

ANDRZEJ RYCZKOWSKI

Uniwersytet w Białymstoku

SZTUKMISTRZOWIE DŹWIĘKU – OBRAZOWANIE ŚWIATA W REPORTAŻACH RADIOWYCH

Jedna z najbardziej rozpoznawalnych reportażystek Polskiego Radia Białystok, Anna Bogdanowicz, twierdzi, że reportaż radiowy to „film dla niewidzących”¹. Definicja ta wyraźnie wskazuje na sposób, w jaki reportaż wywołuje wrażenia estetyczne czy emocjonalne – to dźwięk ma być podstawowym narzędziem wpływu na odbiorcę. Co więcej, taka definicja zdecydowanie rozdziela tożsame jeszcze niedawno role reportera i reportażysty. O ile współczesny reporter, zanurzony w ciągłym strumieniu wydarzeń, opisuje otaczającą go rzeczywistość według żelaznej reguły *five-why*², stosując uogólnienia i uproszczenia, o tyle reportażysta tworzy swoiste „studium przypadku”, wybierając na bohatera swego dzieła konkretne wydarzenie, osobę czy zjawisko (społeczne), a ostateczny efekt osiąga za pomocą zabiegów fonicznych. Poniższy artykuł jest próbą ujęcia reportażu radiowego w ramy definicyjne oraz ukazania jego szczególnego znaczenia wśród współczesnych gatunków medialnych.

Fonosfera – wyjątkowy świat dźwiękowy

Z racji swej długoletniej obecności w życiu społeczno-kulturalnym, radio, z upływem czasu, a zwłaszcza w ostatnich dziesięcioleciach, musiało stawiać czoła coraz to nowym wyzwaniom i tendencjom medialnym, wynikającym z szeroko pojętych przemian społeczno-gospodarczych, czy – ogólnie mówiąc – cywilizacyjnych. Dodatkowo, konkurencyjne wobec radia media: prasa, telewizja, Internet, operujące innymi technikami i środkami przekazu, wymuszają elastyczność działań i strategii radiowych.

¹ <https://www.radio.bialystok.pl/ludzieradia/index/id/132357>, [11.12.2018].

² Narracja dziennikarska opierająca się na odpowiedzi na pięć pytań: co? kto? kiedy? jak? dlaczego?

Choć niejednokrotnie przewidywano upadek radia, nadal jest ono obecne na rynku medialnym³. O tym sukcesie decyduje, z jednej strony, specyfika radia jako medium, z drugiej, umiejętnie prowadzona polityka radiowa, odpowiadająca zmiennym oczekiwaniom odbiorców przekazów medialnych. Radio, chcąc zachować swoją pozycję i znaczenie we współczesnym świecie i kulturze, jest zmuszone podążać za tymi zmianami, inaczej stanie się medium zamkniętym w sobie, na siebie, a przede wszystkim na słuchaczy. W konsekwencji może stracić status medium masowego, którym w większości społeczeństw zachodnich właściwie już nie jest. Co jednak donioślejsze, może także przestać być medium komunikującym i komunikacyjnym, czyli takim, które nie tylko propaguje określone treści, ale także je wytwarza.

Można by przypuszczać, że radio to medium ubogie, bo operujące wyłącznie dźwiękiem. Niedostępny jest dlań sam obraz, czy też obraz połączony z ruchem, choć w ostatnich latach, także na rynku polskim, pojawiły się próby łączenia dźwięku z obrazem⁴, czy łączenia reportażu z fotokastem (o czym nieco szerzej w dalszej części artykułu). Mimo podejmowanych prób, jest to jedyne medium skazane na jednorodność środków przekazu (prasa oddziałuje przez słowo i obraz, do dyspozycji telewizji i Internetu są wszystkie trzy wymienione elementy: dźwięk, obraz, animacja). Niemniej jednak umiejętne wykorzystanie jednego środka przekazu może i czyni radio konkurencyjnym w stosunku do pozostałych. Przekazywane przez radio dźwięki to przede wszystkim słowa. Podstawowym medium radiowej komunikacji jest więc semantyka języka i ogromne zasoby kultury z nim związane. Media wykorzystujące obraz mogą epatować ekspresją emocjonalną, dając odbiorcy złudną okazję do przeżycia, ale nie do przemysłienia kierowanego do niego komunikatu. To językowe, a nie tylko dźwiękowe, ograniczenie radia jest właśnie tym, co nadaje mu siłę pojęciową.

³ Upadek radia zwiastowano już po pierwszych ogólnodostępnych transmisjach telewizji BBC w 1936 roku. Radio jednak nie umarło śmiercią naturalną w obliczu wzrostu znaczenia telewizji, która od 1940 roku zaczęła skutecznie konkurować z radiem, najpierw w USA, później w Europie, a od 1952 roku w Polsce. Konkurencja w postaci telewizji zapoczątkowała formatowanie radia, czyli dedykowanie programów do konkretnych grup odbiorców. Rozkwit współczesnego radia datuje się od narodzin telewizji, choć czasy masowej publiczności przypadły na lata czterdzieste XX wieku. Do śmierci radia miał się również przyczynić rozwój Internetu. Powstawanie i masowe korzystanie z World Wide Web (1989 rok) zbiegło się z początkiem zmian systemowych dotyczących również mediów w Polsce.

⁴ W październiku 2006 roku rozpoczęła się testowa emisja internetowej wersji RMF Maxxx TV. Był to przekaz wideo zsynchronizowany z anteną radiową – internauci mieli możliwość oglądania teledysków do emitowanych w radiu utworów, jak również obserwowania pracy prezenterów radia. Było to przedsięwzięcie nowatorskie na polskim rynku medialnym, spotykane już jednak w innych krajach europejskich, między innymi we Włoszech. Przekaz został jednakże zawieszony.

Według Ferdinanda de Sauserre'a [1991: 35-45] język to zbiór norm społecznych umożliwiających komunikowanie się, wyraźnie oddzielony w bezładnej całości faktów mowy, istniejący jedynie na mocy umowy zawartej pomiędzy członkami danej społeczności. Samą zaś mową rządzą reguły i schematy pojęciowe, zwłaszcza, gdy chodzi o sposób opisywania przedmiotu wypowiedzi – tu stosowane są **metafora i metonimia**. Metafora jest podstawowym środkiem wyrazu w radiowej (i nie tylko) twórczości artystycznej, zaś metonimia jest wszechobecna w bieżących relacjach dziennikarskich [Mrozowski 2001: 296-297].

Dekontekstualizacja przekazu radiowego (brak komunikacji niewerbalnej, tu rozumianej, jako brak możliwości wykorzystywania języka gestów czy mimiki twarzy) sprawia, że radio to medium bardziej umysłowe. Zasadniczą cechą odróżniającą je od telewizji i filmu jest brak właściwego tym mediom audiowizualnego sposobu percepcji. Przekaz radiowy nie tylko naruszył integralność takiego odbioru rzeczywistości, ale wręcz ją utracił [Laskowicz 1986: 11], oddzielając głos od wyglądu ludzi i przedmiotów spowodował rozłączenie **fonosfery**⁵ i **ikonosfery**. Dzięki temu zostały jednak wyzwolone nowe możliwości estetyczne w sferze wyobraźni, co wykorzystano (i wykorzystuje się nadal) między innymi w sztuce słuchowiskowej i reportażowej [Kubaczewska, Hermanowski 2008: 15]. Na różnicę między radiem a kinem (filmem) zwraca uwagę Antonina Kłoskowska. Jej zdaniem, radio, „które wkroczyło w dziedzinę kultury masowej (...) było antytezą filmu. (...) Dzięki radiu dokonano się równouprawnienie najbardziej odległych siedzib ludzkich i centrów wielkomiejskich pod względem odbioru informacji i innych kulturalnych treści” [Kłoskowska 1980: 196]. Właśnie dlatego radio jest powszechnie nazywane „**teatrem wyobraźni**”.

⁵ Pochodzące z greki słowo „fono” (phone), występując w wyrażeniach złożonych, wskazuje na ich związek znaczeniowy z głosem. „Fonosfera” oznacza zatem przede wszystkim wszelkie dźwięki będące wynikiem ekspresji głosowej człowieka. W praktyce językowej określenie to jednak z czasem odbiegło od swego pierwotnego znaczenia i zaczęło być wykorzystywane w szerszym kontekście, odnoszącym się do czynności zapisywania, nagrywania dźwięku. Taki zakres znaczeniowy utrwalił się wraz ze skonstruowaniem pierwszego rejestrującego dźwięk urządzenia, któremu jego twórca, Thomas A. Edison, nadał nazwę fonografu. Fonosfera wskazuje zatem na dźwięki utrwalone za pomocą urządzeń rejestrujących. Intensywny rozwój technologii nagrywania dźwięku pozwalał z czasem na coraz bardziej wyrafinowaną jego obróbkę, w efekcie komunikacja medialna zdominowana została przez przekazy oparte na technikach rejestrujących i odtwarzających. Coraz bardziej skomplikowane urządzenia nie tylko poszerzały możliwości rejestracji, ale też generowały nową problematykę związaną z partycypacją człowieka we współczesnym świecie. Nowe słyszenie, obok widzenia, stało się główną aktywnością w rozpoznawaniu kodów kultury. Fonosfera jest bezpośrednio związana z zaproponowaną przez Marshalla McLuhana ideą przestrzeni akustycznej, która pozwala zarysować problematykę wpływu technologii na nasze zmysłowe uwarunkowania w historycznej perspektywie akustycznego wymiaru naszego świata.

Teatr wyobraźni i radiowa publiczność

Współczesne rozumienie audytorium środków masowego przekazu wywodzi się ze starożytnego postrzegania widowni teatralnej. Pierwotnie termin ten odnosił się do fizycznego zgromadzenia ludzi w jednym miejscu [McQuail 2008: 390-411]. Widownia, jako zbiór widzów wydarzeń publicznych, była zatem formacją znaną już ponad 2000 lat temu [Goban-Klas 1978: 163-188]. Nowoczesna widownia środków masowego przekazu, mimo iż wykazuje pewne podobieństwa, bardzo się od niej różni. Nastąpił znaczny rozwój form audytorium, a rozwiązania techniczne w zakresie mediów przyniosły społeczną innowację w postaci nowej, dominującej formy widowni masowej, która, zachowując coś ze znaczenia tej sprzed tysięcy lat, odbiega od niej pod wieloma względami. Jak pisze Wojciech Markiewicz:

ponieważ program radiowy nie przedstawia obrazowo miejsca, w którym powstaje, nie widzimy też tych, którzy mówią; język dziennikarstwa radiowego musi odzwierciedlać sytuację, że „tam” jest „tutaj” (...). To pierwsze zadanie sztuki radiowej. Drugie – to kreacja „zdarzeń studyjnych”, w których, jak w dobrze zrealizowanej sztuce, obowiązują zasady dramaturgii. Publiczność jest coraz częściej obecna podczas tych zdarzeń [Markiewicz 2008: 312].

Od początku swego istnienia radio było jednak porównywane z teatrem – sceną stawało się radiowe studio, bohaterami odgrywanej „sztuki” prezenterzy i dziennikarze, a widownią słuchacze. Wskazywano oczywiste różnice – oderwanie publiczności od sceny, brak naocznego uczestniczenia w spektaklu, atomizację przestrzenną publiczności; wskazywano i podobieństwa – dramaturgia przekazu (kreowana bądź autentyczna), jednoczesność odbioru przez wielu słuchaczy i samoświadomość publiczności. Szczególnie ważna stała się ostatnia cecha: świadomego, równoczesnego współprzeżywania radiowego spektaklu – legła ona u podstaw pierwszych analiz publiczności masowej.

Pierwszą nowożytną definicję takiej publiczności sformułował w 1901 roku Gabriel Trade w pracy *Opinia i tłum*. Według niego publiczność to forma zbiorowości społecznej, odmienna od wcześniej znanych skupień ludzkich, określanymi między innymi mianem tłumy. Jak pisał Tarde, „publiczność jest zbiorowością czysto duchową jednostek rozproszonych i fizycznie oddzielonych, których spistość jest spistością czysto myślową” [za: Goban-Klas 1999: 268]. Definicja powstała więc, zanim pojawiła się faktyczna widownia o charakterze masowym we współczesnym tego słowa

znaczeniu: pierwsze programy radiowe zaczęto nadawać w latach dwudziestych XX wieku. Mimo to „teatralność” przekazu radiowego stała się obowiązującym na długie dekady kanonem zawodowym, a ciągle pobudzanie wyobraźni odbiorców „świętym Graalem” prężnie rozwijającego się radia.

Teatr wyobraźni, to termin stworzony przez poetę Stephena V. Benéta w połowie lat trzydziestych XX wieku, kiedy na program radiowy składały się głównie nagrania poezji i prozy wzbogaconej muzyką klasyczną. Określenie to odwołuje się zarówno do widowni (słuchaczy), jak i kwestii postrzegania przekazu radiowego. Zrozumienie komunikatu dźwiękowego wymaga od słuchacza zaangażowania zmysłów (nie wszystko jest widzialne, jak w telewizji). Kwestia zaangażowania odbiorcy w percepcję przekazu legła u podstaw podziału mediów na „zimne” i „gorące”, dokonanego przez Marshalla McLuhana. Media gorące to takie, które podają treści w sposób niewymagający interpretacji, odbiorcy nie muszą zatem podejmować aktu kreacji, zimne są natomiast niezidentyfikowane pod względem znaczeniowym i wymagają podjęcia tego aktu. Radio jest zatem medium gorącym [McLuhan 1975: 139].

Cechami przekazu radiowego w procesie komunikacji są **foniczność** oraz **audialność**. Audialność jest pojęciem nieco węższym, oznacza sam tekst i głos, a odnosi się do specyficznej sytuacji komunikacyjnej, w jakiej funkcjonuje komunikat radiowy. Foniczność zaś określa „dźwiękowość” czy „udźwiękowanie”, czyli nie tylko sam tekst i głos, ale też scenografię dźwiękową, która ubogaca i uatrakcyjnia przekaz radiowy [Kurianiuk 2016: 126]. Czym innym będzie więc konkretna, jednak obrazowa relacja z miejsca akcji/zdarzenia w relacji dziennikarskiej, czym innym zaś, na przykład, dramatyczna pauza w wypowiedzi bohatera (reportażu), dynamizująca międzywierszowe znaczenie wypowiedzi. W kontekście reportażu szczególnie ważna jest foniczność dzieła. Autor skupia się tu nie tylko na treści zawartej w snutej opowieści, lecz akcentuje i dopełnia dźwiękowo konkretne wydarzenia na osi czasu audycji. Ma to spowodować – po pierwsze – konkretny obraz w wyobraźni odbiorcy (jednak nieco różny dla każdego słuchacza osobiście), po drugie – odcisnąć wrażenie zmysłowe poprzez oddziaływanie konkretnym dźwiękiem na słuch, i w końcu po trzecie – wywołać, pobudzić emocje podczas obcowania z reportażem.

Jednym z najlepszych przykładów reportażu „na żywo” i siły rażenia teatru wyobraźni była radiowa adaptacja powieści H.G. Wellsa, nadana przez amerykańskie Radio CBS 30 października 1938 roku. Spektakl ten, został potraktowany przez radiosłuchaczy jako faktoid – rzeczywisty

przekaz z inwazji Marsjan na Ziemię⁶. Według doniesień prasowych miał on wzbudzić panikę wśród wielu mieszkańców New Jersey. Późniejsze badania wykazały jednak, że panika nie była tak bardzo rozpowszechniona, jak podawały to gazety. Audycja stała się jednak jednym z pierwszych obiektów badań socjologicznych Projektu Radio prowadzonych przez Fundację Rockefellera – skupiającej się na badaniu wpływu wywieranego przez mass media na społeczeństwo⁷.

Reportaż niejedno ma imię – definicje i podziały

Radiowy reportaż, według Moniki Białek [2010: 23], to dzieło dające spójny **obraz** zewnętrznej rzeczywistości, zarejestrowany na gorąco, **namalowany** za pomocą dźwięków, o walorach estetycznych, uwypuklonych za pomocą całego zestawu radiowych środków wyrazu, skomponowanych według koncepcji reportażysty, na podstawie autentycznych wydarzeń. To dzieło, które oddziałuje na indywidualnego odbiorcę (masową widownię) przez medium, jakim jest radio. Twórcy reportażu zawsze traktowali go jako formę odtworzenia rzeczywistości na podstawie wcześniejszego ustalenia i uporządkowania faktów, oraz jako efekt nadania mu właściwej konwencji narracyjnej: gawędy, relacji, charakterystyki czy prezentacji [Markiewicz 1984: 102].

Reportaż często mylony jest z informacją lub felietonem. Nazwa wywodzi się z łacińskiego słowa *reporto*, czyli ‘odnoszę, donoszę’, o danym wydarzeniu ludziom, którzy owego zdarzenia nie widzieli [Wańkiewicz 1972: 22]. Reportaż obejmuje więc utwory o charakterze sprawozdań z wydarzeń, których autor był bezpośrednim świadkiem lub uczestnikiem. W reportażu radiowym występują jednak formy pośrednie, które łączą zapis autentyczny z reimprowizowanym. Podstawą tak rozumianego reportażu będzie więc nie tylko sam zapis dźwiękowy, ale również opis sytuacji, której nie da się **wizualnie** przedstawić.

Badacze, którzy zajmują się analizą reportażu radiowego, proponują kilka różnych typologii, między innymi ze względu na obecność autora w utworze, czas trwania, technikę i sposób realizacji, konstrukcję dramaturgiczną czy zainteresowanie autora daną tematyką [Kurianiuk 2016: 140]. Historycznie reportaż radiowy dzieli się na: literacki czytany na żywo,

⁶ <http://kultura.wplot.pl/2013/11/03/wojna-swiatow-panika-mit>, [11.12.2018].

⁷ <https://www.telegraph.co.uk/radio/what-to-listen-to/the-war-of-the-worlds-panic-was-a-myth>, [11.12.2018].

literacki z warstwą dźwiękową, dźwiękowy z warstwą literacką, dźwiękowy [Białek 2010: 42]. Każdy z tych rodzajów funkcjonował w estetyce radiowej począwszy od lat trzydziestych XX wieku do czasów współczesnych. Ze względu na zainteresowanie autora wyróżnia się reportaż: socjologiczny, wydarzeniowy, psychologiczny, biograficzny, historyczny, interwencyjny, polityczny i śledczy.

O ile istnieje powszechna, choć czasem milcząca zgoda, co do typologii gatunku, o tyle w środowisku twórców, jak i badaczy reportażu, nie ma konsensusu definicyjnego. Według Kingi Klimczak [2011: 52] to utwór audialny, którego podstawą jest zawsze prawda o zdarzeniu i człowieku. Tak rozumiany reportaż jest zatem utworem zarówno obiektywnym, jak i subiektywnym. Obiektywnym, ponieważ rzetelnie dokumentuje zdarzenia, subiektywnym poprzez koncepcję autora w sposobie ich przedstawiania. Z kolei Witold Ślusarski [1986: 1] pisze o reportażu radiowym jako wewnętrznym życiu zewnętrznego wydarzenia. Jest on odtworzeniem przeżyć bohaterów, z czego wynikać ma uogólnienie ponad jednostkową wartość i ponadczasowe uniesienie. Dla Jacka Stwory z kolei reportaż, zachowując autentyczność miejsca zdarzeń i ludzi, nie tylko informuje, ale i oddziałuje na emocje słuchacza, zatem posługuje się (całym) arsenałem środków właściwych dziełu sztuki [Pleszkun-Olejniczakowa 2004: 117-118]. Stuka tworzenia reportaży, według Janiny Jankowskiej, wieloletniej szefowej Studia Reportażu i Dokumentu Polskiego Radia, polega na tym, aby stworzyć taki odrębny, dźwiękowy świat, w którym jest odpowiednia struktura, dramaturgia, autorskie przesłanie i prawda, która się wydarzyła. Dla Katarzyny Michalak z Radia Lublin reportaż jest opowieścią o świecie i człowieku, z uwzględnieniem konstrukcji dramaturgicznej i formy estetycznej [Kurianiuk 2016: 147].

Polski reportaż radiowy, od chwili pojawienia się w eterze, ewoluował i ewoluuje do dziś. Wraz z jego rozwojem kształtowały się nowe podziały i definicje. Nie udało się stworzyć jednej, ponieważ to utwór „pogranicza”, który funkcjonuje pomiędzy literaturą a faktem. Wraz z rozwojem techniki zapisu, ale też obróbki obrazu, jak również ogólnej tendencji do konwergencji przekazów i mediów, do reportażu coraz śmielej zaczęto dołączać fotokast. To swoisty reportaż zdjęciowy towarzyszący dźwiękowi. Podobnie, jak sam reportaż, ma swoją strukturę, dramaturgię, scenariusz, pełni jednak rolę ilustracyjną do akcji dźwiękowej. W swojej pierwotnej wersji fotokast był multimedialną prezentacją zdjęć, jednak po zaadoptowaniu go na potrzeby radia na pierwsze miejsce wysunął się dźwięk, przesuwające się zaś wraz z osią czasu reportażu obrazy ubogacają właściwy przekaz

foniczny. Taka forma nie jest jeszcze dynamicznym reportażem telewizyjnym, nie jest też już jednak utworem opartym jedynie na skuteczności bodźców dźwiękowych.

Obrazowanie świata społecznego

Reportażysta radiowy utożsamiany jest powszechnie z dziennikarzem penetrującym społeczną rzeczywistość. Najpierw pojawia się z mikrofonem w przestrzeni społecznej, by później przedstawić odbiorcom swoją wizję zarejestrowanych na nośniku wydarzeń. Reportaż jest więc swoistym socjologicznym raportem o otaczającej człowieka rzeczywistości społecznej albo jego działaniach tę rzeczywistość zmieniających, zapisanym obrazem i dokumentem świata zewnętrznego lub wewnętrznego człowieka [Kurianiuk 2016: 176]. Jest zapisem autentycznym tego, co jego autor widział i słyszał, a ostatecznie przedstawił widowni w utworze audialnym. Reportaż można więc określić jako próbę opisu i interpretacji rzeczywistości przy założeniu, że świat społeczny jest poznawalny. To płaszczyzna, która łączy reportażystę z socjologiem, a co za tym idzie, aparatem analizy socjologicznej.

Jedną z podstawowych technik zdobywania nagrań do późniejszego reportażu jest badanie terenowe. I socjolog, i reportażysta wchodzi w środowisko, które chcą poznać/przedstawić, zdobyć jego zaufanie i przyzwolenie na realizację badań/nagrań. Reportażysta, stosując eksperyment, odkrywa ukrytą często zależność przyczynowo-skutkową pomiędzy faktami i zdarzeniami, to jest zmiennymi socjologicznymi. Najczęściej jednak reportażysty stosują w swojej pracy obserwację uczestniczącą (jawną bądź ukrytą) – technikę charakterystyczną dla socjologicznych badań jakościowych. Metoda biograficzna z kolei jest stosowana podczas realizacji reportaży dokumentalnych, odtwarzających losy bohatera – tu reportażysta opiera się na analizie dokumentów osobistych czy historycznych. Wywiad, wywiad pogłębiony, studium przypadku – te wszystkie techniki analizy socjologicznej w mniejszym lub większym stopniu łączą cele i sposoby działania socjologa i reportażysty.

Wyjątkowo ważna i zdecydowanie różniąca reportaż od badania socjologicznego jest jego forma. Forma, którą stosuje autor przy konstrukcji utworu musi zainteresować słuchacza, wywołać emocje, które powodują jego wzruszenie, a w jego umyśle – obrazy, które są odbiciem percepcji

przekazywanych treści. Ma to bezpośredni związek z pozycją, którą ostatecznie przyjmuje reportażysta w trakcie przedstawiania zdarzeń. Jak wylicza Kazimierz Wolny-Zmorzyński wyróżnia się kilka pozycji, które autor może przyjąć:

- reportażysta jako świadek – prowadzi narrację z pozycji świadka słowami własnymi bądź innych, dźwiękiem buduje nastrój i klimat towarzyszący zdarzeniu;
- reportażysta jako uczestnik zdarzeń – bierze udział w wydarzeniu i może być jednocześnie bohaterem opowieści, jego narracja jest skierowana ku sobie;
- reportażysta jako słuchacz – autor nie uczestniczy w zdarzeniu, nie obserwuje go, jedynie słucha i rejestruje relacje innych i na tej podstawie buduje obraz świata;
- reportażysta jako rekonstruktor zdarzeń – obraz wydarzeń budowany jest na podstawie faktów, dokumentów, relacji naocznych świadków bądź innych uczestników zdarzenia [Wolny-Zmorzyński 2004: 42-80].

Z powyższych rozważań wynika, że główną cechą reportażu jest jego uniwersalność, w przeciwieństwie do – na przykład – audycji dokumentalnej, nie podlega on bowiem tak ścisłym ograniczeniom i może łączyć wszystkie możliwe formy radiowej: poezję, muzykę, głosy i przede wszystkim dźwięki. Wykorzystuje się je nie tylko po to, by dokumentować rzeczywistość, ale również wzruszać, informować, dostarczać rozrywki i inspiracji. Reportaż jest dość swobodnym i dającym duże możliwości twórcze gatunkiem radiowym, w obrębie którego powstało wiele nowatorskich i zapadających w pamięć audycji⁸.

Bardzo celnie o reportażu i sztuce jego tworzenia mówił wieloletni szef działu publicystyki radia BBC Laurence Gilliam. Według niego

jest to gatunek, który przenosi dociekliwy umysł, czujne ucho, bystre oko i reporterski mikrofon w najdalsze rejony świata oraz najgłębsze obszary ludzkiego doświadczenia. Jego zadaniem i przeznaczeniem jest odbijanie, jak w lustrze, wnętrza spraw, badanie granic radia oraz doskonalenie najbardziej twórczych i artystycznych technik tej branży [za: McLeish 2007: 308].

⁸ Przykładem może być poświęcona zagadnieniom rybołówstwa na Morzu Północnym audycja Charlesa Parkera *Singing for Fishing*.

Podsumowanie

Na początku XXI wieku obserwujemy niewątpliwy renesans radia, jako sztuki przekazu. Ma on swoje źródło w „upodmiotowieniu” tej formy komunikowania masowego. Wywierając wpływ nie tylko na życie jednostek, ale całych społeczeństw, nie odcina się bynajmniej od tego, co wnosi w jego (radia) funkcjonowanie i przekaz literatura oraz socjologia [Markiewicz 2008: 301]. Dzięki wzmacnianiu narracji **dźwiękiem**, szczególnie w formach artystycznych, takich jak reportaż, konkuruje z – mogłoby się wydawać – dużo bardziej sugestywną i bogatszą formą przekazu obrazkowego (telewizyjnego). Wśród ludzi radia reportaż uznawany jest za sztukę elitarną, a jego twórcy uznawani są za swoistą arystokrację, ich umiejętności zaś to najwyższy stopień wtajemniczenia w arkanach sztuki radiowej.

Z racji rozbieżności celów rozgłośni publicznych i komercyjnych, reportaż funkcjonuje w Polsce właściwie jedynie na antenach nadawców publicznych. Co ciekawe, w naszym kraju reportaż radiowy najczęściej, choć nie jedynie, powstaje w mikroprzestrzeni społecznej, czyli tam, gdzie funkcjonują rozgłośnie regionalne Polskiego Radia. Mimo, jednakowoż, ogólnej zgody co do znaczenia tej sztuki przekazu, nadawcy radiowi borykają się z poważnymi problemami, które dotyczą choćby miejsca reportażu w ramówkach. Coraz większa potrzeba rozrywki wśród odbiorców i pogoń za wynikami słuchalności sprawiają, że audycje tego rodzaju ustępują miejsca prostszemu i łatwiejszemu (tańszemu) w realizacji formom. Reportaże radiowe „spychane” są więc na coraz późniejsze godziny emisji. Mają one zdecydowanie węższą, jednak wierniejszą publiczność. Warsztatowe umiejętności związane z realizacją reportażu sprawiają, że kreowanie takich dojrzałych form często nie znajduje się w obszarze zainteresowania młodych dziennikarzy, co skutkuje brakiem „zmiany pokoleniowej” wśród reportażyistów. Warto zwrócić też uwagę na ciągły rozwój techniki zapisu, montażu, obróbki, produkcji i postprodukcji dźwięku. Coraz częściej wymagające specjalistycznej wiedzy o akustyce, skomplikowane edytory zastępują intuicyjne programy z przyjaznymi interfejsami. Wraz ze wzrostem możliwości obliczeniowych komputerów zwiększają się możliwości związane z pracą nad dźwiękiem. Reportaż w czystej formie dźwiękowej, jak i obrazkowej (fotokastowej) funkcjonuje już także z powodzeniem w Internecie⁹.

⁹ Przykładem udanego fotokastu może być reportaż Joanny Sikory z Polskiego Radia Białystok *Opowieści szklanych płytek* z dołączoną do nich prezentacją zdjęć przygotowaną przez Krzysztofa Kiziewiczza. Za ten kolaż Joanna Sikora z Krzysztofem Kiziewiczem zdobyli wyróżnienie w kategorii: Historia

Być może połączenie nowoczesnej techniki z możliwościami komunikacyjnymi sieci www zaowocuje w przyszłości nowymi formami tego gatunku radiowego.

Reportaż dźwiękowy jest – jak malarski obraz – dziełem skończonym, choć niepełnym. Zawsze przedstawia pewien ulotny fragment rzeczywistości, zarejestrowany w określonym czasie, na jakimś tle historycznym. Z czasem traci na aktualności, ale zyskuje – jak obraz – na uniwersalności. Pędzlem reportażysty staje się mikrofon, barwami – plany dźwiękowe, a farbami – sam dźwięk. Podobnie, jak w malarstwie, istnieją też szkoły reportażu, by wymienić białostocką, warszawską czy krakowską [Klimczak 2011: 64-65]. Podobnie, jak w sztuce, łatwo tu o plagiat, nawet niezamierzony. Najważniejszy zawsze jest jednak **bohater**.

Bibliografia

- Białek M. (2010), *Polski reportaż radiowy. Wybrane zagadnienia*, Poznań, Opole.
- Goban-Klas T. (1999), *Publiczność*, [w:] *Encyklopedia Socjologii*, M. Baltaziuk, M. Kotowska, W. Lipnik, E. Pajeska-Kojder (red.), t. 2, Warszawa.
- Goban-Klas T. (1978), *Socjologiczna problematyka publiczności teatralnej*, [w:] J. Degler (wyb. i oprac.), *Wprowadzenie do nauki o teatrze*, t. 3, Wrocław.
- Klimczak K. (2011), *Reportaże radiowe o krzywdzie i cierpieniu*, Łódź.
- Kłoskowska A. (1980), *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa.
- Kubaczewska M., Hermanowski M. (2008), *Radio – historia i współczesność*, Poznań.
- Kurianiuk K., *Wielka podlaska zmiana*, Białystok 2016.
- Laskowicz K. (1986), *Świat za drzwiami, Początki polskiej myśli radioznawczej i praktyki środowiskowej*, Poznań.
- Markiewicz H. (1984), *Wymiary dzieła literackiego*, Kraków.
- Markiewicz W. (2008), *Radio – świat dźwięków*, [w:] Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów – nowa edycja*, Kraków.
- McLeish R. (2007), *Produkcja radiowa*, Kraków.
- McLuhan M. (1975), *Przekazniki, czyli przedłużenie człowieka*, [w:] idem, *Wybór pism*, Warszawa.
- McQuail D. (2008) *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa.
- Pleszkun-Olejniczakowa E. (2004), *O reportażu radiowym*, [w:] *Reportaż w dwudziestoleciu międzywojennym*, Lublin.

Regionalna – I edycji Ogólnopolskiego Konkursu na Najlepszą Audycję Historyczną Roku 2013, organizowanego przez Instytut Pamięci Narodowej. Reportaż i fotokast do posłuchania i obejrzenia na: <https://www.radio.bialystok.pl/reportaz/index/id/98090>, [14.12.2018].

Ślusarski W. (1986), *Polski reportaż radiowy*, Kraków.

Tarde G. (1904), *Opinia i tłum*, Warszawa.

Wańkiewicz M. (1972), *Karafka la Fontaine'a*, t. 1, Kraków.

Wolny-Zmorzyński K. (2004), *Reportaż – jak go napisać?*, Warszawa.

SUMMARY

Masters of Sound – Representations of the World in Radio Reportages

Since the appearance of radio reportage in Poland, it has been evolving to this day. Along with its evolution, new divisions and definitions have developed. There is no one simple and consistent definition of radio reportage, as it is a specific kind of work that exists between literature and fact. The article is an attempt to organise the main concepts of the radio reportage in Poland, and to present its specificity, as compared with other media, genres and practices.

KEYWORDS: iconosphere, imagemaking, phonosphere, radio, reportage