

Karolina Albińska  
Uniwersytet Łódzki

## Kilka uwag o przeobrażeniach środowiska medialnego współczesnego radiostuchacza. Szkic przeglądowny

Telewizja i radio były się w tym samym pokoju,  
zagrzewane do walki przez sąsiadów; lecz była to  
głupia i niepotrzebna kłótnia [...]  
Nowy przybysz wygrał na punkty –  
nie można tu mówić o technicznym K.O.;  
a stara miłość, radio obmyśla teraz nową karierę,  
pocieszając się, że nikt nie jest zwycięzcą na zawsze...  
(Donald McWhinnie)

Wraz z pojawieniem się człowieka na Ziemi zrodziła się potrzeba porozumiewania i przekazywania informacji. Były to umiejętności nie do przecenienia, bowiem pozwalały zaadaptować się do otaczającego świata i zmieniać go zgodnie z potrzebami i wymogami czasów<sup>1</sup>. Leżały więc u podstaw przetrwania naszego gatunku, decydowały o byciu, warunkowały egzystencję. Wynikały nie tylko z wewnętrznej potrzeby jednostki, ale były zewnętrznym przymusem, życiową koniecznością podyktowaną funkcjonowaniem społecznym<sup>2</sup>. W konsekwencji usprawniania i unowocześniania sposobów komunikowania pojawiły się zaś śmiałe idee prowadzące do powstania nowych środków przekazu<sup>3</sup>, bo – jak głosi stare porzekadło – „potrzeba jest matką wynalazków”.

Zmiany te nie zachodziły jednak nagle i niespodziewanie. Wynikały raczej z długotrwałego procesu, zdaniem Paula Levinsona zbliżonego w swej naturze do darwinowskiej teorii ewolucji, z tym, że dotyczyły przeobrażeń mediasfery<sup>4</sup>. Dziś trudno jednoznacznie orzec, co było siłą sprawczą tych komunikacyjnych przemian. Badacze opowiadający się za „mediacentryzmem” twierdzą, że to każdorazowe pojawienie się nowego przekaznika było siłą napędową rozwoju społecznego. Grupa szerząca takie poglądy rozбивa się jednak na dwie frakcje. Jedni, z Marshalllem

<sup>1</sup> Z. Bajka, *Media w rozwoju historycznym*, [w:] *Słownik wiedzy o mediach*, red. E. Chudziński, Warszawa 2007, s. 41.

<sup>2</sup> Z. Bajka, *Historia mediów*, Kraków 2008, s. 7.

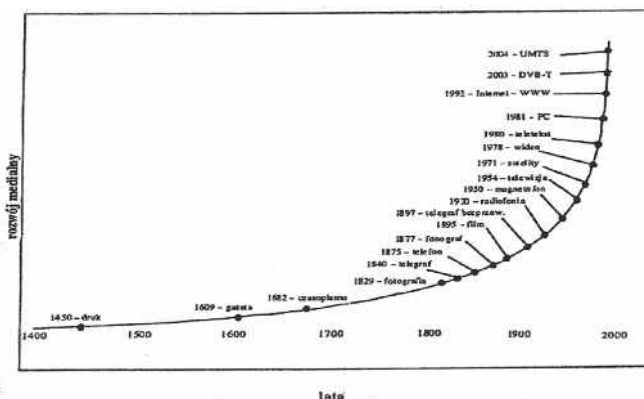
<sup>3</sup> K. T. Toeplitz, *Dokąd prowadzą nas media*, Warszawa 2006, s. 24-25.

<sup>4</sup> P. Levinson, *Miękkie ostrze, czyli historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 2006, s. 15.

McLuhanem na czele, utrzymują, że rozwój społeczny był motywowany tylko i wyłącznie ewolucją środków komunikowania<sup>5</sup>, drudzy, hołdując teorii „miękkiego determinizmu”, traktują media jedynie jako jeden z wielu czynników sprawczych wspomagających zachodzące zmiany<sup>6</sup>. Są jednak i tacy teoretycy, którzy, wtłaczając swe poglądy w ramy „społecznocentryzmu”, odwracają ten układ wzajemnych zależności. Ich zdaniem to „istoty medialne”, postługując się różnymi środkami przekazu, przez wieki stymulowały rozwój cywilizacji, a nie na odwrót<sup>7</sup>. Choć w różnych okresach historycznych naukowcy skłaniali się raz ku jednym, raz ku drugim poglądom, dziś można sądzić, że proces rządzący rozwojem cywilizacyjno-medialnym zachodził dwukierunkowo, a oba podmioty, na które oddziaływał, wzajemnie się stymulowały.

W ten sposób z wieku na wiek, z dekady na dekadę i z roku na rok pojawiały się nowe sposoby komunikowania. Ich rozwój został zobrazowany za pomocą tzw. zegara medialnego, którego autorstwo przypisuje się Fryderykowi Williamsowi lub Wilburgowi J. Schrammowi<sup>8</sup>. Historię mediów wpisano tym samym w schemat kołowy obrazujący podzieloną na odcinki czasowe dobę – godzina reprezentuje 1500 lat. W myśl tej teorii od północy (360 stuleci wstecz) do 8.00 rano, jak nakazuje cisza nocna, niewiele się wydarzyło. Wtedy nastąpił pierwszy przełom w dziejach komunikowania - malowidła naskalne. Potem nastąpiła kolejna pauza i dopiero wraz z nadejściem godziny 20.00 podjęto nieśmiałą próbę zapisu mowy. Po upływie kolejnych 2,5 godz. dumnie wkroczone w epokę Gutenberga. Ostatnie 22 min. z tej niezwykłej doby obrazują prawdziwe medialne przyspieszenie, a końcowe 5 min. przynosi niebываły wysyp medialnych wynalazków:

Rys. 1 Ewolucja mediów w latach 1450-2004



Źródło: Michalczyk S., *Społeczeństwo medialne*, Katowice 2008, s. 4.

<sup>6</sup> D. McQuail, *Czy teoria środków masowego przekazu może sprostać wyzwaniu nowych technik komunikowania?*, „Przekazy i opinie” 1988, nr 1-2, s. 56.

<sup>7</sup> P. Levinson, *Miękkie ostrze...*, s.21-24.

<sup>8</sup> D. McQuail, *Czy teoria środków...*, s. 56.

Niektóre z nich miały przełomowy wpływ na dzieje, ponieważ zrewolucjonizowały sposób życia ludzi i zmodyfikowały ich percepcję, a nawet zmieniły charakter kultury<sup>9</sup>. To właśnie ich wynalezienie – zdaniem Tomasza Goban-Klasa – wyznaczało cezurę wielkich okresów zmian medialnych<sup>10</sup>, nazywanych przez Marshalla McLuhana: wiekiem plemiennym, wiekiem pisma, wiekiem druku i wiekiem elektronicznym<sup>11</sup>.

Na fali wynalazków prowadzących do usprawnienia komunikacji pojawiło się także radio – początkowo jako „telegraf bez drutu” – które wedle poglądów Harolda Innisa wprowadziło ludzkość w dobę współczesności<sup>12</sup>. W połowie lat 20. XX w. miało ono już w miarę ugruntowaną pozycję, więc zaczęto za jego pośrednictwem, z mniejszą bądź większą regularnością, nadawać „stałe” audycje radiowe. Można zatem przyjąć, że wtedy właśnie pojawił się także pierwszy „ukształtowany” radiosłuchacz, który z biegiem lat z coraz większą śmiałością obcował z radiem, ucząc się na nowo zmysłowego odbierania świata – wtórnej, warunkowanej elektronicznie percepcji audialnej.

Na tym stadium nie skończył się jednak burzliwy rozwój cywilizacji ludzkiej opartej w coraz większym stopniu o środki masowego przekazu. Zaczęto bowiem posługiwać się nowymi przekazywanymi, a człowiek – także radiosłuchacz – coraz bardziej się do nich przyzwyczajał. Nie mógł już jednak powoli oswajać się z pojawiającymi się w coraz większym tempie wynalazkami medialnymi. Nowe zdobycze techniki wkraczały w jego świat tak szybko, że przestały być dla człowieka zadziwiające i przez niego podziwiane<sup>13</sup> z uwagi na brak budowania trwałych więzi z nimi. „Istota medialna” z nich korzystająca, stopniowo i niemal niezauważalnie, zmieniała się z dawnego radiosłuchacza – w wąskim znaczeniu tego słowa – w użytkownika wielu środków przekazu, który dziś, pozostaje w „gotowości medialnej 24h na dobę”<sup>14</sup>. Immersja jest bowiem tak daleko posunięta, że nie dostrzegamy otaczających mediów<sup>15</sup>. „Człowiek wtapia się w swoje nowe, elektroniczne środowisko dokładnie tak samo, jak jego praprzodek wtapiał się w środowisko dżungli czy stepu”<sup>16</sup>.

W obliczu tych przeobrażeń medialnego otoczenia, już wiek XX został okrzyknięty „epoką mediów”<sup>17</sup>. Wraz z nadejściem nowego tysiąclecia proces prowadzący do „zrośnięcia” z mediami jeszcze przybrał na sile. W konsekwencji dawny odbiorca

---

<sup>9</sup> Por. Marshall McLuhan, *Wybór pism*, red. K. Krzymowska, Warszawa 1975, s.; P. Levinson, *Miękkie ostrze*, s. 34-291 oraz K. T. Toeplitz, *Dokąd prowadzą nas...*, s. 113.

<sup>10</sup> T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2005, s. 26-28.

<sup>11</sup> M. Dankowska-Kosman, *Media i ich odbiorcy. Między pokoleniowe różnice w odbiorze*, Warszawa 2008, s. 73.

<sup>12</sup> M. Sokołowski, *(R)ewolucja w komunikacji. Wprowadzenie do medioznawstwa*, Warszawa 2010, s. 152.

<sup>13</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004, s. 13.

<sup>14</sup> S. Michalczyk, *Spółczesność medialna*, s. 7.

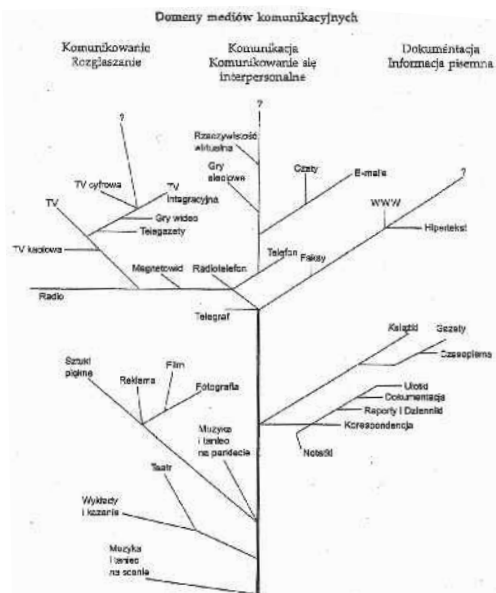
<sup>15</sup> T. Goban-Klas, *Nowe media w społeczeństwie informacyjnym*, <http://media.miks.uj.edu.pl/~kkims/nowemedia.skrypt.wprowadzenie.htm> [dostęp: 03.03.2008].

<sup>16</sup> Marshall McLuhan, *Wybór pism...*, s. 31.

<sup>17</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie...*, s. 10.

przekazów radiowych przestał być jedynie - lub aż - radiosłuchaczem. Dziś lawiruje między różnymi środkami przekazu, a ewolucyjnie ukształtowaną mediasferę, w której jest obecnie zanurzony, obrazuje tzw. drzewo genealogiczne trzech domen mediów stworzone przez Rogera Fiddlera<sup>18</sup>:

Rys. 2 Trzy domeny mediów



Źródło: Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radią, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004, s. 301.

Kluczowa rola środków masowego przekazu oraz mediatyzacja<sup>19</sup> rzeczywistości społecznej sprowokowały naukowców do nazwania współczesnej cywilizacji właśnie „cywilizacją medialną”<sup>20</sup>, a że człowiek lubi porządkować, klasyfikować i etykietować, to poszukiwano także nazwy, która odzwierciedlałaby charakter dzisiejszego społeczeństwa, którego radiosłuchacz stał się częścią. W konsekwencji pojawiły się określenia, które opisywały nie tyle charakter obecnego etapu rozwoju społeczeństwa cywilizacyjnego, ile zachowania i cechy jego członków. Mówiono o *społeczeństwie światowym*, *społeczeństwie ryzyka*, *społeczeństwie konsumpcyjnym*, *społeczeństwie usług*, *społeczeństwie czasu wolnego*, czy też *społeczeństwie przeżywającym*. Dylemat terminologiczny rozważano jednak także z różnych szerszych perspektyw i zależnie od punktu widzenia wyróżniano *społeczeństwo rynkowe*, *społeczeństwo wiedzy*, *społeczeństwo informacyjne* i *społeczeństwo sieciowe*<sup>21</sup>:

<sup>18</sup> T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, Warszawa 2005, s. 29-30.

<sup>19</sup> *Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 118.

<sup>20</sup> T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna...*, s. 6.

<sup>21</sup> S. Michalczyk, *Społeczeństwo medialne*, Katowice 2008, s. 38-43.

Tab. 1 Typy społeczeństwa – ujęcie porównawcze

	Społeczeństwo rynkowe	Społeczeństwo informacyjne	Społeczeństwo sieciowe	Społeczeństwo wiedzy	Społeczeństwo medialne/komunikacyjne
Przedstawiciele	B.Gates N. Negroponte	D.Bell	M.Castells	P.Drucker S. Stehl H. Willke	U. Saxer O. Jarren U. Sarcinelli
Perspektywa	ekonomiczna	socjologiczna	strukturalno-technologiczna	ekonomiczna	medioznawcza (komunikologiczna)
Koncepcja bazowa	rynek i konkurencja	informacja, wiedza teoretyczna	globalna sieć komunikacyjna	bity, dane, informacja, wiedza, rozumienie	autonomizacja mediów+ medializacja kom. publicznego
Istota, obszary badawcze, problemy	innowacje technologiczne, wzrost produktywności, tworzenie wartości ekonomicznych	proces informatyzacji, zmiany w strukturze zawodowej i w gospodarce	transformacja pracy, nierówności w konsumpcji, społ. wykluczenie, skandalizacja polityki, kultury wirtualne	zawody bazujące na wiedzy, zarządzanie wiedzą, wiedza ekspercka, konkurencja w wiedzy	przymus komunikacyjny/ medialny, wizualizacja, personalizacja, emocjonalizacja, skandalizacja, dysfunkcjonalność
Logika wyjaśniająca przyczyna ↓ skutek	innowacja i dyfuzja ↓ <i>new economy</i>	informacja jako centralny zasób ↓ zmiana społeczna	sieć informacyjna ↓ ekonomia, polityka, kultura	zmiany w produkcji wiedzy ↓ zmiany organizacyjne	zmiany strukturalne mediów ↓ zmiany w dziennikarstwie, polityce, demokracji

Źródło: Michalczyk S., *Społeczeństwo medialne*, Katowice 2008, s. 43.

Medioznawcy także ukuli własny termin – „społeczeństwo medialne” – zauważając, że dziś „nic, co medialne nie jest nam obce”<sup>22</sup>. Człowiek „swoją dzień powszedni zaczyna nie jak dawniej od modlitwy, lecz od włączenia radia, a kończy nie modlitwą wieczorną, ale wyłączeniem telewizora lub radia”<sup>23</sup>, pamiętając również o tzw. mediach telekomunikacyjnych oraz multimediach.

Różne środki przekazu stały się więc elementem społecznej rzeczywistości radiosłuchacza, zaznaczając swoją obecność jednocześnie na trzech płaszczyznach. W wymiarze makro sterują uwagą społeczną, w sferze mezo oddziałują na organizację, płaszczyzna mikro natomiast zarezerwowana jest dla jednostek budujących skomplikowaną i wielowymiarową strukturę „społeczeństwa medialnego”<sup>24</sup>.

Zdaniem Otfrieda Jarrena charakteryzuje się ono następującymi cechami specyficznymi<sup>25</sup>:

1. w jego ramach następuje niesłychanie szybki jakościowy i ilościowy rozwój mediów publicznych;
2. pojawiają się nowe formy medialne adresowane już nie do mas, a konkretnych grup targetowych (powstają kanały i czasopisma tematyczne);

<sup>22</sup> T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna...*, s. 44.

<sup>23</sup> Tamże, s. 42.

<sup>24</sup> S. Michalczyk, *Społeczeństwo medialne*, s. 15.

<sup>25</sup> Tamże, s. 16.

3. media przyspieszają obieg informacji, w którym aktywnie uczestniczą;
4. media coraz śmielej wkraczają w życie społeczne - wszystkie jego dziedziny i przejawy;
5. media są pozytywnie postrzegane i znajdują się w centrum zainteresowania.

Na tym jednak wyliczenie przymiotów dystynktywnych się nie kończy. Tomasz Goban-Klas uzupełnia bowiem niniejszą listę o kolejne cechy społeczeństwa medialnego, zauważając, że w jego ramach<sup>26</sup>:

- kontakty i stosunki ludzkie mają charakter zapośredniczony przez media;
- środki przekazu tworzą swoistą rzeczywistość wirtualną i kulturę medialną;
- infrastruktura mediów komunikacyjnych jest podstawą sieci i obiegów informacji;
- techniki medialno-informacyjne akompaniują niemal wszystkim działaniom ludzkim;
- przemysł medialny jest istotnym ogniwem gospodarki;
- na znaczną część produktu narodowego brutto pracuje szeroko rozumiany sektor usług informacyjnych, telekomunikacyjnych i medialnych;
- informacja, wiedza i kultura zostały utowarowione, produkcja i obieg informacji rządzą się prawami działalności gospodarczej, a rozwój społeczny opiera się na wykorzystywaniu teleinformatyki.

Kierując się tego typu przesłankami Ulrich Saxer stworzył ogólną definicję „społeczeństwa medialnego”, pisząc, że:

„jest to pewien typ społeczeństwa charakteryzujący się rosnącym stopniem mediatyzacji, ukształtowany na bazie zróżnicowanych elementów medialności w procesie komunikacyjnym oraz poprzez wyemancypowanie się systemu medialnego z ram i uwarunkowań instytucjonalnych”<sup>27</sup>.

Obserwując współczesne otoczenie medialne, Grażyna Stachówna twierdzi, że uczestnictwo w kulturze medialnej i włączenie się w struktury społeczeństwa medialnego jest dobrowolne. Opisując obowiązujący dziś porządek cywilizacyjno-społeczny stworzony na medialnych fundamentach używa więc określenia „timszel”, czyli „możesz”. Podkreśla w ten sposób wolność wyboru, którą pozostawiono żyjącemu obecnie człowiekowi. Jej zdaniem nie tylko może on zdecydować, czy chce stać się „istotą medialną”, czy woli się odciąć od przesiąkniętej środkami przekazu rzeczywistości, ale także ma pełne prawo określić, które z szerokiego wachlarza dostępnych mediów przyjmie i „oswoi”, a które odrzuci, wykluczając je tym samym ze swojego subiektywnie wyselekcjonowanego repertuaru mediów<sup>28</sup>. W ten sposób tworząc niestabilną hierarchię środków przekazu, w której radio zajmuje zmienną pozycję (Albińska 2010: 3, 11).

Henry Jenkins spogląda na współczesną mediasferę krytyczniejszym okiem. W książce *Kultura konwergencji* pisze, że choć zanurzenie w środowisku medialnym

<sup>26</sup> T. Goban-Klas, *Media i medioznawstwo...*, s. 18.

<sup>27</sup> Cyt. za: S. Michalczyk, *Społeczeństwo medialne*, s. 22.

<sup>28</sup> G. Stachówna, *Wielość mediów-możliwość wyboru*, [w:] *Od fotografii do rzeczywistości wirtualnej*, red. M. Hopfinger, Warszawa 1997, s. 88-89.

powinno być opcjonalne, ludzie tak naprawdę są zmuszeni iść z prądem czasu postępując się coraz nowszymi technologiami, bo negując ten trend zostają zepchnięci na społeczny margines. W myśl tej teorii radiosłuchacz został więc postawiony przed faktem dokonanym – czy tego chce, czy nie, nie może ograniczać się do korzystania jedynie z przekaźnika radiowego udając, że inne media nie istnieją, bo grozi mu społeczny ostracyzm.

Warto dodać, że nie wszyscy niestety mają równe szanse korzystać z szerokiej oferty medialnej<sup>29</sup>. Co prawda, niektórzy – np. Amisze - sami wyłamują się z narzuconych przez współczesną cywilizację ram, dobrowolnie skazując się na miano medialnych outsiderów, są oni jednak mniejszością. Duże grupy wyklucza się ze społeczeństwa medialnego wbrew ich woli<sup>30</sup>. Podzielający ten pogląd Krzysztof Teodor Toeplitz twierdzi, że tak naprawdę cywilizacja medialna obejmuje swym zasięgiem tylko 15-20% całej ludzkości, a jej pełnoprawnymi członkami są jedynie jednostki zamieszkujące najbardziej rozwinięte kraje świata. Aż 40% mieszkańców naszego globu, nie mając dostępu do elektryczności, jest więc całkowicie pozbawiona możliwości uczestnictwa w kulturze medialnej<sup>31</sup>. Z oczywistych względów nie mogą oni więc przeistoczyć się ani w radiosłuchaczy, ani w użytkowników innych potencjalnie dostępnych mediów.

Dzisiejsze społeczeństwo zatem bardziej się różnicuje niż ujednocila. Podstawą podziału nie jest już jednak pozycja społeczna, status majątkowy czy pochodzenie, a umiejętność dostosowania do zmian technologicznych i dostęp do środków przekazu. W rezultacie obowiązuje więc dwubiegunowy model cywilizacyjny, a ludzie dzielą się na „istoty medialne” i „istoty niemedialne”. Tworzy się tym samym „nowa elita kulturowa – oraz nowa kulturowa podklasa”<sup>32</sup>.

Uwadze badaczy nie umknął także fakt, że media nie tylko wpływają na jednostki i kształtują całe społeczeństwo, ale także, pozostając w bliskich relacjach, silnie na siebie oddziałują. Jerzy Tuszewski<sup>34</sup> oraz Alicja Helman zauważają, że na scenie medialnej wciąż dochodzi do różnych przetasowań, ponieważ środki przekazu nieustannie zamieniają się miejscami, tworząc nowe struktury i hierarchie ważności<sup>35</sup>. Relacje międzymedialne postrzegane są zaś przez pryzmat dwóch skrajności – środki przekazu są dla siebie albo śmiertelnymi wrogami, albo oddanymi sprzymierzeńcami.

Zwolennicy pierwszej koncepcji utrzymują, że walcząc o uprzywilejowaną pozycję na kulturalnej arenie biorą udział w swoistym peletonie. Zabiegają w ten sposób

---

<sup>29</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji*, Warszawa 2007, s. 129.

<sup>30</sup> S. Michalczyk, *Spółeczeństwo medialne*, s. 7.

<sup>31</sup> K. T. Toeplitz, *Dokąd prowadzi nas...*, s. 264-272.

<sup>32</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004, s. 305.

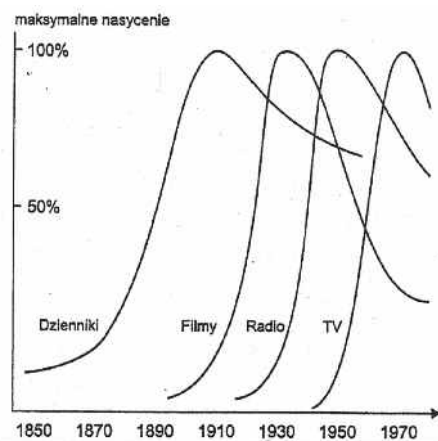
<sup>33</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji*, s. XI.

<sup>34</sup> J. Tuszewski, *Paradoks o słowie i dźwięku: rozważania o sztuce radiowej*, Toruń 2002, s. 31.

<sup>35</sup> A. Helman, *Rozwój kina w interpelacji z innymi mediami*, [w:] *Od fotografii do rzeczywistości wirtualnej*, red. M. Hopfinger, Warszawa 1997, s. 82.

o zainteresowanie, czas i uwagę człowieka<sup>36</sup>. Te zmagania o prymat naukowcy opisują niekiedy w ujęciu historycznym, dostrzegając, że na przestrzeni wieków pewne media tracą dominującą pozycję na rzecz swoich następców<sup>37</sup>. Amerykańscy badacze - John C. Merrill i Ralph L. Lowenstein – w schematyczny sposób zobrazowali niniejszą zależność tworząc tzw. krzywą EPS. Ich zdaniem każdy ze środków masowego przekazu przechodzi kolejno przez trzy stadia: stadium elitarne, masowe i specjalizacyjne. Początkowo jego konsumentami są więc pozostający w mniejszości miłośnicy innowacji, potem staje się on narzędziem dla mas, by w końcu zaproponować nową ofertę funkcjonalną i treściową, i zadowolić koneserów - chroniąc się przed zupełnym zniknięciem z medialnego krajobrazu<sup>38</sup>. Zwykle wchodząc w drugie stadium dane medium wkracza także w swoją „złotą erę” i zdobywa przewagę konkurencyjną – radio święciło więc swe triumfy od lat 30. do 50. zeszłego wieku.

Rys. 3 Wypieranie starych mediów przez nowszych konkurentów tzw. krzywa EPS (faza elitarna, popularyzacji i specjalizacji).



Źródło: Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004, s. 26.

Proces współzawodnictwa medialnego został również wytłumaczony w oparciu o perspektywę funkcjonalną<sup>39</sup>. W tym celu Maciej Mrozowski umieścił poszczególne media na wierzchołkach pięcioramiennej gwiazdy wpisanej w okrąg. Na jej szczycie znalazła się książka, a po niej kolejno – zgodnie z ruchem wskazówek zegara – kino, telewizja, radio i prasa. Honorowe miejsce w środku tej medialnej konstelacji zajął zaś Internet.

<sup>36</sup> P. Levinson, *Miękkie ostrze*, s. 131.

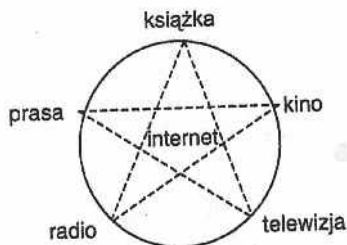
<sup>37</sup> T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie...*, s. 26-27.

<sup>38</sup> Za: S. Michalczyk, *Spółczesność medialna*, s.5.

<sup>39</sup> M. Mrozowski, *Media masowe: wiedza, rozrywka, biznes*. Warszawa 2008, s. 368.



Rys. 4 Media masowe jako funkcjonalnie alternatywne



Źródło: Mrozowski M., *Media masowe: wiedza, rozrywka, biznes*, Warszawa 2001, s. 368.

Zgodnie z niniejszą teorią media umieszczone w bezpośrednim sąsiedztwie na okręgu są dla siebie większym zagrożeniem niż te znajdujące się na przeciwległych końcach wpisanej w niego gwiazdy, bowiem łączy je więcej podobieństw. Ludzie zatem mogą zastępować je zbliżonym funkcjonalnym ekwiwalentem. Obecnie najgroźniejszym rywalem jest bezsprzecznie Internet, który dzięki swej wielofunkcyjności i elastyczności może konkurować ze wszystkimi innymi dostępnymi środkami przekazu, stając się między innymi odpowiednikiem tradycyjnego radioodbiornika.

Choć do pewnego stopnia można zgodzić się z przedstawionymi dotychczas poglądami, nie ulega wątpliwości, że media zwykle nie wymierają. Znikają jedynie niektóre „technologie przekazu”<sup>40</sup>, a co za tym idzie modyfikacji ulegają społeczne i kulturowe praktyki im przypisane. W rezultacie dziś środki przekazu podlegają raczej prawom kumulacji współistniejąc w ramach pojemnej mediasfery<sup>41</sup>. Urszula Jarecka w swych sondach na ten temat posuwa się jeszcze o krok dalej. Twierdzi, że media są dla siebie komplementarne i wzajemnie się wspierają, a nie zwalczają. Tworzą specyficzną symbiozę niekiedy wręcz wzajemnie się lansując<sup>42</sup>. Dzisiejszy ich potencjał zatem „wynika nie z działania każdego medium z osobna czy też każdego podsystemu z osobna (np. radiofonii), lecz z działania całego zespolonego systemu medialnego”<sup>43</sup>, który tworzy infrastrukturę społeczeństwa.

Stanisław Michalczyk uważa, że zależności medialne przybierają jeszcze bardziej skomplikowaną i wielowymiarową postać, a nowe i stare środki masowego przekazu funkcjonują na cztery sposoby<sup>44</sup>, które opisuje jako:

- „Wchodzenie „starego” w „nowe”. Nowe zaimportowało w początkowym swym rozwoju zasady i formy prezentacji od starego, czyli mediów tradycyjnych, głównie elementy treściowe i organizacyjne;

<sup>39</sup> M. Mrozowski, *Media masowe: wiedza, rozrywka, biznes*. Warszawa 2008, s. 368.

<sup>40</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji*, s. 18-19.

<sup>41</sup> S. Bardijewska, *Nagie słowo. Rzecz o słuchowisku*. Warszawa 2001, s. 27.

<sup>42</sup> U. Jarecka, *Świat wideoklipu*, Warszawa 1999, s. 41-45.

<sup>43</sup> S. Michalczyk, *Spółczesność medialna*, s. 332.

<sup>44</sup> Tenże, *Spółczesność medialna*, s. 102-103.

- Wchodzenie „nowego” w „stare”. Pod naciskiem walki konkurencyjnej tradycyjne media zaadaptowały wiele nowości w telewizji i/lub mediach drukowanych;
- Zastępowanie „starego” przez „nowe”. Proces ten przeważnie nigdy nie jest pełny, substytucja ma charakter ograniczony. Ale np. tradycyjna płyta została całkowicie wyparta przez CD;
- Komplementarność „starego” z „nowym”. Stare i nowe nie mogą się bez siebie obejść i nie odrzuca się wzajemnie pewnych elementów (kumulacja, integracja). Obok siebie funkcjonują książka drukowana i DVD.

Ciekawym przykładem wchodzenia „nowego w stare” i zarazem „starego w nowe” jest tzw. konwergencja mediów. Walery Pisarek rozumie ten termin jako „postępujące wzajemne powiązania i przenikanie się sieci telekomunikacyjnych, audiowizualnych i informatycznych”, które - dzięki wspólnej płaszczyźnie w postaci technologii cyfrowej - prowadzi do zacierania różnic między poszczególnymi środkami przekazu<sup>45</sup>. Henry Jenkins rozszerza to pojęcie akcentując szczególnie fakt, że zmiany technologiczne pozwalają przede wszystkim na swobodny przepływ „zawartości” - umożliwiając „tworzenie połączeń między treściami rozproszonymi w różnych środkach przekazu”<sup>46</sup>. Nowoczesna technologia zostaje więc za sprawą konwergencji wykorzystana przez producentów i dystrybutorów treści medialnych (w postaci zarówno książek, gazet, audycji radiowych, jak i programów telewizyjnych) w celu ich zaistnienia w nowej, wspólnej przestrzeni wielofunkcyjnych przekazników tzw. omnimedów.

Choć początkowo,

„nie było wcale oczywiste, przed jakim bóstwem klęczano [...] Czy był to nowotestamentowy Bóg, który obiecał zbawienie? Bóg ze Starego Testamentu, grożący zagładą w wypadku odrzucenia Jego zasad? Bóstwo o wielu twarzach, mówiące jak wyrocznia i domagające się ofiar z krwi? A może, ze względu na miejsce, konwergencja była boginią voodoo, która jest w stanie zesłać moc zadawania bólu konkurencji?”<sup>47</sup>.

Okazało się, że dla radia, które także jej uległo, konwergencja miała niebagatelne znaczenie, bo to ona pozwoliła „staremu” medium złapać drugi oddech. Za jej „dzieci” można z pewnością uznać telefon komórkowy oraz portal internetowy, bo właśnie dzięki nim zrobiono „lifting” „grającej skrzyneczce”. Co ciekawe pierwszy z tych technicznych wynalazków, użyty premierowo w 1973 r., początkowo dosłownie realizował i wprowadzał w życie ideę „urządzenia bez drutu”, która przecież leżała u podstaw powstania radia.

Obecnie specjalnie wbudowana funkcja odbiornika radiowego pozwala więc za pośrednictwem telefonu komórkowego słuchać audycji płynących na żywo z eteru, a także odtwarzać programy radiowe zapisane w formacie MP3. Internet jeszcze rozszerza możliwości radia. Umożliwia nie tylko odsłuchanie sekwencji audio dzięki

<sup>45</sup> *Słownik terminologii medialnej...*, s. 105.

<sup>46</sup> H. Jenkins, *Kultura konwergencji...*, s. 9.

<sup>47</sup> Tamże, s. 12.

transmisji strumieniowej (*streamingu*), w formie plików udostępnianych po każdorazowym pobraniu (*downloadingu*) lub tzw. *podcastów* (plików udostępnianych za pomocą Internetu, po czym dzięki technologii RSS (*Really Simple Syndication*) automatycznie ściąganym dla abonenta w postaci subskrypcji, ale daje szansę prowadzenia radiowych portali, które uzupełniają przekaz czysto audialny o treści obrazowo-tekstowe<sup>48</sup>.

Zanim radio nabrało jednak współczesnego multimedialnego charakteru ewoluowało i przekształcało się dostosowując do wymogów zmieniającej się rzeczywistości społecznej i zapotrzebowań radiosłuchaczy. Jego droga była więc długa i kręta, bo „na początku radia było słowo, a na końcu... portal...”<sup>49</sup>. To, co wydarzyło się w międzyczasie do pewnego stopnia zamknąć można w ramach dwóch koncepcji transformacyjnych – fiddlerowskiej „mediamorfozy” i tzw. tetrady McLuhana.

Już Roger Fidler wskazywał bowiem - pisząc o wspomnianych trzech domenach mediów – na transformację środków komunikowania, która jego zdaniem jest „powodowana przez złożone oddziaływanie postrzeganych potrzeb, konkurencji oraz presji politycznych i społecznych oraz technologicznych innowacji”<sup>50</sup>. Zauważał więc – choć nie wprost – że nie tylko cały system medialny ulega ciągłej transformacji, ale także poszczególne środki przekazu zmieniają swe oblicze, co pozwala im przetrwać i utrzymać przy sobie pewną grupę wiernych odbiorców. Czas pokazał, że nie tylko radio nie odeszło w niepamięć. Dzięki szeroko rozumianej adaptacji „era Gutenberga” nie została wyparta przez „erę Marconiego”, a ta nie zniknęła wraz z „erą Zworkina”<sup>51</sup>.

Marshall McLuhan także dostrzegał zdolności przystosowawcze poszczególnych mediów, a swoje spostrzeżenia skondensował w postaci czterech pytań: Jaką cechę dane medium wzmacnia lub doskonali?, Co eliminuje lub spycha na dalszy plan?, Co wydobywa z przeszłości i odzyskuje? oraz w co się przeobraża, osiągając szczyt swoich możliwości?<sup>52</sup>

Tu dochodzimy do tajemnicy sukcesu radia, która kryje się w jego elastyczności i tolerancyjności. Umiało bowiem od zarania swych dziejów, niczym kameleon, dostosowywać się do zmieniających warunków<sup>53</sup>, przybierając w swej historii różne wcielenia:

---

<sup>48</sup> K. Jakubowicz, *Radio i telewizja na świecie*, [w:] *Słownik wiedzy o mediach*, red. E. Chudziński, Warszawa 2007, s. 263-265.

<sup>49</sup> T. Goban-Klas, *Zarys historii i rozwoju mediów od malowideł naskalnych do multimediów*, Kraków 2001, s. 77.

<sup>50</sup> Tamże, s. 302.

<sup>51</sup> T. Goban-Klas, *Radio jako róg obfitości czy skrzynka Pandory*, [w:] *Radio szanse i wyzwania*, red. T. Leśniak, Kraków 1997, s. 22.

<sup>52</sup> T. Goban-Klas, *Media i medioznawstwo...*, s.17. oraz Tenże, *Media i komunikowanie...*, s. 304.

<sup>53</sup> M. Shingler, C. Wieringa, *On Air. Methods and Meanings of Radio*. London/New York/Sydney/Auckland 1998, s. ix.

„Często w domu mamy kilka radioodbiorników. A więc w pokoju babuni mógł się jeszcze uchować stary, może i lampowy odbiornik, tylko o dwóch lub trzech zakresach, oczywiście monofoniczny. W pokoju nastolatków znajdziemy tuner, wtopiony w muzyczny agregat, czyli w tzw. wieżę, nastawiony na jedną ze stacji na UKF-ie, oczywiście odbierający program stereo. Pan domu miewa radio pozwalające na odbieranie programów na falach krótkich, dawniej wykorzystywane do słuchania wiadomości zakazanych, z Londynu, Monachium czy Waszyngtonu. Niekiedy ma nawet specjalistyczny odbiornik do nasłuchu nadajników, jakimi posługują się krótkofalowcy. W kuchni będzie miejsce na nieco przestarzały, ale działający tranzystor, w sypialni na radio-budzik. Samochód jeśli go mamy, ma prawie zawsze radioodbiornik, na ogół z odtwarzaczem magnetofonowym. Radia możemy słuchać wszędzie, nawet tam, gdzie król piechotą chadza. Bardziej zapaleni fani radiowi nie rozstają się ze swoim radiem przenośnym, niekiedy tak małym jak pudełko papierosów, albo i jeszcze mniejszym, jak kieszonkowe, zupełnie płaskie modele SONY”<sup>54</sup>.

Radio zmniejszało więc swe gabaryty, wprowadzało nowe rozwiązania techniczne np. wykorzystywało głośnik lub słuchawki, nadawało na różnych częstotliwościach w wielu systemach i formatach, zmieniało miejsce usytuowania, stawało się coraz bardziej mobilne.

Dostosowywało się także do zmiany praktyk odbiorczych. Z pewnością największy ślad na ich obecnym kształcie zostawia era multimedialna, która przyniosła z sobą asynchronizm, indywidualizację, programowalność i hipertekstualność. Przekaz radiowy stał się po jej nastaniu mniej ulotny, stracił swą efemeryczność i premierowy charakter, a współczesny słuchacz może odtwarzać go nieskończoną ilość razy ignorując harmonogram emisji. Radio przekształciło się także w medium o nieliniowym charakterze. Za sprawą funkcji *on-demand* mamy możliwość odsłuchu wybranej „porcji” strumienia radiowego, w dowolnym czasie i przestrzeni. Dziś większą wagę przywiązuje się również do indywidualizacji i maksymalnego dostosowania radiowej oferty programowej. Sformatowane gatunkowo i optymalnie dostosowane do grup targetowych dzięki różnym kanałom i platformom radio, adresuje audycje już nie do „masy” a ściśle sprecyzowanego audytorium złożonego z pojedynczych jednostek. Stało się także katalizatorem ludzkich działań. Zachęca odbiorców nie tylko do aktywności mentalnej, ale także fizycznej – inicjuje kontakt telefoniczny, sms-owy i e-mailowy. I-radio natomiast skłania do tworzenia autorskich audycji za pomocą prostych w obsłudze interfejsów, zmieniając tym samym układ nadawczo-odbiorczych zależności. Słuchaczowi „zakłada” więc maskę profesjonalnego amatora, który decyduje o tym, czego i jak słucha, niekiedy sam nadając kształt programom udostępnianym w ramach medialnej wspólnoty<sup>55</sup>.

---

<sup>54</sup> T. Goban-Klas, *Radio jako róg...*, s. 18.

<sup>55</sup> Z. Bauer, *Nowe media*, [w:] *Słownik wiedzy o mediach*, red. E. Chudziński, Warszawa 2007, s. 47-57; R. McLeish, *Produkcja radiowa*, Kraków 2007, s. 4-5; *Słownik terminologii medialnej*, s. 173; S. Michalczyk, *Spoleczeństwo medialne*, s. 60; S. Jędrzejewski, *Radio*, [w:] *Słownik wiedzy o mediach*, red. E. Chudziński, Warszawa 2007, s. 167-168; T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna...*, s. 147; U. Jarecka, *Świat wideoklipu*, s. 33; K. Jakubowicz, *Radio i telewizja...*, s. 264.

W ten sposób – wbrew prognozom angielskiego fizyka, lorda Kelvina, który w 1897 r. wieścił zagładę audialnego medium, mówiąc, że „radio nie ma przyszłości”<sup>56</sup> – ten dynamiczny i łatwo adaptujący się środek przekazu dotrwał do czasów współczesnych – i to w nienajgorszej kondycji – obecnie przywdziewając szaty tzw. nowego radia (2.0). Można więc powiedzieć, że choć w swej historii przeżywał wznoszenia i upadki odzyskując lub tracąc uprzywilejowaną pozycję i status, z walki z innymi mediami ostatecznie wyszedł obronną ręką<sup>57</sup>. Radio „choć zdetronizowane jako główny środek przekazu, bynajmniej nie przeminęło. Zawsze niewidoczne, nigdy niezapomniane, potrafiło się przekształcić w całkiem odmienny środek przekazu”<sup>58</sup>.

**A few remarks on the transformations of the media-based environment of the contemporary listener. A review essay**

Summary

The article is an overall collation of the scientific theories on the changes of the contemporary listener's media-based environment. It also attempts to compare the definitions of the society that have been shaped as a result of so-called media evolution. It examines modern relations between different mass media, with particular focus on the radio. Presenting the current situation of the radio audience – understood not only as traditional listeners, but also as users of various media – it shows how, due to media convergence, the “magic box” has gained a second life.

---

<sup>56</sup> S. Jędrzejewski, *Radio*, s. 154

<sup>57</sup> M. Shingler, C. Wieringa, *On Air...*, s. xii.

<sup>58</sup> P. Levinson, *Miękkie ostrze*, s. 161.