

Urszula Paździor

Uniwersytet Śląski w Katowicach

 <https://orcid.org/0009-0007-5234-228X>



Studia Etnologiczne i Antropologiczne, t. 25, nr 2
ISSN 2353-9860 (czasopismo elektroniczne)
<https://doi.org/10.31261/SEIA.2025.25.02.01>

Między radiem a streamingiem: podcast jako medium przyszłości

.....

Between radio and streaming: The podcast as the medium of the future

Abstract: The podcast has become one of the most important forms of digital culture in the 21st century, operating at the intersection of traditional radio, the internet, streaming platforms and social media. The aim of this article is to present it as a complex medium of communication and culture by analysing its definition, origins, relationship with radio and its place in today's media convergence landscape. The first section clarifies the basic concepts associated with podcasts and videocasts and outlines the history of podcasting's development. It then discusses the state of research, highlighting the most significant strands of media and cultural studies. The subsequent sections of the article are devoted to the relationship between podcasts and radio, an analysis of the podcast as a product of remediation, and an example of technological, structural and cultural media convergence. The podcast has also been presented as a form of communication that fulfils informational, educational, entertainment, identity-forming and phatic functions, as well as a space for building audiences and para-social relationships. The analytical section presents three case studies: *State of the World Report* (*Raport o stanie świata*), *Kryminatorium* and *The Diary of a CEO*, representing different genres and communication strategies within podcasting. The analysis indicates that the podcast is not merely a technological evolution of radio, but has developed its own forms of narrative, distribution and cultural participation. It serves as a medium for information, education and community-building, and is one of the most distinctive features of the digital media landscape.

Keywords: podcast, videocast, podcasting, radio, media convergence, mass communication, history of podcasting

Słowa kluczowe: podcast, videocast, podcasting, radio, konwergencja mediów, komunikowanie masowe, historia podcastu

.....

Wprowadzenie

Podcast jest obecnie jednym z najszybciej rozwijających się formatów mediów cyfrowych i dla wielu odbiorców stał się codziennym medium towarzyszącym. Jego popularność wynika z połączenia cech tradycyjnego radia z możliwościami oferowanymi przez internet, a zwłaszcza platformy streamingowe oraz media społecznościowe. Funkcjonuje on

na styku różnych form komunikacji i dystrybucji treści i stanowi przykład przemian zachodzących we współczesnym środowisku medialnym w warunkach konwergencji technologicznej i kulturowej (Doktorowicz, 2012; Nissen, 2015: 11–21).

Niniejszy tekst powstał z zamiarem ukazania podcastu jako odrębnego medium kultury cyfrowej oraz udzielenia odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu można go uważać za rozwinięcie tradycji radiowej, a w jakim – za autonomiczną formę komunikacji, znamiennej dla dzisiejszego ekosystemu mediów. Artykuł ma charakter teoretyczno-przeglądowy i opiera się na analizie literatury przedmiotu z zakresu medioznawstwa, kulturoznawstwa i badań nad podcastingiem. Celem opracowania jest uporządkowanie elementarnych pojęć związanych z podcastem, przedstawienie jego genezy i rozwoju, jak również omówienie najważniejszych perspektyw interpretacyjnych obecnych w najnowszych badaniach. W artykule zaprezentowano definicje podcastu i videocastu, zarys historii podcastingu, stan badań nad tym medium, a także relacje między nim a radiem oraz procesami remediacji i konwergencji mediów. Ponadto zostało ono przeanalizowane jako forma komunikowania i przestrzeń budowania wspólnot odbiorców. Rozważania teoretyczne uzupełniono analizą wybranych podcastów, reprezentujących różne modele produkcji i komunikacji z odbiorcami. Podstawę analizy stanowią wybrane polskie i zagraniczne publikacje poświęcone podcastingowi, radiu cyfrowemu, konwergencji mediów oraz procesom komunikowania.

Definicja podcastu

Podcast (oraz videocast) można wstępnie zdefiniować jako cykliczny program audio lub audiowizualny udostępniany za pośrednictwem internetu i serwisów streamingowych, który odbiorca może subskrybować i odtwarzać w dogodnym dla siebie czasie. W literaturze przedmiotu podkreśla się, że stanowi medium idealnie dopasowane do stylu życia użytkownika w XXI wieku: jest mobilny, niezależny od ramówki, dostępny na wielu urządzeniach cyfrowych oraz pozwala na łączenie słuchania z innymi aktywnościami (towarzyszy czynnościom dnia codziennego). Typowy podcast ma charakter seryjny: kolejne odcinki ukazują się w określonych odstępach czasu, cały podcast zaś prezentuje zazwyczaj jeden, spójny profil tematyczny. Poszczególne epizody mogą przybierać formę monologu, dialogu, wywiadu, reportażu lub swobodnej rozmowy, a ich tematyka może obejmować zarówno treści informacyjne i publicystyczne, jak i rozrywkowe, edukacyjne czy niszowe. Medium to odgrywa rolę przestrzeni komunikacyjnej, gdzie możliwe jest prowadzenie rzeczowej, a zarazem angażującej rozmowy, w której

splatają się krytyczne myślenie, wiedza specjalistyczna, praktyki fanowskie z budowaniem wspólnoty odbiorców wokół konkretnego rodzaju treści. W polszczyźnie funkcjonują różne warianty nazwy („podcast”/„podkast”, „podcaster”/„podkaster”), podobnie jak w przypadku „videocastu”/„wideocastu”/„wideokastu”. Ta różnorodność odzwierciedla proces adaptacji obcego terminu i wciąż nie w pełni ustaloną normę językową. Równocześnie w praktyce medialnej omawiane pojęcie bywa nadmiernie rozszerzane – mianem podcastu określa się niekiedy na przykład nagrania wykładów czy zajęć online, które z jego definicją łączy jedynie forma audio, ale nie serialowość, profil i sposób dystrybucji.

Historia podcastu

Początki podcastu wiążą się z rozwojem internetu i technologii cyfrowych już w latach 80. XX wieku, jednak przełom nastąpił na początku XXI wieku wraz z udoskonalaniem i rozbudową infrastruktury sieciowej, serwisów WWW, baz danych oraz urządzeń do nagrywania i montażu dźwięku, co stworzyło warunki do dystrybucji treści audio w modelu zdecentralizowanym (Breitman, 2023). Kluczowe znaczenie miało w szczególności opracowanie formatu RSS (Really Simple Syndication), który umożliwia agregowanie i subskrypcję treści z różnych źródeł. Mechanizm ten pozwala użytkownikowi śledzić aktualizacje wybranych serwisów i programów bez konieczności każdorazowego ręcznego wyszukiwania nowych materiałów. W 2001 roku programista Dave Winer wzbogacił format RSS między innymi o możliwość dołączania do niego plików multimedialnych (atrybut „enclosure”), co otworzyło drogę do automatycznego pobierania plików przez odbiorców i stało się podstawą techniczną podcastingu. Równolegle radiowiec Adam Curry zaczął eksperymentować z nagrywaniem własnych programów audio dystrybuowanych w ten sposób, a w konsekwencji został autorem jednego z pierwszych podcastów i współzałożył firmę zajmującą się rozwojem programów tego typu. Udoskonalenie RSS pozwoliło zakładać profile podcastowe na platformach hostingowych oraz dystrybuować podcasty dalej w serwisach streamingowych, co z kolei przyczyniło się do popularyzacji owego formatu wśród twórców i odbiorców.

Za symboliczny początek rozpowszechnienia terminu „podcast” uznaje się 2004 rok, kiedy dziennikarz Ben Hammersley użył go w artykule zamieszczonym na łamach „The Guardian”. Neologizm ten powstał z połączenia nazwy odtwarzacza muzycznego iPod oraz słowa „broadcast” i odnosił się do możliwości dystrybucji treści zbliżonej do audycji radiowej za pośrednictwem przenośnego urządzenia audio. Pierwotnie podcasty były relatywnie trudno dostępne i wymagały od użytkownika

wyższego poziomu zaawansowania technicznego, co ograniczało ich zasięg. Sytuacja uległa zmianie wraz z dalszym rozwojem RSS, wprowadzeniem oprogramowania do automatycznego pobierania odcinków oraz pojawieniem się pierwszych rozpoznawalnych produkcji, takich jak *The Daily Source Code* Adama Curry'ego. W debacie medialnej zaczęły padać pytania o wpływ podcastu na przyszłość radia, czego przykładem jest artykuł *The End of Radio?*, opublikowany w magazynie „Wired”. W kolejnych latach obserwowano rosnące zainteresowanie nową formą – zarówno wśród amatorów, jak i wśród profesjonalnych twórców radiowych.

Na przełomie pierwszej i drugiej dekady XXI wieku niektórzy badacze i praktycy wskazywali okres „doliny rozczarowania”, kiedy początkowy entuzjazm osłabł, jednak już mniej więcej od 2014 roku mówiono o „renesansie podcastu” (Fenn, Raskino, 2008: 1–20). W tym czasie powstały głośne produkcje narracyjne tego rodzaju, między innymi kryminalny *Serial*, a duże firmy medialne i serwisy streamingowe inwestowały w rozwój infrastruktury podcastowej (Llinares, Fox, Berry, 2018: 1–13, 123–145). W Polsce najwcześniejsze próby nadawania treści w analizowanym formacie nastąpiły w połowie pierwszej dekady XXI wieku, głównie w środowiskach amatorskich. Później do eksperymentatorów dołączyli dziennikarze, redakcje radiowe oraz specjaliści z różnych dziedzin, traktujący podcast jako uzupełnienie tradycyjnych form medialnych lub alternatywę dla nich.

Stan badań nad podcastami

Podcast jest stosunkowo nowym przedmiotem badań medioznawczych i kulturoznawczych, szczególnie w polskiej literaturze naukowej. Mimo dynamicznego rozwoju rynku podcastowego oraz rosnącej popularności tego medium liczba kompleksowych opracowań teoretycznych nadal pozostaje ograniczona. Jak zauważa Richard Berry (2016: 15–30), podcast przez długi czas znajdował się na marginesie badań nad mediami cyfrowymi, gdyż był postrzegany głównie jako technologiczne rozszerzenie radia, a nie autonomiczna forma komunikacji. W konsekwencji pojawiał się raczej jako przykład przemian medialnych niż samodzielny przedmiot refleksji naukowej.

Współczesne badania coraz częściej wskazują jednak na konieczność analizowania podcastu jako odrębnego formatu funkcjonującego w środowisku konwergencji mediów. Martin Spinelli i Lance Dann (2019: 43–97) podkreślają, że wykształcił on własne praktyki produkcyjne, modele dystrybucji i sposoby budowania relacji z odbiorcami, które odróżniają go zarówno od tradycyjnego radia, jak i od innych formatów internetowych.

Szczególne znaczenie zyskują tutaj możliwość słuchania treści na żądanie, mobilność odbioru oraz personalizacja doświadczenia medialnego.

Istotnym kontekstem teoretycznym jest koncepcja konwergencji mediów Henry’ego Jenkinsa. Według tego autora współczesne media działają w warunkach ciągłego przepływu treści pomiędzy platformami, a odbiorcy stają się aktywnymi uczestnikami procesu komunikacyjnego (Jenkins, 2007: 1–25). Podcast stanowi przykład medium wpisującego się w tę logikę, ponieważ łączy elementy radia, mediów społecznościowych, platform streamingowych i komunikacji mobilnej. Jednocześnie rozwija swoiste formy uczestnictwa, organizując społeczności skupione wokół określonych twórców i tematów.

Coraz większe znaczenie w literaturze przedmiotu zyskuje właśnie społeczny wymiar podcastów. Badacze wskazują, że regularny kontakt z głosem prowadzącego sprzyja powstawaniu relacji paraspółecznych oraz poczucia wspólnoty pomiędzy nadawcami a odbiorcami (Spinelli, Dann, 2019: 43–97). Podcast należy tym samym postrzegać nie tylko jako narzędzie przekazywania informacji, lecz także jako przestrzeń budowania więzi, wymiany doświadczeń i tworzenia wspólnot zainteresowań.

Z przeglądu literatury wynika, że badania nad podcastami znajdują się obecnie na etapie intensywnego rozwoju. W polskim medioznawstwie refleksja naukowa koncentruje się przede wszystkim na relacji między nimi a radiem, na technologicznych aspektach dystrybucji oraz zmianach praktyk odbiorczych (Doktorowicz, 2012; Stachyra, 2016). Nadal brakuje natomiast opracowań poświęconych ich całościowej typologii oraz funkcjonowaniu z perspektywy kulturoznawczej. Wypełnienie tej luki stanowi jedno z podstawowych założeń niniejszego artykułu. Podjęto w nim bowiem próbę syntetycznego ukazania podcastu jako medium kultury cyfrowej, które łączy funkcje komunikacyjne, kulturowe, informacyjne, edukacyjne, rozrywkowe i wspólnototwórcze.

Radio a rozwój podcastu

Relacje między radiem a podcastem są wielowymiarowe. Z jednej strony podcast wyrasta z tradycji radiowej: wykorzystuje podobne gatunki (wywiad, reportaż, słuchowisko, felieton), operuje dźwiękiem jako podstawowym środkiem ekspresji i odwołuje się do doświadczenia towarzyszenia odbiorcy w codziennych czynnościach. Z drugiej strony różni się od radia sposobem dystrybucji, brakiem ścisłej ramówki oraz większą elastycznością formalną.

Tradycyjna audycja radiowa z reguły jest osadzona w ściśle określonej ramówce programowej i podporządkowana charakterowi stacji, co determinuje zarówno jej długość, jak i strukturę treści. W ostatnich latach

obserwuje się jednak wyraźną tendencję do rejestrowania audycji radiowych i udostępniania ich później w postaci podcastów, dzięki czemu odbiorcy mogą odsłuchiwać wybrane programy w dogodnym momencie, z pominięciem ograniczeń czasowych emisji na żywo. Praktyka ta osłabia popularną na początku XXI wieku tezę o rzekomej konkurencji prowadzącej do „śmierci radia”, które zostanie wyparte przez podcasty. Coraz liczniejsze grono dziennikarzy radiowych tworzy równoległe autorskie serie podcastowe, korzystając z większej swobody tematycznej i czasowej niż w tradycyjnym „eterze”. Z perspektywy genologicznej podcast może odpowiadać wielu znanym gatunkom radiowym, takim jak reportaż, słuchowisko, felieton, wywiad czy audycja typu talk-show, a różnica dotyczy głównie sposobu dystrybucji i modelu odbioru.

Współczesny krajobraz audialny obejmuje zatem media komplementarne: radio pozostaje medium ramówkowym, nastawionym na emisję na żywo, natomiast podcast pozwala na archiwizację, pogłębianie treści oraz docieranie do wyspecjalizowanych nisz odbiorczych. W praktyce coraz częściej obserwowane bywa zjawisko przenikania się obu mediów (Loviglio, Hilmes, 2013: 1–9). Wiele stacji radiowych udostępnia swoje audycje w formie podcastów, czyli umożliwia odsłuchanie programu „z przesunięciem czasowym”, co zaspokaja oczekiwania użytkowników przyzwyczajonych do otrzymywania różnorodnych materiałów *on demand*. Współczesne radio nieraz wykorzystuje też narzędzia sieciowe (strony WWW, media społecznościowe, platformy streamingowe), a więc zbliża się pod względem funkcjonowania do podcastów.

Podcast jako produkt remediacji

Narodziny podcastu można interpretować przez pryzmat teorii remediacji, którą sformułowali Jay David Bolter i Richard Grusin. Wskazują oni, że nowe media nie powstają w oderwaniu od wcześniejszych form komunikacji, lecz przejmują ich cechy i dostosowują je do zmienionych warunków technologicznych i społecznych (Bolter, Grusin, 1999: 20–63). Podcast stanowi przykład tego procesu. Z jednej strony przejął od radia wykorzystanie głosu, narracji dźwiękowej, wywiadu i reportażu. Z drugiej – został wzbogacony o cechy charakterystyczne dla środowiska cyfrowego, takie jak dystrybucja na żądanie, subskrypcja treści, integracja z mediami społecznościowymi czy możliwość słuchania na urządzeniach mobilnych.

Same podcasty zresztą podlegają kolejnym procesom remediacyjnym. Rozwój videocastów prowadzi do przejmowania rozwiązań znanych z telewizji internetowej i platform typu YouTube. Jednocześnie tradycyjne media adaptują rozwiązania podcastowe, czyli przede wszystkim publikują audycje radiowe i programy telewizyjne w formie odcinków

dostępnych na platformach streamingowych. Relacja pomiędzy mediami ma więc charakter dwukierunkowy, co potwierdza założenia teorii remediacji. Analiza współczesnego rynku medialnego wskazuje, że podcast nie zastępuje dawniejszych mediów, lecz staje się elementem szerszego ekosystemu komunikacyjnego, funkcjonującego na styku radia, internetu i mediów społecznościowych.

Podcast z perspektywy konwergencji mediów

Podcast stanowi modelowy przykład konwergencji mediów, rozumianej jako przenikanie się technologii, struktur instytucjonalnych oraz praktyk kulturowych. Z perspektywy technologicznej podcast łączy klasyczną formułę audycji audio z infrastrukturą cyfrową: współdziałającymi różnymi formatami plików, kanałami RSS, serwisami hostingowymi, aplikacjami mobilnymi, platformami streamingowymi oraz algorytmami rekomendacyjnymi. Z perspektywy strukturalnej widać współdziałanie instytucji tradycyjnych (nadawcy radiowi, wydawcy) i nowych graczy cyfrowych (platformy streamingowe, niezależni producenci, sieci podcastowe). Nowe formy komunikowania zdecentralizowanego, indywidualnego i sieciowego ograniczyły dominującą pozycję tradycyjnych nadawców, a odbiorcom umożliwiły większą kontrolę nad doborem treści. Prostota techniczna produkcji (wystarczającym zapleczem są podstawowy mikrofon i oprogramowanie do montażu) powoduje, że podcast staje się narzędziem ekspresji dostępnym dla szerokiego grona użytkowników, a jednocześnie zachowuje potencjał profesjonalizacji i instytucjonalizacji (Doktorowicz, 2012: 11–21). Z perspektywy kulturowej medium to czerpie z różnych wzorców gatunkowych – od audycji radiowych, przez blogi i vlogi, wywiady, dzienniki osobiste, po reportaże i poradniki – wskutek czego powstaje elastyczny format, który może być dopasowany do potrzeb zarówno twórców, jak i odbiorców. Tym pierwszym pozwala kreować spersonalizowane przestrzenie narracyjne, drugim – budować własne „ramówki” złożone z ulubionych serii i autorów. Taka elastyczność formy sprawia, że podcast odpowiada oczekiwaniom słuchaczy funkcjonujących w środowisku nadmiaru informacji i silnej presji czasowej.

Podcast jako proces komunikowania

Podcast można analizować w kategoriach procesów komunikowania masowego, grupowego i (w pewnym sensie) interpersonalnego. Z jednej strony jest dostępny dla potencjalnie nieograniczonej publiczności,

z drugiej – wokół poszczególnych serii kształtują się względnie zwarte społeczności odbiorców, utrzymujące kontakt z twórcami za pośrednictwem mediów społecznościowych, komentarzy czy korespondencji elektronicznej. Ponadto forma przekazu bywa celowo swobodna, co sprzyja korzystaniu z podcastu jako tzw. medium towarzyszącego, obecnego w tle innych aktywności. Te cechy jego struktury i nawiązywanych poprzez niego relacji sprawiają, że może on realizować wszystkie podstawowe funkcje komunikowania się:

- funkcję informacyjną – przekazywanie wiadomości, komentarzy, analiz;
- funkcję edukacyjną – popularyzacja wiedzy specjalistycznej, rozwijanie kompetencji;
- funkcję identyfikacyjną – możliwość odnalezienia wspólnoty poglądów, wartości, zainteresowań;
- funkcję perswazyjną – kształtowanie opinii odbiorców poprzez dobór odpowiedniej treści oraz sposobu jej prezentacji i rodzaju narracji;
- funkcję rozrywkową – dostarczanie przyjemności, relaksu, „towarzystwa” podczas innych czynności;
- funkcję fatyczną – podtrzymywanie relacji między twórcą a odbiorcą poprzez cykliczność i poczucie bliskości.

Poszczególne funkcje komunikowania się rzadko występują w izolacji; najczęściej przenikają się w złożonej, wielowątkowej strukturze odcinków, w których treści poznawcze współlistnieją z elementami budującymi więź i poczucie wspólnoty między nadawcą a odbiorcami (Nissen, 2015: 89–107). W zależności od tematyki oraz sposobu prowadzenia programu różne są proporcje tych funkcji, a sporo podcastów ma charakter wieloaspektowy, czyli łączy na przykład komponenty informacyjny, edukacyjny i rozrywkowy w ramach jednego formatu.

Podcast jako przestrzeń budowania wspólnot

Jedną z najważniejszych cech podcastingu jest zdolność do tworzenia wspólnot skupionych wokół pewnych treści, wartości oraz doświadczeń. W przeciwieństwie do tradycyjnych mediów masowych podcasty na ogół są kierowane do jasno określonych grup odbiorców, których łączą zainteresowania lub potrzeby. Zjawisko to można interpretować w świetle koncepcji „nowoplemion” Michela Maffesolego (1996). Francuski socjolog twierdzi, że współczesne społeczeństwa coraz częściej organizują się wokół podzielanych stylów życia, emocji i zainteresowań, a nie trwałych struktur społecznych. Podcasty doskonale wpisują się w tę logikę, gdyż dzięki nim powstają wspólnoty skoncentrowane wokół konkretnych tematów, takich jak rozwój osobisty, zdrowie psychiczne, polityka, kultura popularna czy biznes.

Pomocnym narzędziem analiz będzie tu również koncepcja wspólnot interpretacyjnych Stanleya Fisha (1980). Według tego badacza odbiorcy tworzą grupy, które interpretują rzeczywistość, używając podobnych kodów kulturowych. Podcasty nie tylko przekazują informacje, lecz także dostarczają określonych sposobów rozumienia świata, przez co stają się miejscem formowania wspólnych interpretacji i doświadczeń. Jak zauważa Anna Euritt (2022: 18–62), jest to medium o wyjątkowo intymnym charakterze, ponieważ korzysta się z niego najczęściej indywidualnie, za pośrednictwem słuchawek, co wzmacnia poczucie bezpośredniego kontaktu między twórcą a odbiorcą oraz sprzyja budowaniu trwałych więzi paraspołecznych.

W przypadku podcastów wspólnota zawiązuje się zarówno wokół określonej tematyki, jak i wokół osoby prowadzącego. Regularny kontakt z tym samym głosem, powtarzalność formatu oraz rytuał słuchania przyczyniają się do powstawania relacji, w których odbiorca ma wrażenie znajomości i bliskości z autorem. Mechanizm ten jest szczególnie widoczny w podcastach rozwojowych, lifestyle'owych i konwersacyjnych, w nich bowiem osobiste doświadczenia prowadzącego stają się istotnym elementem narracji (Spinelli, Dann, 2019: 69–97). W rezultacie podcast należy postrzegać nie tylko jako medium informacyjne lub rozrywkowe, ale również jako narzędzie tworzenia więzi społecznych oraz przestrzeni uczestnictwa kulturowego.

Analiza wybranych podcastów

Aby pogłębić rozważania teoretyczne dotyczące podcastu jako medium kultury cyfrowej, przeanalizowano trzy wybrane podcasty reprezentujące odmienne gatunki i modele komunikacji: informacyjny (*Raport o stanie świata*), kryminalny (*Kryminatorium*) i wywiadowy/konwersacyjny (*The Diary of a CEO*). Dobór tytułów do studium przypadków miał charakter celowy i był podyktowany chęcią ukazania zróżnicowania współczesnego podcastingu pod względem formy, sposobów narracji oraz relacji z odbiorcami.

W badaniu zastosowano metodę analizy treści i analizę dyskursu. Pierwsza z nich pozwoliła zidentyfikować i opisać najważniejsze cechy formalne i strukturalne podcastów, druga zaś umożliwiła zbadanie środków konstruowania przekazu, budowania relacji ze słuchaczami, a także kreowania znaczeń w ramach poszczególnych formatów. Skoncentrowano się na czterech głównych kryteriach analitycznych: (1) formie narracji i strukturze przekazu, (2) modelu komunikacji pomiędzy twórcą a odbiorcami, (3) sposobach wykorzystania mediów społecznościowych jako elementu ekosystemu podcastowego oraz (4) stopniu konwergencji

mediów, pojmowanym jako integracja różnych kanałów dystrybucji i form komunikacji.

Szczególną uwagę zwrócono na cechy uznawane w najnowszej literaturze przedmiotu za charakterystyczne dla podcastingu i odróżniające go od tradycyjnych mediów audialnych. Należą do nich: elastyczność twórcza, rozumiana jako swoboda w zakresie długości odcinków, doboru tematów i form narracyjnych; zdolność do budowania trwałych relacji z odbiorcami poprzez regularny kontakt i rozwijanie więzi paraspołecznych; dostosowanie przekazu do określonych nisz odbiorczych oraz wysoki stopień personalizacji treści; wreszcie – mobilność i intymność przekazu wynikające z możliwości słuchania podcastów w dowolnym miejscu i czasie, często za pośrednictwem słuchawek, co wzmacnia poczucie bezpośredniego kontaktu pomiędzy twórcą a odbiorcą. Tak nakreślona perspektywa badawcza pozwala ukazać podcast nie tylko jako format technologiczny, lecz także jako złożoną praktykę komunikacyjną funkcjonującą w środowisku współczesnych mediów cyfrowych.

Raport o stanie świata

Podcast *Raport o stanie świata*, tworzony i prowadzony przez Dariusza Rosiaka, stanowi przykład dojrzałego, refleksyjno-informacyjnego projektu medialnego osadzonego na styku dziennikarstwa jakościowego, analizy geopolitycznej oraz eseju publicystycznego. Format ten jest alternatywą wobec szybkich, fragmentarycznych przekazów informacyjnych charakterystycznych dla współczesnych mediów newsowych, oferuje bowiem odbiorcom pogłębioną interpretację wydarzeń międzynarodowych oraz procesów społeczno-politycznych zachodzących w skali globalnej. Podcast nie aspiruje do bycia źródłem bieżących informacji, lecz pełni funkcję interpretacyjną i kontekstualizującą, pozwala zrozumieć znaczenie wydarzeń w dłuższej perspektywie historycznej i kulturowej.

Projekt Rosiaka jest realizowany w konwergencyjnym modelu dystrybucji – odcinki są dostępne w formie audio na platformach streamingowych oraz w wersji wideo na YouTube, co umożliwia ich elastyczny odbiór. Równolegle działają media towarzyszące, przede wszystkim Facebook, który odgrywa rolę informacyjną i archiwizującą, a także stanowi przestrzeń interakcji i wymiany opinii między słuchaczami. Konwergencja w przypadku *Raportu o stanie świata* nie polega na intensyfikacji przekazu wizualnego czy emocjonalnego, lecz na rozszerzeniu zasięgu i dostępności treści o charakterze analitycznym, tradycyjnie kojarzonych z prasą opiniotwórczą i radiem publicznym.

Struktura tego programu opiera się na autorskim komentarzu prowadzącego, uzupełnianym rozmowami z zaproszonymi ekspertami,

korespondentami zagranicznymi, badaczami oraz dziennikarzami specjalizującymi się w określonych regionach świata. Taki układ nadaje audycji pewną wielogłosowość przy jednoczesnym zachowaniu wyraźnej osi narracyjnej, kontrolowanej przez Rosiaka. Występuje on w roli przewodnika interpretacyjnego, który porządkuje informacje, selekcjonuje wątki i nadaje im znaczenie, unikając przy tym uproszczeń czy ujęć sensacyjnych. Podcast ma wyraźnie zaplanowaną konstrukcję – poszczególne segmenty tematyczne składają się na spójną opowieść o stanie współczesnego świata. Język komunikacji jest formalny, precyzyjny oraz nasycony terminologią politologiczną, historyczną i socjologiczną, lecz treści są podawane przystępnie dla odbiorcy, który nie posiada specjalistycznego wykształcenia. Za charakterystyczne cechy narracji należy uznać spokojny, wyważony ton i dbałość o logiczny tok wyводу. Prowadzący unika ekspresji uczuć i osobistych ocen, buduje swój autorytet na rzetelności, erudycji i doświadczeniu zawodowym. Odniesienia autobiograficzne pojawiają się sporadycznie i stanowią jeden z kontekstów; wynikają z praktyki reporterskiej autora, a nie ze strategii nawiązywania więzi emocjonalnej z odbiorcą.

Relacja ze słuchaczami/widzami ma charakter ekspercko-edukacyjny i opiera się na zaufaniu do kompetencji dziennikarskich prowadzącego. Odbiorca jest traktowany jako partner poznawczy, zdolny do refleksji, krytycznego myślenia i samodzielnego formułowania opinii. Podcast nie pełni funkcji rozrywkowej ani motywacyjnej; jego główny cel polega na pogłębieniu rozumienia rzeczywistości międzynarodowej oraz przeciwdziałaniu uproszczonym narracjom obecnym w mediach masowych. Interakcje w przestrzeni mediów towarzyszących koncentrują się przede wszystkim wokół merytorycznych komentarzy, polemik i uzupełnień poruszanych tematów. Stopień profesjonalizacji *Raportu o stanie świata* jest znaczny, o czym świadczy nie tyle rozbudowana oprawa wizualna, ile konsekwencja redakcyjna, jakość researchu i stabilność formatu. Podcast funkcjonuje jako marka dziennikarska, silnie zakorzeniona w etosie mediów opiniotwórczych, a zarazem doskonale adaptująca się do środowiska nowych mediów. W tym sensie projekt Dariusza Rosiaka można postrzegać jako przykład remediacji klasycznego reportażu i publicystyki radiowej w formacie podcastowym, który zachowując wysokie standardy dziennikarskie, odpowiada na potrzeby współczesnych, mobilnych i selektywnych odbiorców treści.

Kryminatorium

Podcast *Kryminatorium*, tworzony i prowadzony przez Marcina Myszkę, stanowi jeden z najbardziej rozpoznawalnych i wpływowych przykładów

polskich produkcji z nurtu *true crime*. Jego wyróżnikiem jest narracyjna forma opowieści, która wciąga odbiorcę w świat autentycznych zagadek kryminalnych, równocześnie przekraczając ramy sensacyjnej rozrywki. Autor koncentruje się na szczegółowej rekonstrukcji głośnych lub mniej znanych spraw: analizuje przebieg wydarzeń krok po kroku, zagłębia się w motywacje sprawców, a także ukazuje szeroki kontekst społeczny, kulturowy i prawny omawianych przestępstw. Dzięki takiemu podejściu program zyskuje wymiar edukacyjny i refleksyjny – staje się przestrzenią namysłu nad mechanizmami zła, funkcjonowaniem wymiaru sprawiedliwości oraz społecznymi konsekwencjami przemocy.

Kryminatorium można zaklasyfikować jako podcast kryminalny o charakterze storytellingu, bliski formalnie reportażowi audio. Dominującą strategią przekazu jest sugestywny monolog prowadzącego, który jednocześnie odgrywa rolę narratora i interpretatora zdarzeń. Marcin Myszka umiejętnie buduje napięcie, stosując modulację głosu, celowe pauzy oraz przemyślaną strukturę opowieści. Tego rodzaju środki wrazu pozwalają wykorzystać cały potencjał dźwięku jako nośnika emocji i atmosfery, a zarazem potęgują immersyjny efekt audycji. Wysoki poziom realizacyjny podcastu przejawia się również w dopracowanym montażu audio – starannie dobrane tło muzyczne, takie jak niepokojące brzmienia syntezatorów czy oszczędne partie fortepianu oraz subtelne efekty dźwiękowe, zostało podporządkowane narracji i pełni funkcję dramaturgiczną. Zbliży to produkcję do standardów profesjonalnych audycji radiowych.

Język przekazu w *Kryminatorium* cechuje się precyzją oraz reporterską rzeczowością, a równocześnie jest nasycony elementami dramaturgicznymi. Specjalistyczne terminy z zakresu prawa i kryminologii przeplatają się z emocjonalnie nacechowanymi zwrotami, co pozwala odbiorcy nie tylko zrozumieć przebieg wydarzeń, lecz także głębiej wczuć się w opowiadaną historię. Komunikacja zakłada aktywne zaangażowanie słuchacza, a retoryka wspólnego „zanurzania się w mrok” stosowana przez autora sprzyja budowaniu poczucia wspólnoty doświadczeń. W tym kontekście szczególnie wyraźne staje się zjawisko relacji paraspołecznej – regularny kontakt z charakterystycznym, spokojnym, a zarazem stanowczym głosem prowadzącego sprawia, że odbiorca postrzega narratora jako wiarygodnego przewodnika i powiernika cudzych opowieści, co wzmacnia z nim więź emocjonalną.

Podcast funkcjonuje w złożonym ekosystemie medialnym: jest dostępny zarówno na platformach audio, na przykład Spotify, jak i w formie wideo na YouTube, ma zatem wymiar multimedialny. Mimo obecności warstwy wizualnej to dźwięk pozostaje kluczowym elementem przekazu, nadającym całości silnie radiowy rys. Istotną rolę odgrywają też media społecznościowe, w szczególności Instagram, który pełni różne funkcje:

informacyjną – poprzez zapowiedzi kolejnych odcinków, teasery oraz materiały archiwalne; wizerunkową – dzięki prezentowaniu kulis pracy twórcy; a także społecznościową – umożliwia autorowi interakcje z odbiorcami w postaci komentarzy, ankiet czy sesji pytań i odpowiedzi. Platforma ta nie stanowi więc jedynie dodatku promocyjnego, ale jest integralnym elementem strategii komunikacyjnej, wzmacniającym zaangażowanie i lojalność słuchaczy.

Znaczący wpływ *Kryminatorium* na rozwój podcastingu w Polsce uwiadacza się również w sferze kultury uczestnictwa. Odbiorcy nie pozostają biernymi konsumentami treści, lecz włączają się w dyskusje online, dzielą się własnymi interpretacjami, teoriami oraz lokalnymi historiami kryminalnymi. Tego rodzaju interakcje sprzyjają budowaniu dynamicznej wspólnoty skupionej wokół programu, a jednocześnie przyczyniają się do popularyzacji wiedzy z zakresu prawa, procedur śledczych i psychologii przestępczości. W rezultacie *Kryminatorium* jest nie tylko źródłem emocji i rozrywki, lecz także przestrzenią edukacyjną i refleksyjną, która ilustruje rosnące zainteresowanie polskich odbiorców narracyjną analizą autentycznych spraw kryminalnych prowadzoną w formie audio.

The Diary of a CEO

The Diary of a CEO stanowi przykład silnie sformalizowanego, profesjonalnego podcastu, który można nazwać szeroko zakrojonym projektem medialnym o charakterze wywiadowo-refleksyjnym, sytuującym się na styku podcastu, videocastu oraz medialnej platformy narracyjnej poświęconej analizie współczesnych doświadczeń jednostkowych i społecznych. Pomysłodawcą formatu jest Steven Bartlett, przedsiębiorca dobrze znany również jako twórca internetowy, którego biografia i praktyka zawodowa odgrywają istotną, choć nienachalną, rolę w uwiarygodnianiu projektu. Nie mamy jednak do czynienia z autobiograficznym dziennikiem w dosłownym sensie – tytułową figurę CEO należy rozumieć raczej jako metaforę zarządzania własnym życiem, emocjami i decyzjami, co nadaje podcastowi uniwersalny, a zarazem motywacyjny wymiar.

Tematyka *The Diary of a CEO* obejmuje szerokie spektrum zagadnień związanych z kondycją psychiczną, mechanizmami sukcesu i porażki, zdrowiem, relacjami interpersonalnymi, tożsamością, traumą oraz funkcjonowaniem w późnokapitalistycznym świecie presji produktywności. Warto zaznaczyć, że liczne fragmenty podcastu stały się już skrzydlatymi słowami, które krążą w internecie i stały się dewizą wielu osób. Charakterystycznym elementem oraz jedną z przyczyn popularności analizowanej produkcji jest narracja oparta na konsekwentnym podważaniu

mitów czy stereotypów dotyczących naszego życia, osiągania sukcesów, bycia „kims” itp. Rozmowy prowadzone są z osobami reprezentującymi różne dziedziny – od biznesu i sportu, przez psychologię i medycynę, po kulturę popularną – lecz wspólnym mianownikiem pozostaje koncentracja na indywidualnym doświadczeniu jako punkcie wyjścia ogólniejszej refleksji społecznej. Bartlett unika powierzchownej inspiracyjności, zamiast tego eksponuje ambiwalencję, niejednoznaczność oraz ukazuje koszt emocjonalny rozmaitych życiowych osiągnięć.

Gatunkowo *The Diary of a CEO* wpisuje się w tradycyjne wywiady, ale godnym podkreślenia jego wyróżnikiem jest wysoki stopień profesjonalizacji, z wyraźnymi pierwiastkami narracji terapeutycznej i refleksyjnej. Format ten charakteryzuje się spowolnionym tempem rozmowy, długimi wypowiedziami gości oraz znaczącą rolą ciszy i pauz, które wzmacniają wrażenie autentyczności przekazu i pozwalają odbiorcy snuć własne przemyślenia podczas danego odcinka. Bartlett wciela się w moderatora, który nie dominuje narracji, lecz kieruje nią poprzez precyzyjnie formułowane pytania i aktywne słuchanie. Jego obecność, acz wyraźna, została podporządkowana wyeksponowaniu rozmówcy, co odróżnia *The Diary of a CEO* od formatów silnie egocentrycznych.

Podcast jest szeroko dostępny w przestrzeni internetowej: w wersji audio na platformie Spotify oraz jako videocast na YouTube. Wideo nie pełni tu funkcji czysto ilustracyjnej; obserwacja mimiki, gestów i reakcji emocjonalnych rozmówców stanowi integralny element doświadczenia odbiorczego. Tym samym *The Diary of a CEO* realizuje model konwergencji mediów, w którym podcast przestaje być wyłącznie formą audio, a staje się wielokanałowym formatem narracyjnym. Projekt spełnia wszystkie kluczowe kryteria współczesnego podcastu, a zarazem wykazuje cechy instytucjonalizacji typowe dla dojrzałych marek medialnych. Elastyczność twórcza przejawia się w doborze tematów i gości, jednak struktura odcinków pozostaje stabilna i rozpoznawalna. Język komunikacji jest precyzyjny, uporządkowany i pozbawiony kolokwializmów, co sprzyja kreowaniu wizerunku podcastu jako przestrzeni poważnej refleksji, a nie rozrywki. Stopień profesjonalizacji produkcji można określić jako bardzo wysoki – chodzi tu zarówno o jakość dźwięku i obrazu, jak i o spójną identyfikację wizualną, rytm publikacji oraz przemyślaną strategię dystrybucji treści.

Relacja z odbiorcami ma charakter ekspercko-refleksyjny. Podcast nie buduje bliskości poprzez intymne zwierzenia prowadzącego, lecz poprzez zapraszanie słuchaczy do wspólnej analizy doświadczeń gości. Odbiorca nie jest traktowany jako osoba, która wymaga motywacji czy wsparcia, lecz jako partner intelektualny zdolny do krytycznej refleksji. Interakcje w mediach towarzyszących koncentrują się wokół interpretacji treści, dzielenia się wnioskami oraz rekomendowania odcinków, co

wzmacnia wizerunek projektu jako przestrzeni dialogu, a nie fandumu. Instagram pełni funkcję zarówno promocyjną, jak i archiwizującą. Publikowane tam fragmenty rozmów zarazem są autonomicznymi mikro-narracjami, dostosowanymi do logiki krótkiej formy wideo, i zachowują spójność z długą formą podcastu. W ten sposób *The Diary of a CEO* tworzy rozbudowany ekosystem medialny, w którym każda platforma, realizując odmienną funkcję komunikacyjną, wzmacnia całościową strategię konwergencji.

Zakończenie

Podcast można postrzegać jako medium ukształtowane na przecięciu tradycji radiowej, rozwoju internetu oraz procesów konwergencji mediów. Jego definicja pozostaje dynamiczna, ale najważniejsze cechy: odcińkowość, mobilność, dystrybucja *on demand*, możliwość subskrypcji i tworzenia mikrospołeczności wokół prezentowanych treści, pozwalają uznać go za odrębną formę komunikowania (Doktorowicz, 2012: 11–21).

Historia podcastu, choć relatywnie krótka, pokazuje znamieny cykl faz: od innowacji, przez okres boomu i chwilowego spadku zainteresowania, po ponowny wzrost i stabilizację pozycji w ekosystemie mediów (Fenn, Raskino, 2008: 13–21). Obecnie nie tyle konkuruje on z radiem, ile współtworzy z nim złożony krajobraz audialny, w którym odbiorca zyskuje większą kontrolę nad treścią, czasem i sposobem jej odbioru.

Analiza przeprowadzona w artykule wskazuje, że podcast należy traktować nie tylko jako format technologiczny, lecz także jako zjawisko kulturowe i społeczne. Jego rozwój odzwierciedla szersze procesy transformacji mediów związane z personalizacją przekazu, kulturą uczestnictwa oraz rosnącą rolą komunikacji sieciowej. Podcast staje się przestrzenią wymiany wiedzy, budowania wspólnot i negocjowania znaczeń, co czyni go jednym z najbardziej charakterystycznych mediów kultury cyfrowej XXI wieku.

Bibliografia

- Berry R., 2016, *Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word „radio”*, „Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media”, vol. 14, no. 1, s. 7–22, http://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1.
- Bolter J.D., Grusin R., 1999, *Remediation: Understanding new media*, Cambridge, MIT Press.

- Breitman K., 2023, *Podcast: The history of podcast & when they were invented*, Riverside, <https://riverside.fm/blog/podcasts> [dostęp: 27.11.2025].
- Doktorowicz K., 2012, *Konwergencja technologiczna i strukturalna we współczesnych mediach. Skutki dla komunikacji, rynku i polityki*, w: Z. Oniszczyk, M. Wielopolska-Szymura, red., *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, t. 1, Katowice, Uniwersytet Śląski, s. 11–28.
- Euritt A., 2022, *Podcasting as an intimate medium*, London, Routledge.
- Fenn J., Raskino M., 2008, *Mastering the hype cycle: How to choose the right innovation at the right time*, Cambridge, Harvard Business School Press.
- Fish S., 1980, *Is there a text in this class? The authority of interpretive communities*, Cambridge, Harvard University Press.
- Jenkins H., 2007, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, tłum. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Llinares D., Fox N., Berry R., eds., 2018, *Podcasting: New aural cultures and digital media*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, <http://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8>.
- Loviglio J., Hilmes M., eds., 2013, *Radio's new wave: Global sound in the digital era*, New York, Routledge.
- Maffesoli M., 1996, *The time of the tribes: The decline of individualism in mass society*, London, SAGE Publications.
- Nissen Ch.S., 2015, *Digitization and public service media: What service for which public?*, in: K.A. Ibarra, E. Nowak, R. Kuhn, eds., *Public service media in Europe: A comparative approach*, New York, Routledge, s. 89–107.
- Spinelli M., Dann L., 2019, *Podcasting: The audio media revolution*, New York, Bloomsbury Academic.
- Stachyra G., 2016, *Podcasting w perspektywie specyfiki produkcji radiowej*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna”, t. 4, nr 12, s. 71–89, <https://doi.org/10.31648/mkks.3008>.

Analizowane podcasty

- Raport o stanie świata*, kanał YouTube, https://www.youtube.com/playlist?list=PLoXy5cYzhAy9znGANsWrd3Qb-YwY6P3u_ [dostęp: 16.06.2025].
- Raport o stanie świata*, Spotify, <https://open.spotify.com/show/78XFGmDPy-fP54jCFno2STm> [dostęp: 16.06.2025].
- Raport o stanie świata*, Facebook, <https://www.facebook.com/raportostanie/> [dostęp: 16.06.2025].
- Kryminatorium*, kanał YouTube, <https://www.youtube.com/@Kryminatorium> [dostęp: 16.06.2025].
- Kryminatorium*, Spotify, <https://open.spotify.com/show/4wEuac2C7cpuvy8HBj-fvW7> [dostęp: 16.06.2025].
- Kryminatorium*, Instagram, <https://www.instagram.com/marcinmyszka1/> [dostęp: 16.06.2025].

The Diary of a CEO, kanał YouTube, <https://www.youtube.com/@TheDiaryOfACEO> [dostęp: 16.06.2025].
The Diary of a CEO, Spotify, <https://open.spotify.com/show/7iQXmUT7XGuZ-SzAMjoNWlX> [dostęp: 16.06.2025].
The Diary of a CEO Podcast, Instagram, <https://www.instagram.com/thediary-ofaceopodcast/> [dostęp: 16.06.2025].

.....
Urszula Paździor – magister kultury mediów ze specjalizacją w komunikacji medialnej. Jej zainteresowania naukowe koncentrują się wokół nowych mediów, komunikacji cyfrowej oraz kultury audialnej ze szczególnym uwzględnieniem podcastu jako współczesnej formy narracji. Badając, w jaki sposób podcasty kształtują relacje, tożsamość i wspólnoty odbiorców w kulturze cyfrowej, łączy refleksję teoretyczną z analizą praktyk medialnych.
.....