

„Słyszeć to znaczy wyobrazić sobie resztę”. O miejscu reportażu radiowego we współczesnej kulturze audiowizualnej i edukacji medialnej

„To hear means to imagine the rest”. Radio reportage in contemporary audiovisual culture and media literacy

Mateusz Podlecki

Radio – jako medium – jest przede wszystkim nośnikiem pięknego słowa, bez którego żadne poznanie i wiedza nie byłyby pełne, a za ukoronowanie radiowej narracji i szczyt twórczości uznaje się reportaż radiowy. Jest on wytworem kultury pełnym subtelności, emocji, nie można przejść obok niego obojętnie. Zawsze dotyka prawdy i historii konkretnych ludzi, zahacza o głębię człowieczeństwa.

Obserwując świat współczesnej kultury i mass mediów, dojść można do wniosku, że zdominowane są one przez obraz i przekaz audiowizualny, a słowo niejednokrotnie spychane jest na margines. Jakie miejsce w tym kontekście zajmuje właśnie reportaż radiowy? Jaki jest jego potencjał? Czy znaleźć on może zastosowanie we współczesnej edukacji, zwłaszcza w edukacji medialnej? To tylko kilka zagadnień, na które autor postara się odnaleźć odpowiedź.

Kultura audiowizualna w zarysie

Sam termin *audiowizualność* powstał przez połączenie dwóch pojęć, a w konsekwencji także dwu sfer poznania oraz dwóch odmiennych typów kultury: audialnej i wizualnej. Oba terminy wywodzą się z języka łacińskiego – oznaczają one odpowiednio tyle, co słyszeć i widzieć. Piotr Drzewiecki zauważa, iż audiowizualność wskazuje na łączne i jednoczesne występowanie procesów związanych ze słuchaniem i widzeniem, odnosi się do komunikacji międzyludzkiej, służy określeniu praktyk i technik komunikacyjnych¹. W tym kontekście coraz częściej wiązana jest ona również ze współczesną kulturą, w której prym wiodą techniki, praktyki oraz media audiowizualne. Audiowizualność jako kategoria analityczna odnosi się do dominującego obecnie sposobu akcentowania tejże kultury implikowanego pojawieniem się i upowszechnieniem nowych mediów i technologii, które wchodzą coraz mocniej w codzienność człowieka².

¹ P. Drzewiecki, *Renesans słów. Wychowanie do logosfery w kulturze audiowizualnej*, Toruń 2010, s. 46.

² Zob. Tamże.

W dobie globalizacji kultura audiowizualna nie ogranicza się do określonego obszaru czy narodowości. Ma ona charakter ogólnoświatowy i dąży do swoistej uniformizacji zachowań oraz społecznych relacji. Paradoksalnie, dzięki nowym technologiom każdy z nas ma dostęp do wielu źródeł informacji czy rozrywki, jednak przekaz jest silnie zindywidualizowany, dostosowany do osobistych preferencji odbiorcy.

Media w kulturze audiowizualnej – szanse i zagrożenia

W refleksji nad mediami wyróżnia się ich dwa podstawowe składniki, czyli treść, którą one przekazują oraz urządzenia techniczne, za których pomocą jest ona udostępniana szerszemu odbiorcy. Najważniejszymi nośnikami medialnymi są słowo, obraz i dźwięk. Technologiczny rozwój ostatnich dziesięcioleci – w tym także mediów audiowizualnych – sprawił, że są one obecne w każdej sferze ludzkiego życia. Trudno już wyobrazić sobie świat bez mediów. Niektórzy badacze, jak choćby socjolog Theodor Adorno, mówią nawet o „współżyciu” człowieka z techniką, a szczególnie z mediami, którego nawet nie dostrzegamy. Stały się one naszą codziennością. Z jednej strony powiększają one perspektywy i możliwości komunikacji, z drugiej jednak ją zubażają. Z jednej strony możemy błyskawicznie kontaktować się ze wszystkimi ludźmi na świecie, z drugiej jednak – jesteśmy tak zatopieni w świat nowych mediów, że tracą na tym wszystkie nasze relacje, w tym także te z najbliższymi nam osobami. Jak przyznaje Drzewiecki, medialność z samej natury jest zubożeniem komunikacji, bo czyni pośrednim coś, co może odbywać się bezpośrednio³.

Media służą już nie tylko do komunikacji czy zdobywania wiedzy. Są jedną z najważniejszych form rozrywki czy spędzania wolnego czasu. W ostatnim czasie stały się również jednym z najważniejszych instrumentów władzy społecznej – jawią się jako narzędzie zarządzania i kontroli społecznej, mobilizacji i pobudzania innowacyjności; są także środkiem transmisji i źródłem informacji niezbędnej do funkcjonowania nie tylko instytucji publicznych, ale też poszczególnych obywateli. Stanowią publiczne forum, na którym sprawy życia społecznego są prezentowane i rozważane, są kluczem do sławy i zdobycia pozycji osoby publicznej. Media to również dominujące źródło obrazów i definicji rzeczywistości, tworzą, gromadzą i publicznie przedstawiają wartości kulturowe oraz społeczne. Dostarczają kryteriów i miar osądzania tego, co jest moralne, a co odbiega od przyjętych norm⁴. Kreują rzeczywistość, która nas otacza.

W tym kontekście trzeba przytoczyć postać Jeana Baudrillarda, francuskiego teoretyka mediów i krytyka globalizacji. Uważa on, że współczesny człowiek

³ Tamże, s. 49.

⁴ Zob. R. Pęczkowski, *O edukacji medialnej uwag kilka*, w: *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin 2010 s. 535.

żyje w „hiperrzeczywistości”, a media nie są już odzwierciedleniem otaczającego nas świata. Dzieje się odwrotnie – to rzeczywistość staje się obrazem świata prezentowanego przez media. Co gorsza, ten konstrukt medialny coraz częściej staje bardziej realny od samej rzeczywistości⁵. W podobnym duchu wyraża się także ks. Andrzej Draguła, poruszając kwestię kopii i oryginału: „Oryginałem i pierwowzorem staje się obraz ekranowy, a rzeczywistość obiektywna, realna stara się dopasować do medialnego wyobrażenia na jej temat. Inaczej mówiąc, to nie media, obraz ekran czy telewizja starają się wiernie przedstawić rzeczywistość, ale to rzeczywistość stara się dopasować do wzoru, jakim dla niej staje się hiperrealna rzeczywistość wykreowana przez media. Prawda medialna, prawda obrazowa jest bardziej „prawdziwa” od prawdy realnej, która istnieje jedynie w formie medialnych prezentacji”⁶.

Pytanie pozostaje, na ile jesteśmy jeszcze w stanie odróżnić kreację medialną od świata rzeczywistego. Media nie stanowią centrum przeżywania kultury, należy traktować je jako narzędzia, które mogą pomóc w rozwijaniu bezpośrednich kontaktów, tworzenia i budowania silnych relacji interpersonalnych – a te oparte są tylko i wyłącznie na rozmowie oraz spotkaniu twarzą w twarz.

Implikacje poznawcze

Kultura audiowizualna – w tym także media – doprowadziła do zjawiska, które nosi miano syndromu audiowizualnego. Mówiła o nim już Maryla Hopfinger, światowej sławy kulturoznawczyni, która twierdzi, że „kultura współczesna narzuca i kształtuje audiowizualne doświadczanie świata, to znaczy nastawienie na łączne wydobywanie z napływających informacji aspektów audialnych i wizualnych oraz na scalanie ich w spójną całość znaczeniową. Informacje płynące z różnych źródeł, różnymi kanałami przetwarzane są przez ten mechanizm odbiorczy w audiowizualny kompleks znaczeniowy”⁷. Człowiek przez to, że odbiera świat za pomocą zmysłów jest istotą audiowizualną. Owo osadzenie w konkretnej kulturze sprawia, że możemy z tego antropologicznego i biologicznego „bagażu” czynić użytek. Piotr Drzewiecki przyznaje, że syndrom audiowizualny jest sposobem, w jaki współczesny człowiek chce odbierać świat, co jest rezultatem kulturowego wyboru oraz implikacją pojawienia się i upowszechnienia nowych technologii komunikacyjnych⁸.

Nie trzeba prowadzić szczegółowych badań, by stwierdzić, że najbardziej rozpowszechnionym i promowanym medium jest obecnie obraz. Charakterystyczną

⁵ Zob. J. Baudrillard, *Ameryka*, Warszawa 2001.

⁶ A. Draguła, „Staliśmy się bowiem widowiskiem światu, aniołom i ludziom” (1 Kor 4, 9). *O wiźualności w komunikacji wiary*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 1/2016, s. 136.

⁷ M. Hopfinger, *Kultura współczesna – audiowizualność*, Warszawa 1985, s. 58.

⁸ P. Drzewiecki, *Renesans słów...*, dz. cyt., s. 48.

cechą współczesnej kultury – także komunikacji – jest dominacja sfery obrazu w życiu człowieka. To właśnie obraz wiezie prym, wypierając na dalszy plan słowo, które jest nie tylko podstawowym środkiem komunikacji, lecz również nośnikiem wartości człowieka – w tym także duchowych i religijnych. Ks. Andrzej Draguła nazywa to zjawisko zwrotem obrazowym albo „wzrokocentryzmem”, w którym to właśnie zmysł wzroku jest modelem poznawania rzeczywistości, a wzrokowe doświadczenie świata staje się punktem odniesienia dla innych zmysłów⁹. Psycholog amerykański Harry McGurk nazwał ten proces „słyszaniem oczami”. Efekt McGurka polega na tym, iż mózg w procesie percepcji daje pierwszeństwo sygnałom wzrokowym nad słuchowymi tak dalece, że jeśli sygnału dochodzące do mózgu są sprzeczne, mózg dokonuje wręcz modyfikacji sygnałów dźwiękowych, dokonując przeniesienia na nie efektów wywołanych przez sygnały wzrokowe¹⁰. Mówiąc inaczej, człowiek bardziej wierzy temu, co widzi, niż temu, co słyszy. I to tak dalece, że wrażenia słuchowe zostają zdominowane przez wrażenia wizualne.

Słowo i obraz – odwieczni wrogowie?

Jak to zostało stwierdzone wcześniej, najważniejszymi nośnikami kultury są słowo i obraz. Niejednokrotnie mówi się o powszechnej dominacji obrazu nad słowem, próbując przeciwstawić sobie te dwie sfery życia człowieka. Jednak zarówno słowo, jak i obraz są potrzebne, by dobrze zrozumieć otaczający nas świat. Obraz stał się autonomicznym medium, ale przez to utracił swą siłę mówienia prawdy. Z drugiej strony, kultura zredukowana do słowa również nie jest w stanie przekazywać prawdy. Właśnie dlatego nie należy radykalnie przeciwstawiać kultury zbudowanej na obrazie kulturze zbudowanej na słowie czy raczej pojęciu, idei, gdyż obydwa momenty słowa i obrazu budują kulturę opartą na realizmie tajemniczy¹¹.

Nadmiar informacji, jakimi jesteśmy nieustannie karmieni, nie sprzyja rozwojowi kultury słowa. Skracamy komunikaty i odczuwamy brak czasu na rozbudowane wypowiedzi, ponieważ potrzebujemy zdobyć więcej koniecznych do przeżycia informacji. Kulturę współczesną określa się nie tylko jako ikoniczną i wizualną ze względu na dominację obrazu, ale także – mając na uwadze skrótowość słowa – jako kulturę impulsów. Nasze komunikaty przybrały postać fragmentarycznych, nietrwałych i cząstkowych opisów rzeczywistości, wymagających od odbiorcy nieustannego konstruowania i rekonstruowania modelu świata¹².

Idąc za papieżem Benedyktem XVI, o. M. Chmielewski stwierdza, że współcześnie zmienia się nie tylko sposób komunikacji, ale zachodzi także jakościowa

⁹ A. Draguła, „*Staliśmy się bowiem widowiskiem...*”, dz. cyt., s. 138-139.

¹⁰ Zob. H. McGurk, J. MacDonald, *Hearing lips and seeing voices*, „*Nature*” 1976(264), s. 746-748.

¹¹ P. Drzewiecki, *Renesans słów...*, dz. cyt., s. 133

¹² Zob. Tamże, s. 84.

zmiana w samej naturze komunikacji, co implikuje głęboką i wieloaspektową transformację kulturową¹³. Błędnym jest zatem myślenie, iż środowisko słowa (logosfera) stanowi alternatywę dla środowiska obrazu (ikonosfera¹⁴) w życiu człowieka. Żadnego z nich nie powinno się usuwać ze środowiska ludzkiego, ponieważ w następstwie takiego zabiegu nastąpiłoby groźne zachwianie równowagi w obszarze tych czynników, które współwarunkują holistyczny rozwój osobowy jednostki. Człowiek poznaje i opisuje świat za pomocą słów i obrazów, dlatego należy mówić o komplementarności środowiska słowa i środowiska obrazu. One siebie nawzajem potrzebują, uzupełniają się i dopełniają, dając człowiekowi możliwości pełniejszego rozumienia rzeczywistości i odbioru świata, który mówi do nas nowym językiem.

Radio w kulturze audiowizualnej

Tomasz Goban-Klas, wybitny polski medioznawca, już 20 lat temu stwierdził, że za mało cenimy radio. Wszak to tylko małe pudełko stojące w rogu pokoju, niestrudzony opowiadacz. Ta niepozorna skrzynka z muzyką jest tak dyskretna, że na ogół niezauważalna, a do tego zawsze jest pod ręką. Radio towarzyszy nam w różnych sytuacjach życia. W ciągu dnia regularnie informuje o wydarzeniach, ważnych i drobnych, dobrych i złych – zawsze interesujących. Czasami poucza, napomina, niezwykle rzadko straszy i grozi¹⁵.

Za Marshalllem McLuhanem można stwierdzić, iż nowe media, operujące głównie obrazem lub obrazem i dźwiękiem pasują, do jego wcześniejszego opisu telewizji, którą porównywał do olbrzyma. Olbrzym z natury swej jest powolny, swą siłą i mocą może łatwo rozporządzać, lecz nie panuje on nad kierunkiem i skutecznością swego działania. Telewizja przelamuje efekt jednego sygnału, dając przekaz odbierany wieloma zmysłami. Najpierw chłonimy obraz, dopiero potem sygnał audialny, mając wrażenie kompletności. Czy aby na pewno to wrażenie nie jest mylne? A może wielozmysłowość wprowadza jedynie chaos, w którym człowiekowi coraz trudniej jest się odnaleźć?

W wizji McLuhana radio było bębniem – głośnym i rytmicznym. Wysła ono przekaz, który odbieramy zasadniczo jednym zmysłem (pomińmy w tym momencie transmisję ze studia), dzięki czemu odbiorca nie jest postawiony w sytuacji poznawczego dysonansu. Przez to, że radio wykorzystuje tylko jeden kanał, stało się ono nader popularne, pełniąc funkcję dyskretnego towarzysza, informatora,

¹³ M. Chmielewski, *Kultura medialna jako wyzwanie dla komunikacji wiary w świetle orędyzji Benedykta XVI na Światowe Dni Środki Społecznego Przekazu*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 1/2016, s. 166.

¹⁴ Oba te pojęcia – ikonosfera i logosfera – zostały dokładnie opisane przez bpa Adama Lepę w książce *Funkcja Logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003.

¹⁵ Zob. T. Goban-Klas, *Radio jako róg obfitości czy skrzynka Pandory?*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, red. T. Leśniak, Kraków 1997, s. 17.

plotkarza, doradcy czy dźwiękowego tła naszych codziennych zajęć. W przeciwieństwie do innych mediów radio nie jest zaborcze – zarówno prasa, jak i telewizja wymagają totalnego skupienia i koncentracji¹⁶.

Nowe technologie informacyjno-komunikacyjne, zwłaszcza technologia cyfrowa, rzucają radiu swoiste wyzwanie, ale stwarzają mu też szanse rozwoju, choć generalnie promują kulturę obrazu i spektaklu. Nadmierna wizualizacja kultury paradoksalnie nie tylko stwarza, ale i powiększa niszę dla bardziej intymnego, czasem wyciszającego medium, jakim jest właśnie radio. Jego audytywność i względna „ubogość” formy sprawiają, że przekaz jest także obfity w ładunki emocjonalne. Radio lepiej nadaje się do komunikacji interpersonalnej, a przekazy słowne (pisane i mówione) stają się w miarę ofensywy owej hiperrzeczywistości wręcz niezbędne do komunikacji intrapersonalnej, czyli komunikacji człowieka z samym sobą, przetwarzania wewnętrznego, wzmacniania poznawczej struktury psychiki ludzkiej¹⁷. Jak stwierdził J. Mikułowski Pomorski, słyszeć to znaczy wyobrazić sobie resztę. A wyobrażanie jest twórczym przeżywaniem, przeżywaniem intensywnym¹⁸. Znamienne są słowa ks. Tischnera, który podkreśla wspólnototwórczą rolę radia i jego ogromną rolę w kształtowaniu kultury uczestnictwa: „Radio znajduje się na najlepszej drodze do tego, by w obszarze swego działania stworzyć wspólnotę uczestnictwa w jakimś dobru. Pod jednym warunkiem: że nie pozwoli mowie upaść lub, gdy upadła, podniesie ją z upadku i wyniesie do poziomu mowy ‘substancjalnej’. W radiu idzie więc o to, by w ludzkiej mowie uobecniła się w każdym czasie i na każdym miejscu istota podstawowej więzi człowieka z człowiekiem – więzi bycia z kimś”¹⁹. W tym kontekście K. Krzysztofek stwierdza, że radio bywa coraz częściej traktowane jako dogodne narzędzie nowej kontrkultury²⁰. Z kolei K. Obuchowski przyrównuje radio do dobrej poezji, mówiąc, że to medium winno budzić w słuchaczu niepokój, dawać świeże spojrzenie na sprawy, które wydawać się mogą powszednie i znane. Radio ma sprawić, by czekał on na swoją ulubioną audycję²¹.

Słowo w przekazie radiowym

Powszechnie uznaje się, że obecnie to właśnie radio stanowi w obecnej kulturze medialnej najpełniejsze forum dla przekazu i rozwoju słowa, które ukazywać

¹⁶ Zob. T. Goban-Klas, *Radio jako róg obfitości*, dz. cyt., s. 18.

¹⁷ K. Krzysztofek, *Radio w publicznej i rynkowej przestrzeni kulturowej*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, red: T. Leśniak, Kraków 1997 s. 48.

¹⁸ J. Mikułowski Pomorski, *Audio contra video. Do czego dąży radio?*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, red: T. Leśniak, Kraków 1997, s. 11.

¹⁹ J. Tischner, *Siła słowa*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, red: T. Leśniak, Kraków 1997, s. 103.

²⁰ K. Krzysztofek, *Radio w publicznej...*, dz. cyt., s. 49.

²¹ Zob. K. Obuchowski, *Psycholog osobowości o radiu publicznym*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, red: T. Leśniak, Kraków 1997, s. 59-60.

ma nie tylko piękno języka, lecz także wpływać na kształtowanie ludzkiej osobowości, a także tego, co nazywamy człowieczeństwem. O doniosłej roli słowa w historii ludzkości pisał bp. Lepa, przytaczając słowa Waltera J. Onga, który twierdzi, że religie nie powstałyby bez słowa mówionego, ponieważ Bóg nie pisze, lecz mówi do człowieka. Pismo jest wizualnym przedstawieniem słowa, lecz nie jest słowem rzeczywistym²². Profesor Ong podkreśla także rolę słowa w rozwoju i promocji świadomości człowieka jako istoty posiadającej bogactwo wnętrza, a także w tworzeniu więzi międzyludzkich, czyli współkomponowania człowieka jako istoty społecznej: „Słowo mówione, wydobywające się z ludzkiego wnętrza, z uwagi na fizyczne właściwości dźwięku objawia sobie nawzajem istoty ludzkie jako wnętrza świadome, jako osoby; to słowo mówione tworzy z poszczególnych ludzi ściśle powiązaną grupę. Kiedy mówca przemawia do audytorium, członkowie audytorium zwykle stają się jednością, sami z sobą i z mówiącym. (...) słowo mówione formułuje również jedność na dużą skalę²³”.

Słowo znajduje się w centrum przekazu radiowego, a dzięki konkretnym właściwościom tego medium – jak choćby intymność, foniczność, indywidualna bezpośredniość, wielowarstwowość i bezprzestrzenność – jest on dodatkowo wzmacniany. Radio pełni niebagatelną rolę w formacji człowieka, a także jego zdolności komunikacyjnych. Mimo, że również w tym przypadku także mówić trzeba o pośredniczeniu, to jednak radio pozwala słyszeć język wypowiedziany przez drugiego człowieka i przybliżyć słuchaczowi ludzki głos. Jan Trzynadłowski pokusił się nawet o tezę, że „głos niewidzialnego nadawcy odbierany jest jako przekaz osobistego, bezpośredniego rozmówcy, co potęguje intymność przekazu nawet wówczas, gdy audycja radiowa odbierana jest zbiorowo²⁴”.

Słowo zatem jest nie tylko nośnikiem treści, lecz przede wszystkim centrum radiowego przekazu – zarówno tworzywem, jak i celem życia tego medium. To właśnie w radiu pielęgnuje się słowo i dba o jego piękno, by słuchacz mógł czerpać nie tylko korzyści w postaci konkretnych treści, lecz by mógł także uwrażliwić się na walory estetyczne języka.

Czym jest reportaż radiowy?

W polskiej literaturze przedmiotu próżno szukać jednej, obejmującej wszystkie aspekty definicji reportażu radiowego jako wytworu kultury. Pierwszą próbę zebrania dotychczasowej wiedzy na ten temat podjęła dr Kinga Klimczak w książce „Reportaże radiowe o krzywdzie i cierpieniu”. Jak podkreślają jej recenzenci

²² A. Lepa, *Funkcja Logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003, s. 93.

²³ W. J. Ong, *Wtórna oralność*, w: *Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*, red. M. Hopfinger, Warszawa 2005, s. 179-180; s. 178-186.

²⁴ J. Trzynadłowski, *Teoretyczne problemy radia jako formy przekazu*, w: Tenże, *Sztuka słowa i obrazu – studia teoretycznoliterackie*, Wrocław 1982, s. 391-400.

jest to nowatorska pozycja w polskiej nauce, która w sposób całościowy stara się objąć refleksję nad zjawiskiem, jakim jest radiowa odmiana reportażu. Autorka w swoim opracowaniu przytacza wypowiedzi, których autorami byli badacze różnych dyscyplin nauk. Definicji stricte rozumianych nie ma wiele, literatura przynosi kilka bardziej rozbudowanych wypowiedzi, mających często eseistyczny charakter. Nierzadko, swoistość reportażu wyłania się podczas zestawienia go z inną formą audialną²⁵. Porównywano go choćby ze sprawozdaniem czy słuchowiskiem. Z przytoczonych wypowiedzi wyływa obraz reportażu radiowego jako tekstu kultury, którego zadaniem jest dokładne przekazanie zarejestrowanej sytuacji. Nie jest to jednak sucha relacja, lecz uporządkowana kompozycja, która niesie za sobą głęboką treść. W. Ślusarski podkreśla, że reportażysta wydobywa z przeżyć bohatera makrokosmos ponadczasowości. Fakty są punktem wyjścia do stawiania skomplikowanych i poważnych pytań o bardziej ogólnym charakterze. Autor reportażu jest niczym artysta, który przekazuje konkretną historię, a dzięki subiektywnej kreacji stara się poruszyć wyobraźnię, emocje i zmysły estetyczne odbiorcy. Reportaż ma swoją dynamikę, wstęp, rozwinięcie, zakończenie – przez to porównywany jest także do noweli czy utworu dramatycznego. Popularna Encyklopedia Mediów²⁶ opisuje go jako formę radiowego dokumentu, której podstawą jest autentyczne wydarzenie, człowiek w realnym, dramatycznym wymiarze, tworzywem zaś udratyzowany świat dźwięków. J. Rodzeń nazywa go nawet udźwiękowionym utworem literatury faktu.

Najbardziej precyzyjną obecnie definicją reportażu radiowego jest ta autorstwa dr. Klimczak. Według niej jest to „audialny utwór, którego podstawą jest zawsze prawda o zdarzeniu i człowieku; dokumentację zdarzenia stanowi zarejestrowana na żywo substancja brzmieniowa, uzupełniona często o teksty pisane. Reportaż cechuje z jednej strony obiektywizm, w sensie rzetelnej dokumentacji zdarzeń, z drugiej zaś subiektywizm, rozumiany jako autorskość w sposobie ich ukazywania. (...) Zarejestrowana fonicznie rzeczywistość skomponowana zostaje wedle reguł dramaturgicznych, w mniej lub bardziej artystyczny sposób, w zależności od tego, jakiemu rodzajowi przetworzenia podda autor fakty”²⁷.

Reportaż radiowy dzięki swojej specyficznej kompozycji, formie i tematom, jakie podejmuje, spełnia następujące funkcje: poznawczo-historyczną (konkretna wiedza, informacja o świecie), psychologiczną (wiedza o człowieku, uczymy się ludzi), emocjonalno-etyczną (historie konkretnych ludzi pobudzają nas do refleksji), sprawczą (oddziaływanie na słuchacza – nie tylko refleksja, ale też oddziaływanie na sferę wolitywną). Uważne wsłuchanie się w historie ludzi przedstawione za pomocą słów i odpowiednio dobranych środków artystycznego wyrazu potrafi zatrzymać nas w pędzącym świecie, skłonić do przemyśleń. W kontekście

²⁵ K. Klimczak, *Reportaże radiowe o krzywdzie i cierpieniu*, Łódź 2011, s. 45.

²⁶ *Popularna Encyklopedia Mediów*, red. J. Skrzypczak, Poznań 1999.

²⁷ K. Klimczak, *Reportaże*, dz. cyt., s. 52.

obecnych przemian obyczajowo-kulturowych jest to niezwykle istotne, zwłaszcza wśród ludzi młodych, którzy zanurzeni są w świecie nowych mediów, nie mając często świadomości otaczającej ich rzeczywistości.

Reportaż radiowy utworem ikonicznym?

Reportaż radiowy jest dziełem realizującym się w audialnej sferze dźwięku – jest ono w pełni słyszalne i słuchane. Słowo, obok dźwięków akustycznych, muzyki i ciszy jest jego niezbędnym elementem, wciąż prymarnym, nadrzędnym. Ze względu na swą specyficzną budowę i formę, na którą składają się konkretne sceny-obrazy wywołuje on także wrażenie czysto wizualne. Z tego powodu określa się go także mianem filmu dźwiękowego²⁸.

Czy w tym kontekście można powiedzieć, że reportaż radiowy oprócz tego, że jest tekstem audialnym, jest też utworem ikonicznym? Plastyczność formy, sugestywność obrazów, jakie rysują się w umyśle słuchacza, przenoszą go w miejsce akcji, a często czynią także jej współbohaterem. To konkretne sceny ukazujące emocjonalne momenty zdarzeń, a nie samo opowiadanie o emocjach, pozostają w odbiorcy najdłużej. To słowo, we współautorstwie z całą paletą akustycznych dźwięków, przedstawia i maluje obrazy niosące znaczenie.

Przygotowując swoją publikację, dr. Klimczak przeprowadziła wśród studentów badania. Mieli oni za zadanie wysłuchać kilku reportaży, a w trakcie musieli wypełnić kartę z przygotowanymi pytaniami, wśród których kilka odnosiło się właśnie do emocji: „Jakie emocje odczuwasz w trakcie słuchania?”, „Który z bohaterów wzbudza największe emocje? Jakie?”. Odpowiedzi studentów odzwierciedlały założenia, iż w kontekście reportażu radiowego możemy mówić o ikonizacji tekstu audialnego: „Kiedy słuchałem reportażu miałem wrażenie oglądania fotografii czy widziałam kobiety jedzące cholewki swoich butów” czy „poprzez ten reportaż ‘zobaczyłam’ tych ludzi”²⁹.

W przeciwieństwie do tradycyjnego filmu, reportaż nie podaje gotowych obrazów, lecz pobudza umysł i wyobraźnię – to tam przy wnikliwym słuchaniu one się tworzą. Dzięki temu słuchacz nie jest tylko pasywnym odbiorcą starannie przygotowanych treści, lecz aktywnie konfrontuje się z interpretacją historii przedstawionej przez reportażystę. To od niego zależy, by jak najpełniej oddać wszystko to, co zostało zauważone, nagrane, ale przede wszystkim przeżyte. Idąc za słowami Pieszkun-Olejniczakowej, należy zapytać, czy właśnie montaż nie jest najważniejszym zabiegiem i najpoważniejszym wyzwaniem, przed jakim staje autor. „Reportaż ma dźwięczeć, ale i pachnieć, olśniewać bogactwem kolorów, a nawet smaków. Owo zjawisko synestezji, odczuwania różnymi zmysłami doznań danych nam pierwotnie tylko dźwiękowo, tylko – bez wątpienia – również

²⁸ Zob. K. Klimczak, *Reportaże*, dz. cyt., s. 9-10.

²⁹ Tamże, s. 114.

wyrazem reporterskiej umiejętności, (...) wyrażania nie tylko tego, co ujrane, ale i tego, co przeżyte. Obrazowość leży w załączku, w samym fakcie, ale to reportażysta w pełni ją odkrywa”³⁰.

Reportaż radiowy w edukacji medialnej

Współczesna kultura audiowizualna zdominowana została przez przekaz obrazowy, a ekrany towarzyszą człowiekowi od najmłodszych lat – dla wielu dzieci w rodzinach telewizja, komputer, czy urządzenia mobilne wypełniają pustkę dnia codziennego, lukę, jaka powstaje w relacjach dziecko-rodzice. Media elektroniczne stopniowo zawłaszczają przestrzeń funkcjonowania człowieka, która dotąd zarezerwowana była dla intymnych relacji. Niepostrzeżenie zabierają czas, który dawniej poświęcilibyśmy drugiemu człowiekowi i, co szczególnie ważne, bardzo często pozbawiają dzieci należnego im bliskiego kontaktu z najbliższymi. Zachłysłnięci możliwościami, jakie przynosi współczesna technika zapominamy, że tym, co kształtuje człowieczeństwo, co tworzy i pielęgnuje więzi jest prawdziwy, bezpośredni kontakt z drugim człowiekiem. Zapominamy, że wytworzenie przez mózg ludzki neuronów lustrzanych, koniecznych do rozwoju empatii, może się odbywać jedynie w relacji z drugą osobą³¹.

W tym kontekście szczególnie istotne jest kształtowanie postaw, które będą miały na celu wypracowanie umiejętnego, krytycznego korzystania z mediów, a także świadomego w nich uczestnictwa w sposób kreatywny i odpowiedzialny. Tym między innymi zajmuje się edukacja medialna, która dąży do rozwoju i ugruntowania w społeczeństwie kompetencji medialnych³², uwzględniających także aspekt technologiczno-informatyczny.

Edukacja medialna jest obszarem wiedzy i działań praktycznych, który obejmuje problematykę wybranych subdyscyplin pedagogiki oraz medioznawstwa. Priorytetowymi zadaniami w tym obszarze pedagogiki są: badanie zjawisk i nurtów kultury, kształcenie edukatorów i wychowawców do działań związanych z przygotowaniem człowieka do refleksyjnego korzystania z jej zasobów oraz tworzenia nowych dóbr kultury opartych na wartościach humanistycznych³³. Obejmuje ona różne treści i może być realizowana w wielorakich formach w zależności od tego, który z celów chce się osiągnąć i do kogo jest adresowana.

³⁰ Tamże, s. 120.

³¹ A. Kawul, E. Zawisz, *Komputer jako znaczący towarzysz rodziny*, [w:] <http://www.edunews.pl/badania-i-debaty/opinie/2868-komputer-jako-znaczący-towarzysz-rodziny> [27.03.2017].

³² Z kompetencjami medialnymi można zapoznać się w publikacji, która powstała we współpracy Fundacji Nowoczesna Polska i Narodowego Instytutu Audiowizualnego pt. „Katalog kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych”. Dostępna jest ona pod adresem: http://edukacjamedialna.edu.pl/media/chunks/attachment/Katalog_kompetencji_medialnych_2014_online_NXDAA21.pdf [27.03.2017]

³³ A. Ogonowska, *Współczesna edukacja mediana: teoria i rzeczywistość*, Kraków 2013, s. 164.

Nowych liderów oraz edukatorów medialnych szukać głównie należy w środowisku nauczycieli, wychowawców, a także wśród rodziców, którzy jako pierwsi winni przekazywać swoim dzieciom odpowiednią wiedzę i nawyki, pozwalające odnaleźć się w świecie mediów.

Uniwersalną właściwością kompetencji medialnych jest zasada wykorzystywania mediów do celów kształcenia i samokształcenia oraz rozwoju osobowości, a pośrednio – zaspokajania indywidualnych potrzeb poznawczych, emocjonalnych, kulturowych i społecznych. Z tego względu idee edukacji medialnej są bliskie pedagogice kultury, w której podkreśla się właśnie zasadę kształcenia osobowości poprzez dobra kultury, czyli wychowania do kultury i poprzez kulturę. Chodzi zatem o trzy równorzędne cele i powiązane z nimi typy zadań, tzn.: rozumienie dziedzictwa kulturowego, umiejętności wykorzystania tej wiedzy w codzienności oraz tworzenie kultury dla przyszłych pokoleń³⁴. Edukacja medialna zatem kształci do mediów i poprzez media.

Jak w tym kontekście prezentuje się reportaż radiowy? Czy można wykorzystywać go w edukacji, także tej medialnej? Konsumowanie obrazów, z jakim mamy obecnie do czynienia, zwalnia z wysiłku umysłowego, co wiąże się ze spowolnieniem tempa aktywności moralnej i biernym stosunkiem do rzeczywistości. Warto też zauważyć, że bezkrytyczne obcowanie z obrazami prowadzi do stanu swoistego uzależnienia, lęku przed refleksją i ciszą, utrwała postawę konsumpcyjną, czyni człowieka podatnym na działania propagandowe³⁵. W reportażu radiowym, z pozoru przydługawym i nudnym, drzemie ogromna moc i potencjał przenoszenia do przedstawionego przez autora świata, którego podstawą jest autentyczna historia konkretnego człowieka. Jak inaczej nazwać wszystko to, co dzieje się w odbiorcy w trakcie jego słuchania? Pobudzona wyobraźnia, empatia, a nawet identyfikacja z poszczególnymi bohaterami, możliwość zatrzymania się czy skłonienie do refleksji – to tylko niektóre z potencjalnych korzyści, jakie słuchacz może wynieść ze spotkania z nim. Nie wspominając o kontakcie z pięknym, żywym słowem, które ubogaca nasze wnętrza, a także wpływa na rozwój umiejętności intrapersonalnych, interpersonalnych i komunikacyjnych.

Jak stwierdza Drzewiecki, obecna sytuacja kulturowa może sprzyjać dążeniu do komunikacyjnej i poznawczej pełni. Człowiek może wyrażać się pełniej zarówno w wymiarze racjonalnym i wolitywnym, ale też emocjonalnym i duchowym. Trzeba stymulować ten integralny rozwój kultury, oparty na równorzędności słowa i obrazu. Inaczej kultura będzie nadal przeżywała kryzys³⁶. Odwołując się do tego, będący szczytem radiowego kunsztu, reportaż, który wyraża się zarówno w sferze audialnej, słownej i poniekąd wizualnej jawi się jako narzędzie idealne

³⁴ Tamże, s. 165.

³⁵ A. Rynio, *Słowo w procesie wychowania*, w: *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin 2010 s. 265.

³⁶ P. Drzewiecki, *Renesans słów...*, dz. cyt., s. 264.

do kształtowania aktywnego i krytycznego odbiorcy mediów – wszak świat poznajemy za pomocą mowy, słów i obrazów.

Brak problemów z dostępnością sprzyja wykorzystaniu go zarówno w warunkach szkolnych, jak i domowych. Reportaży słuchać można „na żywo” w trakcie emisji na antenie, jednak zasoby internetowe poszczególnych rozgłośni, szczególnie Polskiego Radia, pełne są wartościowych materiałów tego typu. Wystarczy jedynie poświęcić nieco czasu, by do nich dotrzeć. Czas ich trwania oscyluje zazwyczaj w okolicach 20-25 minut, dzięki czemu w trakcie zajęć szkolnych czy akademickich możliwe będzie przeprowadzenie ożywionej refleksji na temat usłyszonej historii i jej bohaterów. Korzystanie z potencjału reportażu radiowego nie wymaga również większych zasobów technologicznych, dlatego nie powinno to stanowić problemu nawet w słabiej wyposażonych placówkach.

Wykorzystanie tego typu środków dydaktycznych uzależnione jest od samych nauczycieli, których działania uzależnione są od ich zaangażowania w realizację wskazań podstawy programowej na poszczególnych etapach edukacji. Nauczyciele mogą ją bagatelizować i realizować w stopniu minimalnym, mogą też wprowadzać w życie znacznie więcej, niż sugestia w niej zawarte. Sama podstawa programowa jest tak skonstruowana, że w wielu miejscach dość ogólnie wskazuje konieczność korzystania z mediów lub zachęca do refleksji na temat korzystania z technologii, zostawiając nauczycielom możliwość nie tylko dość swobodnej interpretacji zaleceń, ale również podjęcia samodzielnej decyzji odnośnie ewentualnego zakresu skorzystania z wytycznych zawartych w podstawie programowej³⁷. Osobną kwestią jest poziom świadomości medialnej kadry nauczycielskiej i wychowawczej, a także samych rodziców. Można przypuszczać, że nie jest on zbyt wysoki, gdyż nie obserwuje się częstego wykorzystania reportażu radiowego jako pomocy dydaktycznej w edukacji medialnej. Jednak by zweryfikować tę tezę potrzeba szczegółowych badań i analiz, w świetle których należałoby zastanowić się nad konkretnymi rozwiązaniami, dzięki którym można byłoby tę świadomość pogłębić, a także rozwinąć medialne kompetencje.

* * *

Głównym tworzywem reportażu radiowego jest przede wszystkim słowo, dlatego często stawiany jest w opozycji do promowanego we współczesnej kulturze – jako środka wyrazu i poznania – obrazu. Nie sposób nie wspomnieć także o całej gamie środków akustycznych, które budują świat przedstawiony. Wbrew pozorom ów tekst audialny posiada także właściwości ikoniczne, pozwalające przy wnikliwym wsłuchaniu się przenieść słuchacza do wykreowanego przez

³⁷ G. D. Stunża, *Edukacja medialna w podstawie programowej*, w: <https://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/01/Cyfrowa-Przysz%C5%82o%C5%9B%C4%87-aneks-14.pdf> [27.03.2017]. W tej publikacji warto zapoznać się także ze sposobami zawierania treści edukacji medialnej w polskiej podstawie programowej oraz z propozycjami ich realizowania.

autora świata i czyniąc zeń niejednokrotnie obserwatora lub nawet uczestnika toczącej się tam historii. Jest to niezwykle istotne w kontekście zmieniających się mechanizmów poznawczych człowieka implikowanych przez audiowizualność kultury i mediatyzację rzeczywistości – wedle nich bardziej wierzymy temu, co zobaczymy, niż temu, co usłyszymy.

W przypadku reportażu radiowego należy mówić o swoistej koegzystencji słowa i obrazu w ramach jednego tekstu kultury. Niektórzy badacze – opisując współczesną kulturę – próbują je sobie przeciwstawić, jednak niemożliwa byłaby ludzka egzystencja, gdyby nasze poznanie i otaczającą rzeczywistość zredukować tylko do logosfery, czy tylko do ikonosfery. Sam człowiek nie mógłby w pełni wyrazić się jako osoba, ponieważ tak słowo, jak i obraz odpowiadają za inne sfery jego wrażliwości.

Reportaż radiowy zmusza człowieka do zatrzymania się, skłania do pogłębionej refleksji czy empatii. To dzięki reportażowi słuchacz doświadcza spotkania z pięknem słowa i języka, co prowadzi do zwiększenia jego umiejętności komunikacyjnych, tak bardzo zacierających się i zubażanych przez kulturę ekranu. Nie można zapomnieć także o wspólnototwórczej roli samego radia jako medium. Ze względu na swoje właściwości i sugestywność przekazu reportaż radiowy powinien zajmować ważne miejsce zarówno we współczesnej kulturze, jak również w edukacji i procesie wychowawczym, pomagając nie tylko młodemu pokoleniu odnaleźć się w świecie zanurzonym w media audiowizualne. Czy tak jest, to już zupełnie osobna kwestia.

Bibliografia:

Chmielewski M., *Kultura medialna jako wyzwanie dla komunikacji wiary w świetle orędzi Benedykta XVI na Światowe Dni Środki Społecznego Przekazu*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 1/2016, s. 156-178.

Draguła A., „*Staliśmy się bowiem widowiskiem świata, aniołom i ludziom*” (1 Kor 4, 9). *O wizualności w komunikacji wiary*, „Biuletyn Edukacji Medialnej” 1/2016, s. 130-142.

Drzewiecki P., *Renesans słów. Wychowanie do logosfery w kulturze audiowizualnej*, Toruń 2010.

Goban-Klas T., *Radio jako róg obfitości czy skrzynka Pandory?*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, red. T. Leśniak, Kraków 1997, s. 17-26.

M. Hopfinger, *Kultura współczesna – audiowizualność*, Warszawa 1985

Klimczak K., *Reportaże radiowe o krzywdzie i cierpieniu*, Łódź 2011.

Krzysztofek K., *Radio w publicznej i rynkowej przestrzeni kulturowej*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, red. T. Leśniak, Kraków 1997 s. 38-49.

Lepa A., *Funkcja Logosfery w wychowaniu do mediów*, Łódź 2003.

Miąso J., *Radio – strategiczny logosferyczny sojusznik Logosu w społeczeństwie informacyjnym (z zakresu pedagogiki medialnej)*, w: *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin 2010, s. 303-316.

Mikułowski Pomorski J., *Audio contra video. Do czego dąży radio?*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, red. T. Leśniak, Kraków 1997, s. 8-16.

Obuchowski K., *Psycholog osobowości o radiu publicznym*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, red. T. Leśniak, Kraków 1997, s. 50-64.

Ogonowska A., *Współczesna edukacja mediana: teoria i rzeczywistość*, Kraków 2013.

Pęczkowski R., *O edukacji medialnej uwag kilka*, w: *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin 2010 s. 535-543.

Rynio A., *Słowo w procesie wychowania*, w: *Media w wychowaniu chrześcijańskim*, red. D. Bis, A. Rynio, Lublin 2010 s. 261-276.

Tischner J., *Siła słowa*, w: *Radio. Szanse i wyzwania*, red. T. Leśniak, Kraków 1997, s. 100-103.

Netografia:

Kawul A., Zawisz E., *Komputer jako znaczący towarzysz rodziny*, w: <http://www.edunews.pl/badania-i-debaty/opinie/2868-komputer-jako-znaczacy-towarzysz-rodziny> [27.03.2017].

Stunża G. D., *Edukacja medialna w podstawie programowej*, w: <https://nowoczesnapolska.org.pl/wp-content/uploads/2012/01/Cyfrowa-Przysz%C5%82o%C5%9B%C4%87-aneks-14.pdf> [27.03.2017].

Słowa kluczowe:

kultura audiowizualna, kultura medialna, obraz, słowo, radio, reportaż radiowy, edukacja medialna

Key words:

audiovisual culture, media culture, image, word, radio reportage, media literacy

Summary

Radio above all is a carrier of the beautiful word, without which any cognition or knowledge would be full. The crowning of the radio narration and the summit its creativity is radio reportage. It is a product of culture full of subtlety and emotions. It always touches on the truth and history of specific people, invokes the depths of humanity.

By observing the world of contemporary culture and media, it is possible to reach conclusion that they are dominated by image and audiovisuality – the word is often marginalized. What place in this context is taken by radio reportage? What is its potential? Can it find use in modern education, especially in media literacy?