przy mikrofonach s. Ines...

W studiu o tej porze jak zwykle... Aniołek, Andrzej i s. Ines, jesteśmy w komplecie.

Podobnie wygląda zakończenie audycji, np. „Jak zwykle nasz czas antenowy dobiega końca”, „Żegnają się dzisiaj z Wami: Andrzej, Aniołek i s. Ines”.

Prowadzący rozmawiają na konkretny temat, ale rzadko zwracają się bezpośrednio do siebie. Wyjątkiem jest oczywiście Anioł, np. „Powiedz, Aniołku...” Autorzy audycji mówią raczej do dzieci, czasem nawiązując do tego, co ktoś wcześniej powiedział w studiu czy podczas rozmowy telefonicznej albo po prostu tłumacząc coś, co może być niejasne, niezrozumiałe, np. „Siostra już coś powiedziała na ten temat...”

Kończenie wątku czy całego programu to radiowa sztuka, by nikogo nie urazić, a jednocześnie pilnować czasu, np. „Pewnie będziemy potrzebować Waszej pomocy, ale o tym po piosence...”

„Musimy skończyć naszą audycję”.

3. Zwroty adresatywne

Poprawność językowa wymaga używania konstrukcji rzadziej obecnie słyszanych przez dzieci. Do takich należy z pewnością stosowanie imion w wołaczu. Kształtowanie wzorców językowych to dodatkowy walor audycji dla dzieci, które przecież uważnie słuchają, jak do siebie i do uczestników audycji zwracają się prowadzący.

Przykłady:

Tomku, bardzo nam pomogłeś.

Bardzo Ci, Piotrze, dziękujemy...
Pawle, jak myślisz...
Tak, Aniołku, liczymy w tej kwestii na Ciebie.
Panie Andrzeju, dlaczego?
Nie wiem, czy ktoś o tym słyszał, Panie Andrzeju.

Występują też formy w liczbie mnogiej, choć *Aniolki* mają niską frekwencję tekstową, np. „Dziś mieliśmy te nasze skromniejsze palmy, choć rekordzistka miała kilkadziesiąt metrów. Widać je do samego nieba, ho, ho! I drapią Was, Aniolki!”.

4. Język

Zaimki osobowe, dzierżawcze spełniają, czasem wzmacniają niejako funkcję fatyczną. Mobilizują słuchacza, podkreślają zwroty do adresata, najczęściej łączą się z pytaniami.

Przykłady:

Mam pytanie do Was...
Mamy do Was wiele pytań.
Chciałem zapytać Was...

5. Zaproszenie do udziału w audycji

Zachęta do rozmowy (telefonicznej) stanowi połączenie punktów 1 i 3. Użycie zwrotów adresatywnych, imiennych, przywitanie na antenie jest bezpośrednie, możliwe dzięki interkomowi i ustaleniom z realizatorem czy osobą odbierającą telefony poza anteną, czasem dzwoniący sam się przedstawia. Numer telefonu podaje najczęściej s. Ines, np. „61 8500 500 to jest numer telefonu do naszego studia”.

Przykłady:

Mamy pierwszego rozmówcę. Halo, halo, kogo witamy? Tomka?

Halo, halo, dzień dobry, tutaj Paweł.

– Przyszedł nam ktoś z pomocą, halo, halo.

– Słucham?

– I kto się do nas dodzwonił?

– Piotr XX.

– Jeśli ktoś słyszał, dlaczego osiołek miał zadarty nos, bardzo prosimy o koło ratunkowe i odpowiedź, bo my z Panem Andrzejem nie wiemy i jesteśmy trochę zagubieni. To tak na ucho powiem, że Aniołek z tego powodu zadziera nosa.

- Wcale bardzo zadzieras, Aniołku, swój nos.
- Miało być i będzie o nosie.
- O nosie czworonoga?

6. Tam jest tutaj – świat i studio

Opisu świata, rzeczywistości, także religijnej, dokonują wszyscy prowadzący, czyniąc czasem urealnienie na zasadzie tam jest tu, otwierając przestrzeń radiową. Często wypowiada się w taki sposób Aniołek.

Przykłady:

Cieszyłem się, widząc dzieci idące dziś na mszę św.

Bo dziś jest wyjątkowa niedziela. Prawie w środku Wielkiego Postu jesteście, to Niedziela Radości...

Powiem o zarozumiałym osiołku, co to zadzierał nosa...

- Czy to ten sam osiołek co w Betlejem?
- Nie.
- Tamten nie zadzierał nosa.

Odniesienia do roku liturgicznego pojawiają się w analizowanym materiale ze względu na specyfikę czasu monitorowania audycji. Wszyscy prowadzący podkreślają, że rozpoczyna się ważny tydzień, np. „My też wchodzimy w ten Wielki Tydzień”; „Co się potem stanie, to przypomnimy sobie w Wielki Czwartek, Wielki Piątek i Wielką Sobotę”.

7. Kontekst radiowy

Nawiązanie do rzeczywistości radiowej dokonuje się w różny sposób, choćby za pomocą odwołania się do tego, co dzieje się w studiu, czy też do tekstu piosenki, jak zacytowanie refrenu: „Bardzo ważne słowa...” Pan Andrzej opisuje sytuację oraz radiowe tu i teraz, np. „Widzimy mnóstwo notatek”.

Każdy z prowadzących w sposób naturalny czyni takie podprowadzenie, korzystając z ustalonej playlisty i widząc podczas trwania audycji na ekranie komputera, jaki utwór zostanie za chwilę wyemitowany.

Przykłady:

Wszystko okaże się po piosence.

A teraz zapraszam do słuchania i do myślenia. („Tak to tak, nie to nie, dobro jest dobre, a zło jest ble!”)

8. Wprowadzenie tematu

Zapowiedź tematu sygnalizowana jest na początku audycji, czasem tzw. zagajenie odbywa się później, czasem bywa krótkie, innym razem wymaga dłuższego wstępu, uzasadnienia.

Przykłady:

Jakie Wy macie doświadczenia z instrukcjami?

Anioł: Nie czytacie instrukcji? Chciałbym z wami porozmawiać o instrukcjach, które informują nas, jak należy zachować się w konkretnej sytuacji.

Są instrukcje, które gwarantują nam bezpieczeństwo (BHP) i ja chciałbym się dowiedzieć, jakie Wy znacie instrukcje i co z nimi w ogóle robicie.

To pytanie do tych, którzy lubią grać w gry komputerowe...

Chciałem zapytać Was, bo co sprawia Wam największą radość? Pomyślcie przez chwilę...

Chcemy z Wami porozmawiać o palmach, o Niedzieli Palmowej, o słowie „hosanna”...

I przygotowanie na dobry początek bardzo dobrej audycji i na dobry początek bardzo ważnego tygodnia...

Dzieci mają być w rozmowie małymi ekspertami, stąd budzenie w nich przekonania, że wiedzą coś, czego nie wiedzą s. Ines czy Pan Andrzej. Jak twierdzi Aniołek, „Skoro Wy nie słyszeliście nic o takim osiołku, to poczekamy, może słuchacze coś poradzą”. Inym razem ujawnia się funkcja edukacyjna, kiedy należy wyjaśnić zmiany daty świąt, więc taki wątek wprowadza pytanie Aniołka: „Dlaczego Wielkanoc wyprawia nam takie dziwne harce? Panie Andrzeju, dlaczego?” Bywają też zachęty nieco śmieszne, przekorne, by reakcja dzieci przy telefonie czy radioodbiorniku była pozytywna.

Przykłady:

I będzie o tym czworonogu z nosem ho ho do góry...

Mam pytanie do Was, co się dzieje, jak nie czytacie instrukcji? Aniołek: Popsucie.

9. Przebieg rozmowy

Zachęta do rozmowy i naturalna sytuacja komunikacyjna, o ile taka dotyczy obecności Anioła, są potrzebne, ale same telefony nie są celem. Najczęściej na antenę zaprasza się maksymalnie dwoje dzieci, po kolei, by każda rozmowa przebiegała spokojnie, miała swój czas, była życzliwa, pełna szacunku, a prowadzący mogli ją moderować.

Przykłady:

Czy kiedykolwiek miałeś w ręku jakąś instrukcję?

Tak, do kodu, do moich klocków...

Zrozumiałem, bo sam bym nic nie wymyślił...

Tomku, bardzo nam pomogłeś.

Prowadzący powtarzają pytania, rozmowę prowadzą raczej s. Ines i Pan Andrzej, Aniołek czasem się wtrąca albo coś podpowiada, ale wtedy jest strofowany. Nieco bardziej skomplikowane interakcje dodają dynamizmu audycji, mogą nawet zaciekawić i rozbawić małego słuchacza, który czasem identyfikuje się z Aniołkiem.

– Aniołku, to już dużo podpowiedzi.

– To nie jest łatwe pytanie, nie?

– Z czego się najbardziej cieszysz?

Przekomarzanie się prowadzących pomaga włączyć Aniołka w dyskusję na konkretny temat, a czasem ilustruje z przymrużeniem oka cechy i zachowania dzieci, co oczywiście ma charakter wychowawczy, ale prezentowany dowcipnie.

– Zadzierałeś nosa, odkąd pojawiłeś się w studiu. I nie ukrywaj, bo tak było, mówiłeś, że coś wiesz o osiołku...

– Aniołku, właśnie, jak z tym zwierzakiem? Jak z Kłapouchym, zadzierającym nosa?

– Zaraz się okaże, czy uszy mu klapły, czy nie. Na razie mówimy, że miał nos do góry, po prostu był bardzo zarozumiały. I ciekaw jestem, czy ktoś z naszych radiosłuchaczy ma pomysł, dlaczego osiołek, który sobie hasał po Jerozolimie, miał zadarty nos.

– Czy to ten sam osiołek co w Betlejem?

– Nie, tamten nie zadzierał nosa.

Małym rozmówcom nie brak entuzjazmu, szczególnie gdy opowiadają o swoich pasjach. Czasem pojawiają się zaskakujące, także wychowawczo, konteksty (np. śmierć w grze komputerowej).

Przykłady:

– Rozumiem, że potrafisz grać w gry komputerowe.

– Tak! Właśnie bardzo lubię grać w gry komputerowe i właśnie grałem w jedną grę, do której była instrukcja. (...)

– Potrzebna była instrukcja, bo normalnie nie wiedziałem, który klawisz

nacisnąć...no i i i ja raz chciałem rozwalić tablicę... i się wtedy właśnie zabiłem.

- Ojej, to spory kłopot i spora katastrofa...
- Ale ta gra jest łatwa...

Nietypowy przebieg miała audycja wielkanocna (5.04.2015). Jej gościem i ekspertem był Aniołek, wyjaśniający tajemnicę zmartwychwstania.

- Chciałem Wam powiedzieć, że Pan Jezus zmartwychwstał i nie leży w grobie, ale chodzi sobie po świecie. Na temat zniknięcia Pana Jezusa z grobu wiem wszystko, co do joty. Opowiedzieć Wam o tym?
- Ten poranek trwa od prawie 2 tysięcy lat, wtedy był ten najważniejszy ze wszystkich poranków. Widzę, że robicie wielkie oczy, więc...
- Aniołek nas zapewnia, że od 2 tysięcy lat opowiada tę historię...
- Zapraszamy na piosenkę (*Hip hip hura, alleluja*).

10. Podsumowanie rozmowy, tematu, audycji

Ważny jest pomysł na antenowe podsumowanie rozmowy, nawiązanie do pewnych wątków, zachęta do refleksji, np. „Tomek przyznał, że instrukcje są potrzebne...” Czasem jest to zaproszenie kolejnych osób do rozmowy, prośba o pomoc małych ekspertów czy potwierdzenie ich kompetencji, np. „Mieliśmy nadzieję, że ktoś zechce nam pomóc...” Śmieszny bywa anielski sposób mówienia, łączący specjalne akcentowanie z nazywaniem ewentualnego niebezpieczeństwa, np. „Będzie katastrofa...” Zaskakujące mogą być oczywiście pointy rozmowy z dziećmi.

Przykłady:

Bardzo Ci, Piotrze, dziękujemy za Twoje wyjaśnienie, bardzo precyzyjne, bardzo jasne, bardzo konkretne.

Piotr: Nie ma za co.

Ale proszę, jeden wniosek, który się powinien wszystkim po kolei nasunąć...

A ja jestem ciekaw, kto z Was zna najważniejszą instrukcję, którą każdy człowiek powinien mieć w malutkim paluszku?

- Czy słyszałeś pytanie, które padło? Teraz przechodzimy do pytania następnego. Pawle, jak myślisz, co to może być za instrukcja...
- Paweł: Dziesięć przykazań bożych.
- Doskonale, to jest doskonała odpowiedź. To jest taka instrukcja, która podpowiada, jak żyć.

Paweł: Jak być dobrym.

- Tak, jak być dobrym. Pan Bóg podarował nam piękne życie i dlatego najważniejsza instrukcja, żebyśmy mogli dobrze i bezpiecznie przejść przez życie. (...)
- Musimy skończyć naszą audycję. Przypominam o tej najważniejszej instrukcji.

Pointa nie jest zagadywana, omawiana, dzieci doskonale wiedzą, że chodzi o dekalog. Natomiast zbyt trudny temat czy jego niejasne przedstawienie może powodować niezrozumienie. Zdarza się jednak, że dzieci po prostu mówią, co chcą powiedzieć, albo milczą, bo się wstydzą, denerwują, nie odpowiadają na pytania prowadzących. Słucha się tego z uśmiechem, jednak docenić należy wyjątkowy spokój i kreatywność prowadzących, ich troskę, by każde dziecko czuło się dobrze, a program miał spokojny przebieg i po prostu trwał.

- Marianko, z czego Ty się najbardziej cieszysz?
- yyy... yyy... Nie wiem.
- Pomyśl... Co lubisz robić?
- Śpiewać.
- Śpiewać lubisz?
- Tak.
- A masz ulubioną piosenkę?
- Tak.
- Podasz nam tytuł?
- *Mam tę moc* (...)
- Spróbujesz zaśpiewać?
- Tak. (śpiew)

Ciekawe przykłady pojawiały się jako część programu tematycznego, w przypadku analizowanego materiału to czas Wielkiego Postu i Niedzieli Wielkanocnej. Zadania do wykonania, ów ambitny plan, proponowany był dzieciom w Niedzielę Palmową, np. „A my mamy zadanie do wykonania, mamy być dobrymi osiołkami, które niosą Pana Jezusa wszędzie, dokądkolwiek pójdą. I z takim ważnym zadaniem zostawiamy Was przez cały tydzień”. Nietypowe mogą być też życzenia dla dzieci, dowcipne, artystyczne i religijne, szczególnie ze względu na katolicki format radia i wiek odbiorców. Wypowiadają je na zmianę prowadzący audycję.

- Jak zwykle nasz czas antenowy niestety dobiega końca, ale nie kończą się święta, dlatego życzymy Wam wykluwających się kurczaków...
- ze skorupy zniewolenia,
- kolorowych zajączków...

- w zielonych swetrach nadziei,
- słońca w oczach
- nigdy niegasnących dobrocią
- i zjednoczenia ze zmartwychwstałym Panem Jezusem,
- no i też prywatnych kawałków nieba.

Materiał został zarejestrowany podczas Wielkiego Postu 2015 r., łącznie z audycją emitowaną w Niedzielę Wielkanocną, stąd jego szczególna tematyka, w pozostałych okresach roku liturgicznego mniej albo nie wprost religijna. Analizie poddano wypowiedzi prowadzących oraz uczestników audycji realizowanej na żywo, a zatem stanowiące przykłady języka mówionego, z typową dla niego składnią.

Dzieci nie tylko słuchają Anioła, ale nawet z nim rozmawiają! Przede wszystkim dlatego, że audycje są ciekawe. Skuteczne okazuje się połączenie dobrej treści z ciekawą formą (jingiel, podkład, dobór utworów). Interesujący scenariusz i jego świetna realizacja to zasługa prowadzących, przygotowanych merytorycznie, nie tylko językowo czy warsztatowo. Przy tej okazji warto dodać, że potrafią rozmawiać z dziećmi na każdy temat, a audycje nie są w jakiś nachalny sposób dydaktyczne. Są za to mądre i spokojne, realizowane bez patosu, czasem poważne, czasem wesołe, zawsze serio traktujące małego człowieka. Dzięki temu kontakt ze słuchaczami, sposób wypowiedzi i czas na spotkanie w niedzielny wieczór dają pozytywny efekt. Dodać należy walory artystyczne audycji. Swoista teatralizacja, wprowadzenie do audycji Anioła uruchamia wyobraźnię dzieci, kiedy na przykład Pan Andrzej mówi: „Aniołek drapie mnie skrzydłem”. Poza tym Aniołek zachowuje się czasem jak małe dziecko – dzieci nie boją się pytać i mówić, co więcej, w sposób przyjacielski dzielą się swoimi przygodami i doświadczeniem. Uniwersalne sformułowanie tematów oraz przystępny przekaz treści umożliwiają odbiór audycji przedszkolakom, jak również młodszym uczniom szkoły podstawowej. Tematy religijne połączone są w dyskretny sposób z funkcją poznawczo-oświatową. Kultura słowa i kultura bycia, z odrobiną poczucia humoru, a przede wszystkim swoboda prowadzących powodują, że audycji świetnie słucha się też dorosłym. Podstawą rozmów z dziećmi jest oczywiście doskonale przygotowana improwizacja.

Warto przypomnieć, że w przypadku omawianych audycji konieczna jest współpraca rodzica, dziecka i prowadzących, co wymaga wspólnego wysiłku, ale daje efekt wychowawczy. Mały słuchacz jest bardzo wymagający, a nawet trudny, ponieważ musi wszystko usłyszeć, zrozumieć, by odpowiednio zareagować. Tym bardziej, jeśli ma zadzwonić, wziąć udział w audycji, wypowiedzieć się na konkretny temat, odpowiedzieć na pytanie. Możliwości percepcji dzieci są dziś szczególnie kształtowane, wypracowywane raczej audiowizualnie niż audytywnie.

Najmłodszym odbiorcom brak podstawowego ułatwienia, obrazka, jak w telewizji czy Internecie. Radio cyfrowe gwarantuje nowe możliwości techniczne, ale chyba nie nadąża za nimi oferta programowa, dzieci wychowujemy nie tyle na słuchacza, ile użytkownika portali społecznościowych.

Małego słuchacza, odbiorcę programu edukuje się nie tylko podczas trwania audycji. W działaniach poznańskiej stacji skuteczne są konkursy, choćby plastyczne, które urealniają, a jednocześnie wydłużają kontakt z autorami audycji. Słuchacze, duzi i mali, chętnie zaglądają do redakcji podczas drzwi otwartych, a w 2015 r. zapraszani są na spotkania z okazji 20. urodzin Radia Emaus (np. czytanie bajek przez zaprzyjaźnionych autorów).

Programy edukacyjne w mediach i badaniach, w praktyce i teorii, stanowią istotny element naszego dyskursu społecznego, medialnego, naukowego, natomiast nieobecność takiej problematyki jest niepokojąca. Funkcję edukacyjną akcentują założenia programowe każdej radiofonii, a łączona bywa z informacją i rozrywką. Uwzględnia się emisję programów oświatowych, poradników oraz audycji dla dzieci i młodzieży. Należałoby także tworzyć audycje edukacyjne skierowane do dorosłego słuchacza, rodzica, wychowawcy.

Wiadomo, że warto uczyć, bawiąc, że ważna jest edukacja, dająca nadzieję i szanse wychowania mądrego pokolenia. Tymczasem od pewnego czasu w sferze edukacji, jak też w mediach minimalizuje się koszty, ograniczając w ten sposób możliwość rozwoju słuchacza. Paradoksalnie coraz skromniejsza oferta radiowa skierowana do dzieci pozostaje w sprzeczności z rozwojem technologicznym dającym ogromne możliwości, niestety nowe narzędzia wykorzystuje się w sposób niewystarczający. Jeśli nie wychowamy dziś słuchacza, nie będzie on słuchaczem za 10 czy 20 lat. Zalety mediów elektronicznych są niezaprzeczalne, również w kształceniu, jednak dziecku trzeba poświęcić czas, być z nim. Radio nie zastępuje rodzica, jak czyni to czasem telewizja, proponuje mądre wychowanie, kształcenie bardziej wymagające, uczy koncentracji, samodzielnego myślenia, nie daje gotowych odpowiedzi. Teatr wyobraźni, szkoła wrażliwości, rozumienie warsztatu radiowego, piękna polszczyzna, przekaz nie wprost, dosłowny, jaki proponuje telewizja, ale metaforyczne oddziaływanie na wyobraźnię to inwestycja w przyszłość. Bezpośredni kontakt z odbiorcą, czyli realizowanie szeroko rozumianej edukacji, nie tylko interaktywności na poziomie komunikatorów, może okazać się najskuteczniejszym pomysłem. Chyba nadal nie potrafimy tego dostrzec, docenić oraz zrealizować. Radiofonia po transformacji, także radiofonia katolicka, powinna znaleźć oraz ugruntować swoje miejsce w polskiej sferze prawnej, finansowej, tymczasem nadal pozostaje targiem partykularnych interesów. Trudno w takim kontekście o konsekwentnie opracowywaną i wdrażaną profesjonalizację oferty programowej. Tym bardziej, jeżeli oferta dotyczy małego słuchacza, który sam się o nią nie upomni.

Specyfika analizowanego medium umożliwia budowanie dobrego kontaktu, przyjacielskiej niemalże relacji między mówiącym a słuchającym. Taki rodzaj bliskości, zaufania może mieć znaczenie społeczne, wychowawcze, religijne. Doceniano to od początku rozwoju poznańskiej radiofonii. Zwracano uwagę nawet na sam desygnat radia i pewną grę słów: „Z zabawki, z czegoś niezwyklego, luksusowego i odświeżającego, stało się przedmiotem codziennego użytku [...] – kto raz ustawił w swoim domu odbiornik, choćby najprymitywniejszy detektor, ten nigdy już nie mógł obyć się bez tego cierpliwego, dyskretnego przyjaciela” [Dwa..., 1929]. Należałoby zatem zastanowić się nad teraźniejszością i przyszłością medium towarzyszącemu słuchaczowi. Dlaczego współczesne radio nie mogłoby pozostać przyjacielem człowieka? Małego człowieka? I być tak blisko jak anioł?

Bibliografia

- Biblia dziennikarstwa*, 2010, A. Skworz, A. Niziołek (red.), Kraków.
- Dwa lata radiofonii poznańskiej*, „Radio”, R. 3, nr 7, 28.4.1929, s. 4.
- Goban-Klas T., 1997, *Radio, szanse i wyzwania. Materiały konferencji Kulturotwórcza rola radia*, Kraków.
- Goban-Klas T., 1999, *Komunikowanie i media masowe. Teorie prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa.
- Górski K., *Dziennikarz w radiu – uwagi, sugestie, propozycje*, [w:] J. Adamowski (red.), *O warsztacie dziennikarskim*, Warszawa.
- Jędrzejewski S., 1997, *Radio Renesans. Od monopolu do konkurencji*, Warszawa.
- Jędrzejewski S., 2000, *Radio w komunikacji społecznej*, Warszawa.
- Jędrzejewski S., 2010, *Radiofonia publiczna w Europie w erze cyfrowej*, Kraków.
- Lepa A., 2000, *Pedagogika mass mediów*, Łódź.
- Łuczak M., 2014, *Misja mediów publicznych. Między faktem a iluzją*, [w:] J. Gołuchowski, D. Konieczna, K. Zdanowicz-Cyganik (red.), *(Ko)media. Konteksty dyskursu medialnego*, Warszawa, s. 21–28.
- Markiewicz W., 2000, *Radio – świat z dźwięków*, [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków, s. 282–296.
- Medialne rozdroże*, 1998, L. Dyczewski (red.), Warszawa.
- Radio a społeczeństwo*, 2011, G. Stachyra, E. Pawlak-Hejno (red.), Lublin.
- Sonczyk W., 1999, *Media w Polsce. Zarys problematyki*, Warszawa.
- Stachyra G., 2008, *Gatunki audycji w radiu sformatowanym*, Lublin.
- Szczepaniak M., 2015, *Rozgłoszenia archidiecezji poznańskiej (1995–2015). Dwadzieścia lat w służbie ewangelizacji*, „Miesięcznik Kościelny Archidiecezji Poznańskiej” LXVI, Poznań, s. 142–164.
- Vandenbulcke H., 1992, *Radios Populares...*, Catholic Media Council, nr 4, s. 5–10, cyt. za: A. Lepa, *Radio katolickie w służbie ewangelizacji*, WAŁ nr 7–9/1994, s. 297–302.
- Współczesne systemy komunikowania*, 1998, Dobek-Ostrowska B. (red.), Wrocław.

Zagórska K., 2013, *Radiowe audycje dla dzieci w kontekście edukacyjnym*, [w]: *Obrazy dzieciństwa i dorastania. Wybrane problemy teoretyczne i empiryczne*, R. Michalak, M. Wieczorek (red.), Poznań, s. 415–430.

Źródła internetowe

<http://www.babyradio.pl/> [dostęp: 20.04.2015].
<http://dab.polskieradio.pl/> [dostęp: 22.04.2015].
http://www.brpd.gov.pl/wystapienia/wyst_2011_04_18_pr.pdf [dostęp: 16.03.2015].
<http://brpd.gov.pl/aktualnosci/programy-dla-dzieci-misja-publicznego-nadawcy-0> [dostęp: 20.03.2015].
<http://www.polskieradio.pl/18,Dzieci> [dostęp: 20.04.2015].
<http://moje.polskieradio.pl/category/11/Dzieci?gclid=CIvsrcW-lMUCFaUNcwodPH0A3w> [dostęp: 20.04.2015].
http://moje.polskieradio.pl/OtherChannels/Radio_Dzieciom.aspx [dostęp: 21.04.2015].
<http://www.polskieradio.pl/18,Dzieci/90,Jedynka-Dzieciom> [dostęp: 20.04.2015].
<http://www.polskieradio.pl/18,Dzieci/879,Zagadkowa-Niedziela> [dostęp: 20.04.2015].
http://pisarki.wikia.com/wiki/Ma%C5%82gorzata_Musierowcz [dostęp: 15.03.2015].
http://pl.wikipedia.org/wiki/Emilia_Wa%C5%9Bniowska [dostęp: 15.03.2015].
<http://radiobajka.pl/> [dostęp: 20.04.2015].
<http://www.radioemaus.pl/#/pl/radio/historia/historia.html> [dostęp: 10.04.2015].
http://www.radioemaus.pl/#/pl/nasze_audycje/w_dobrym_radiu_dobra.html [dostęp: 10.04.2015].