



Osobista muzyka zawsze i wszędzie, czyli spacer z narracją dźwiękową odtwarzacza mobilnego

Wstęp

Współczesny wymiar „mobilnego” słuchania muzyki ma dwa istotne aspekty – oba związane z technologią. Pierwszym jest możliwość słuchania, dzięki odpowiednim urządzeniom, muzyki „w drodze”. Drugi aspekt dotyczy możliwości słuchania muzyki *via* internet (korzystając np. ze streamingu), co stanowi ewolucję w stosunku do wcześniejszych form odtwarzania za pomocą fizycznych nośników (np. kasety magnetofonowej czy nawet twardego dysku odtwarzacza mp3). W artykule zwrócono uwagę na Walkmana, który stanowi symboliczną zmianę sposobu słuchania muzyki – zarówno pod względem jego mobilności, jak i semantycznych kontekstów samego procesu użytkowania urządzenia. Dalej omawiana jest zmiana jakościowa (zapoczątkowana po części przez Walkmana) dotycząca dystrybucji muzyki i możliwości jej słuchania/odtworzenia – szczególnie w sytuacji nieograniczonego dostępu (czas i miejsce) oraz opcji „na żądanie”, która jest charakterystyczna dla muzycznie zorientowanych usług sieciowych.

Muzyka jak woda

„Muzyka jak woda” – napisał metaforycznie niemiecki badacz i futurolog Gerd Leonhard, mając na względzie przyszłość i sposoby korzystania z dźwięku głównie w kontekście jego dystrybucji, opłat i pozyskiwania (G. Leonhard, 2008). „Natura dzieła muzycznego jest zawsze

płynna” – twierdzi Ola Stockfelt (2010) – rozumiejąc tym samym różne sposoby słuchania muzyki, którymi to sposobami słuchacze dokonują rekompozycji utworów. „Muzyka pozostaje w ruchu” – uzupełnia Iain Chambers (2010) – widząc muzykę przenoszoną wraz z mobilnym urządzeniem z jednego kontekstu do innego. Ruch, płynność, ciągłość – to elementy charakteryzujące zarówno samą muzykę, jak i współczesne sposoby słuchania, które – zapośredniczone technologią – zostały zrekonstruowane, co spowodowało, że muzyka stała się bliższa, bardziej osobista i spersonalizowana.

Historia rejestracji i odtwarzania dźwięku jest długa i obfituje w wiele ważnych wydarzeń. Co istotne, od początku prac nad sprzętem odtwarzającym dźwięk dążono także do jego minimalizacji oraz możliwości przenoszenia. Wiele pomysłów zostało zarzuconych lub zastąpionych lepszymi rozwiązaniami, jednak niektóre z nich, odpowiednio rozwijane – doprowadziły do powstania doskonałych urządzeń przenośnych. Jednym z nich był Walkman, którego pojawienie się spowodowało jakościowe zmiany. Walkman pozwalał na przemieszczanie się z ulubionym zestawem piosenek, jednak ograniczała go długość kaset (lub innych nośników z zapisanym dźwiękiem), przeciętna jakość nagrania odtwarzanej muzyki, pojemność baterii itd. Współcześnie udanym rozwinięciem idei słuchania mobilnego, którego początki związane są właśnie z powstaniem Walkmana, jest telefon komórkowy, który zdominował sposoby słuchania i dostępu do muzyki. Podłączony do sieci oferuje praktycznie nieograniczone możliwości korzystania z wirtualnych baz muzycznych. Idea podróży z dźwiękiem pozostała taka sama, wydatnie za to zmieniły się możliwości. Słuchacze zdążyli się już przyzwycząć do korzystania z zasobów sieciowych; do coraz lepszej jakości technicznej odtwarzanego dźwięku, do natychmiastowości uzyskania efektów i przede wszystkim do opcji „na żądanie”, która charakteryzuje większość usług zapewniających dostęp do muzyki.

Współczesny słuchacz zmienił tym samym nawyki i przyzwyczajenia. Pomogły mu w tym wydatnie dynamicznie postępujące zmiany technologiczne, które umożliwiły wyeliminowanie nośnika (np. płyty CD), wdrożenie efektywniejszej mobilności (np. smartfon – wcześniej Walkman i odtwarzacze mp3) oraz pozbycie się okablowania (np. komunikacja *bluetooth*). W ten sposób meloman zyskał możliwość słuchania muzyki w dowolnym czasie i wybranym miejscu. Tomasz Misiak (2016) zwraca uwagę na technologiczne zdeterminowanie muzyki oraz jej nierozzerwalność z nośnikiem, jednak nośnik rozumie szeroko. Doprecyzowując nośnik dźwięku jako „fizyczny” (w odróżnieniu np. od transmisji *streamingowej*) i usuwając go, otrzymujemy całkiem nowy model dystrybucji muzyki oraz procesu samego słuchania/odtworzenia. W jednym z tekstów zwracałem uwagę, że pojawienie się plików stratnej kompresji danych audio (mp3) oznaczało symboliczny zwrot akcji; muzyka oderwała się od nośnika. Nastąpiło: „spotkanie tradycji (kiedy muzyka jeszcze nie była rejestro-

wana) z nowoczesnością (bez fizycznego nośnika, muzyką można się dzielić” (S. Nożyński, 2016, s. 84).

Od czasów Walkmana i odtwarzaczy mp3 (a także innych przenośnych urządzeń¹) muzyka stała się jeszcze bardziej osobista, tworząc dźwiękową narrację codzienności. Od dźwięku nie da się uciec, jest wszechogarniający. Muzyka to tło wydarzeń, najczęściej intencjonalnie wybierana. Mobilny słuchacz jest bohaterem spersonalizowanego teledysku kreowanego „na żywo”, konstruuje własną playlistę codzienności, przygotowując zarówno samo urządzenie, jak i muzykę. W kwestii tej ostatniej zdaje się na własne wybory, używając np. serwisu YouTube² lub poddając się propozycjom mediów (np. radia) albo algorytmom serwisów streamingowych³. Konstanty Strzyczkowski (2010, s. 10) twierdzi, że:

[...] amatorzy muzyki, jej odbiorcy i miłośnicy dostarczają wielu przykładów pomysłów i zróżnicowanych sposobów muzycznej partycypacji. Niezależnie od pochodzenia społecznego, wieku, światopoglądu, stopnia zaangażowania i umiejętności, kompetencji i wiedzy, każdy z nich na własny użytek komponuje swoje codzienne muzyczne menu.

Gutenberg kontra Tesla

Galaktyka Gutenberga została zastąpiona przez galaktykę Marconiego (N. Postman, 2004), chociaż bardziej zasadne byłoby stwierdzenie, że to Gutenberg ustąpił przed Teslą. Niemniej to, co nazywaliśmy galaktyką Gutenberga, odeszło (H. Lehmann, 2016). Zapis nutowy został zdominowany przez rejestrację dźwięku, dotyczy to również procesu komponowania, który współcześnie może polegać na pracy z oprogramowaniem muzycznym uzbrojonym w próbki dźwiękowe. Urządzenia odtwarzające – szczególnie zaś te, które można zabrać ze sobą „w drogę” – zdominowały zarówno sam sposób słuchania muzyki, jak i podbudowane technologicznie i komunikacyjnie umożliwiły do niej dostęp. Z jednej strony są to więc zmiany dotyczące samego słuchania (pod warunkiem, że lubimy się przemieszczać z towarzyszeniem dźwięku), z drugiej – zmiany w obrębie dystrybucji. Serwisy streamingowe,

¹ Urządzenia pojawiały się w różnych momentach; Walkman stał się popularny już na początku lat osiemdziesiątych, w połowie lat dziewięćdziesiątych pojawiły się pliki mp3, nieco później pierwsze odtwarzacze z niewielką pamięcią. Prawdziwym przełomem było także pojawienie się iPod'a.

² YouTube to serwis najczęściej wykorzystywany do słuchania muzyki, za: Music Consumer Insight Report (2016). Pobrano z: <http://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2016.pdf>

³ Usługa polega na proponowaniu przez serwis zestawu podobnych piosenek.

które opanowały rynek – dają możliwość natychmiastowego, bezprzewodowego dostępu do muzyki. To, co opisywano przed paroma laty w kontekście przyszłości biznesu muzycznego – stało się faktem (P. Gałuszka, 2009). Co nie mniej istotne – dostęp ten realizowany jest na żądanie (*on demand*). Ta funkcjonalność spowodowała przewagę streamingu nad bardziej tradycyjnymi formami dystrybucji muzyki (S. Nożyński, 2016). Wojciech Skrzydlewski (2012) zwraca uwagę, że właśnie w cyberprzestrzeni muzyka – w każdym swoim aspekcie – znalazła godne miejsce zarówno w kontekście jej dystrybucji czy promocji, jak i nowych możliwości słuchania/odtworzenia.

Media to przedłużenie człowieka (M. McLuhan, 2004), natychmiastowe przeniesienie w dowolne miejsce (S. Baran, D. Davis, 2007). Walkman to przedłużenie własnego ciała i koncentracja otoczenia słuchowego (I. Chambers, 2010) – sieć jest przedłużeniem dotyku (D. de Kerckhove, 2001), a użytkownik jest treścią (A. Maj i in., 2009). Jednym z najważniejszych wynalazków, które zbliżają słuchacza do muzyki, a jednocześnie zapewniają intymność słuchania połączoną z mobilnością – było właśnie zaprojektowanie Walkmana⁴. Co prawda, wcześniej istniały np. radia tranzystorowe, samochodowe czy różnego typu przenośne gramofony i magnetofony, jednak dopiero wynalazek Walkmana sprawił, że muzyka mogła stać się tak osobista (w połączeniu z parą słuchawek). Różnica jakościowa polegała też na tym, że słuchacz mógł sam dobierać dźwięki, które powinny mu towarzyszyć (w przeciwieństwie do radia, tam wybór ograniczał się do określonej stacji). Walkman był urządzeniem genialnym w swojej prostocie. Niewielki rozmiarami, mieścił kasetę magnetofonową (CC, później także formaty DAT, MiniDisc), zasilany przez kilka baterii. Wystarczyło podłączyć słuchawki i iść. W krótkim czasie stał się częścią mobilnego ludzkiego ciała, tworząc prywatną przestrzeń dźwięku (J. Urry, 2009). Nie tylko stał się częścią kultury, ale też okazał impulsem do stworzenia nowej (P. du Gay i in., 2013), charakteryzując samowystarczalnego miejskiego podróżnika (S. Miles, 1998).

Muzyka i jej odbiór zyskały zupełnie nowy wymiar; dźwięk oderwany od kontekstu źródła – jak opisuje to akuzmatyka oraz możliwość uzupełnionego dźwiękiem przemieszczania. Muzyka stała się zastępstwem, substytutem lub nową jakością naturalnego pejzażu dźwiękowego. Był to teraz specyficzny pejzaż dźwiękowy – kreowany intencjonalnie wyłącznie przez słuchacza. Czynność ta „odbierała” oryginalny dźwięk otoczeniu, nadając mu inny, nowy. Sytuacja słuchania w ruchu stworzyła ciekawe skojarzenia na linii: dźwięk –

⁴ Precyzyjniej byłoby napisać „przenośnego sprzętu odtwarzającego”, gdyż Walkman jest znakiem towarowym firmy Sony, jednak nazwa przyjęła się na tyle, że każdy sprzęt tego typu nazywany był właśnie walkmanem.

miejsce. Częste spostrzeżenia mobilnych słuchaczy mówią o odbieraniu świata dookoła jak filmu, teledysku, w którym słuchacz gra główną rolę.

Spółeczny odbiór tego prostego urządzenia był bardzo pozytywny. Walkman zapoczątkował idee słuchania podczas drogi, bez znaczenia, czy był to spacer, bieganie, czy też podróż komunikacją miejską lub rowerem. Tym samym rozpoczęła się także era słuchawek, które nawet bardziej niż samo urządzenie przenośne poddawały się modom – od bardzo małych, do dużych, zamkniętych, sportowych czy przeznaczonych dla audiofili modeli.

Narodziny Walkmana

Walkman pojawił się w 1979 r. dzięki prezesowi firmy Sony⁵. Urządzenie było odpowiedzią na konkretne zapotrzebowanie, które zakładało możliwość słuchania muzyki również poza domem, samochodem, salą koncertową. Proste rozwiązanie było możliwe dzięki wynalazkowi kasety magnetofonowej (*Compact Cassette*) w 1963 r., którego dokonała firma Philips. Kaseca – jak już wspomniałem – nie była najlepszym jakościowo nośnikiem, jednak dostępność, niewielkie rozmiary i relatywnie niski koszt nośnika wygrały z jakością. Taśma się zrywała i każde kolejne przesłuchanie (przecignięcie przez głowicę odtwarzacza) pogarszało jej zapis. Jednak wszystko to było nieistotne wobec możliwości zabrania muzyki w dowolne miejsce. W latach osiemdziesiątych pojawiły się tzw. magnetofony dwukasetowe, które pozwalały na kopiowanie muzyki, co również było rewolucją w obszarze domowej rozrywki, chociaż zapoczątkowało dyskusję na temat praw autorskich względem fonogramów.

Nie tylko firma Sony pracowała nad odtwarzaczami przenośnymi, jednak to jej udoskonalone urządzenie (w stosunku do wcześniejszych modeli konkurencyjnych firm) i sprawna kampania reklamowa zagwarantowały sukces. Co ciekawe, mimo wynalezienia nowych, doskonalszych rozwiązań technicznych, produkcję Walkmana zakończono dopiero w 2010 r. Do tego czasu urządzenie było wielokrotnie poddawane ulepszeniom, wyewoluował z niego dyktafon – poręczne narzędzie pracy dziennikarza. Jeszcze ważniejsze niż samo wprowadzenie urządzenia na rynek były zmiany dotyczące kultury słuchania i rytuałów, które nastąpiły w jego następstwie. Współcześnie firma Sony nazwę Walkman postanowiła reaktywować, nazywając w ten sposób określone modele telefonów komórkowych oraz aplikacje służące do odtwarzania muzyki.

⁵ Mowa tutaj o Akio Moricie. Współpomysłodawcami urządzenia byli Masaru Ibuke i Kozo Ohsona (w źródłach często przedstawiani zamiennie).

Już w 1981 roku 87% młodzieży w Stanach Zjednoczonych przeznaczało 3–5 godzin dziennie na słuchanie muzyki. Od momentu wprowadzenia sprzętu typu Walkman [...] czy Discman [...] czas ten wydłużył się do 7–8 godzin dziennie (A. Zwoliński, 2004).

Gdyby zliczyć faktyczny czas słuchania muzyki – zarówno w postaci biernego i czynnego słuchania, liczby te wyraźnie wzrastają. Szczególnie że, dysponując odpowiednim sprzętem (np. smartfonem), słuchacz ma dostęp do wielu serwisów udostępniających muzykę. Bazy muzyczne największych usługodawców proponują miliony piosenek – a liczba ta stale rośnie. Badacze zajmujący się muzyką zwracają uwagę na jej istotną nadpodaż. Jednak – jak zauważa Harry Lehmann (2016) – digitalizacja oznacza demokratyzację kanałów dystrybucji, a także fakt, że wszystkie produkty mają dostęp do rynku. Dzięki technologii muzyka została „uwolniona” – szczególnie w kwestii jej odinstytucjonalizowania.

Nowy spacer słuchowy nomadów współczesności

Bardzo ciekawe są refleksje na temat spacerów słuchowych i Walkmana. Zdaniem Iaina Chambersa (2010), Walkman pozwala kształtować słuchaczowi doświadczenia audiowizualne, tworząc ścieżkę dźwiękową codziennego życia. Chambers uważa, że:

[...] ludzie chodzący z Walkmanem mogą być po prostu uosobieniem pustki życia w metropolii, ale można też pojmować ten mały czarny przedmiot jako twórcze zero, ogniwo miejskiej strategii, szyfter semiotyczny, kluczowy element w pewnej szczególnej organizacji sensu.

Badacz jest zdania, że odtwarzacz potwierdza partycypację we wspólnym otoczeniu, mimo pozorów izolacji; jest motorem zmian horyzontu percepcyjnego, które charakteryzują późny wiek XX. Włączając urządzenie, zaczynamy twórczo uczestniczyć w schaferskim pejzażu dźwiękowym. Pejzaż ten przypomina kolaż dźwiękowy, nieustannie zmieniający się, w którym dobieranie, sampłowanie, łączenie i cięcie jest domeną zarówno twórców (DJ-ów, raperów, dubmasterów, inżynierów dźwięku), jak i konsumentów (my – słuchacze tworzymy playlisty, świadomie rezygnujemy z jednych i dobieramy inne utwory, włączamy urządzenia głośniej, aby zagłuszyć hałas środowiska z zewnątrz, spoza słuchawek) (za: R. Murray Schafer, 1977).

Pejzaż jest zatem zawładnięty przez wytwórców i konsumentów (nowy słuchacz jest prosumentem). Chambers peroruje; artyści proponują nam określony zestaw piosenek, które zawierają na płycie. Możemy ingerować w materiał dźwiękowy, przetwarzając go. Wystarczy w prosty sposób przekształcić

kolejność odtwarzanych piosenek i zmienić ustawienia korektora. Wrażenia audiowizualne uzupełnią semantyczny wymiar muzyki i dodadzą nowe znaczenia. Jesteśmy twórcami lub współtwórcami własnej przestrzeni audialnej. Każdy słuchacz – zauważa Chambers (2010) – dobiera sobie i aranżuje otaczający go pejzaż dźwiękowy, wchodzi z nim w dialog i pozostawia swój ślad w sieci. Muzyka pozostaje w ruchu – natura dzieła muzycznego jest zawsze płynna.

Tropiąc dalej twierdzenia Iaina Chambersa (2010, s. 133) czytamy, że „Walkman jest symbolicznym gadżetem dla nomadów współczesności”, muzyka jest wkładana w różne konteksty symbolicznego i akustycznego strumienia życia codziennego. Narzucamy – przejściowo i niepewnie – własny pejzaż dźwiękowy otaczającemu środowisku słuchowemu, udomowiamy świat zewnętrzny. Chambers stwierdza, że Walkman jest urządzeniem i aktywnością, która przyczynia się do powstania sensu, do reprezentacji współczesnego świata.

Podróżowanie (travel) i wykonywanie naszej travail [pracy – przyp. tłum.] w otoczeniu, do którego się podłączymy, polega na wybraniu odpowiedniego obwodu. Tu – w przeciwieństwie do odrzuconych „wielkich narracji” (Lyotard) miasta – Walkman proponuje możliwość mikronarracji, historii i ścieżki dźwiękowej dopasowanej do użytkownika; nie tylko pustą przestrzeń (*space*), ale miejsce, w którym żyjemy (*a placesite of dwelling*) (2010, s. 134).

Białe słuchawki i niebieski ząb

Nieodłącznym dodatkiem do sprzętu przenośnego są słuchawki (jedne z pierwszych dynamicznych pojawiły się w 1937 r., skonstruowane w firmie Eugena Beyera⁶, zaś początek produkcji słuchawek przypada na koniec XIX w.). Nie są tak jednoznaczne semantycznie, jakby się mogło wydawać – pisze Robert Zydla (2007) – dostarczają zarówno przyjemności, jak i informacji. Współczesne słuchawki to połączenie funkcjonalności, estetyki i projektowania (*design*). Ucho – zdaniem Zydla – jest narządem, dzięki któremu można się dostać do wnętrza człowieka. Pojawienie się słuchawek pogłębiło indywidualizację odbioru muzyki – nawet jeśli mijające się osoby ze słuchawkami mają w nich tę samą muzykę, informacja będzie miała charakter zindywidualizowany, dostosowany do potrzeb konkretnego słuchacza. Zatykając uszy słuchawkami, oddzielamy się od otoczenia, od innych ludzi. Jest to forma autoograniczenia, którą realizujemy z własnej potrzeby. Natomiast taka forma izolacji może mieć także wymiar negatywny – kiedy stajemy się głusi na komunikaty od innych

⁶ Model Beyerdynamic DT48.

ludzi. Zydel opisuje także popkulturowy gadżet, którym są białe słuchawki douszne. To atrybut współczesnego słuchacza, który w ten sposób podkreśla swój status społeczny (białe słuchawki dostarczane są wraz z iPodem firmy Apple). Ten konsumpcyjny trend był na tyle silny, że nawet osoby, które nie mogły sobie pozwolić na oryginalny produkt spod znaku jabłka, kupowały tanie, podrabiane białe słuchawki. Bardzo istotną zmianą było także wprowadzenie rozwiązań bezprzewodowych, które usprawniły i ułatwiły słuchanie muzyki. Nowoczesne słuchawki komunikują się z urządzeniem odtwarzającym np. przez *bluetooth*, działają długo dzięki dobrym akumulatorom i mogą być sterowane z poziomu aplikacji zainstalowanej na telefonie.

Daniel Levitin (2006) tak opisał swoje przeżycia, kiedy mógł wreszcie posłuchać muzyki za pośrednictwem słuchawek:

[...] nigdy przedtem nie słyszałem głębi takiej, jaką mogę usłyszeć w słuchawkach – umieszczenie instrumentów zarówno w zakresie lewo – prawo jak i przód – tył w przestrzeni z pogłosem. Dla mnie płyty nie były już tylko utworami, ale dźwiękiem. Słuchawki otworzyły mi świat dźwiękowych barw, paletę niuansów i szczegółów, które wykraczały poza akordy, melodię, tekst i głos wokalisty. Słuchawki również sprawiły, że muzyka stała się dla mnie bardziej osobista, nagle przychodziła z wnętrza mojej głowy, a nie gdzieś z zewnętrznego świata.

Słuchanie muzyki za pośrednictwem słuchawek nie jest ulubionym zajęciem audiofila. Jednak słuchawki dobrej jakości, dopasowane do naszego ucha, mogą dostarczyć wielu niesamowitych przeżyć. Zdarza się tak, że dzięki słuchawkom odkrywamy muzykę na nowo, słysząc elementy, które wcześniej nam umykały. Jerzy Tuszewski (2002) przytacza słowa Tadeusza Peipera:

[...] słuchawka przynosi intymne szepty [...]. Słuchawka nie dopuszcza podsłuchiwania. Słuchawka wyklucza podział. Słuchawka wprowadza słuchacza w najbardziej osobisty stosunek do rzeczy słuchanej. Słuchawka czyni z radioaparatu maszynę marzeń.

Sam Tuszewski, człowiek radia, doskonale rozumiał, jak ważne są słuchawki w pracy dziennikarza radiowego oraz melomana w domowym zaciszu. Dzięki Walkmanowi słuchawki zyskały zupełnie nowe przeznaczenie i – jak pisze Tuszewski:

[...] w jakimś sensie nastąpił stopniowy powrót do słuchawki i sukcesywnie odbywa się to już od ponad ćwierć wieku, tylko że słuchawka używana szczególnie przez młode pokolenie jako nieodzowny element spacerowicza, żeby nie powiedzieć Walkmana analogowego lub cyfrowego, ukrytego w kieszeni lub damskiej torebce, służy głównie do muzycznej izolacji spacerowicza od hałasu rzeczywistości ulicznej lub domowej (J. Tuszewski, 2002, s. 118).

Funkcja izolująca od dźwięków otoczenia, często jest wymieniana jako ważna przez użytkowników słuchawek. Z różnych powodów słuchacze zamykają się w świecie dźwięku. Może być to reakcja na to, co na zewnątrz, na wszechogarniający hałas. Muzyka umożliwia „uciszenie myśli”, przeniesienie się w inne miejsce. Alicja Zabrocka (2013) właśnie ten element przytacza jako ważną funkcję, ale zauważa też, że słuchawki stały się elementem stroju. Często noszone są jak opaska na głowie bądź wiszące na szyi. W ten sposób słuchacz definiuje siebie, informuje o tym, kim jest – a słuchawki są dopełnieniem muzycznego *emploi*. Alicja Zabrocka podkreśla:

[...] Znajduje to potwierdzenie w moich obserwacjach dotyczących jakości sprzętu dającego się zauważyć na uszach przechodniów oraz sposobu jego używania. Chociaż faktycznie widać w ostatnich latach powrót do słuchawek nausznych, to jednak często ich najważniejszą cechą jest kolor, a użytkownicy notorycznie noszą je na włosach lub czapkach, zamiast bezpośrednio na uszach. Świadczy to o tym, że ten przenośny sprzęt grający stał się elementem stylu konkretnego przechodnia, element ten można w dodatku estetycznie spersonalizować.

Można to podsumować też słowami Macieja Żakowskiego (2007):

[...] semiotyka towarów definiowana jest przez układanie się ich w konstelacje. Możemy mówić o nich w kategoriach dóbr symbolicznych, tj. takich, które czynią oczywistym status posiadacza przedmiotu poprzez jego uwidocznienie. Podobnie, jak miało to miejsce w tradycyjnych społeczeństwach wymiany, zasadnicze znaczenie ma wciąż transakcja, która doprowadziła do wejścia w posiadanie danego przedmiotu.

Muzyka z chmury

Urządzenia mobilne przedłużają przestrzeń muzyczną, będąc niejako kontynuacją tej domowej. Trzeba tylko pamiętać, że zastępujemy naturalną przestrzeń dźwiękową swoją własną, sprofilowaną indywidualnie narracją dźwiękową. To inna forma „muzycznych spacerów”, których główną ideą jest słuchanie dźwięku związanego z miejscem. Spacery z własną playlistą nadają nowe, dźwiękowe znaczenie miejscu, w którym jesteśmy. Jednocześnie także dźwięk zyskuje kontekst wizualny. Muzyka nadaje rytm, który przejmujemy. Otoczenie to scenografia sytuacji, ludzie dookoła są aktorami uczestniczącymi w naszej scenie. Dokonujemy pewnego przeniesienia znaczeń z muzyki na obserwowane miejsce, które jest teraz odarte z immanentnego dźwięku. Powstają muzyczne skojarzenia, które mogą następnie powracać w różnych momentach.

Słuchacz dysponuje paletą wielu narzędzi umożliwiających słuchanie muzyki, ale także oferujących pomoc w jej znalezieniu oraz identyfikacji. Nowe media lub *media remiksu* (E. Wojtowicz, 2011) sprzyjają muzyce niemal w każdym aspekcie. Sieć stanowi przestrzeń zarówno dla twórcy, jak i dla odbiorcy – przy czym obie te role mogą występować razem. Konwergentne hybrydy w rodzaju *Spotify* umożliwiają odnalezienie „na żądanie” ulubionego fragmentu muzycznego w każdym miejscu, w którym znajduje się słuchacz. Posiadanie muzyki (na nośniku) zostało zastąpione przez odsłuchiwanie jej (np. serwisy streamingowe); chociaż Gerd Leonhard (2013) zwraca uwagę, że *listening* w zasadzie oznacza *copying*. Istotną rolę w dzieleniu się muzyką lub proponowaniu sobie nawzajem konkretnych przykładów odgrywają serwisy społecznościowe, ponieważ technologia informacyjno-telekomunikacyjna stworzyła platformę dla wirtualizacji kontaktów międzyludzkich (A. Wassilew, 2011) i tam odbywa się wymiana muzycznych doświadczeń.

Według badania Music Consumer Insight Report IFPI/IPSOS z 2016 r. obejmującego 13 największych muzycznych rynków (co daje 84% globalnego rynku muzycznego), aż 82% użytkowników korzysta z serwisu YouTube. Spośród tych 82%, aż 93% używa serwisu do słuchania muzyki. Nowym Walkmanem stał się smartfon, który zastąpił komputer domowy w roli „centrum rozrywki”. W siłę rośnie zjawisko stream-rippingu, które jest kolejnym po „kopiowaniu/ściągnięciu” oraz „odbieraniu strumienia” sposobem na zdobycie muzyki, przypomina to swojskie nagrywanie audycji radiowych na kasety magnetofonowe. Osobną kwestią jest legalność takiego procesu.

Słuchacz połączony z siecią – używający telefonu komórkowego – ma możliwość skorzystania z różnych usług oferujących muzykę. Wśród wielu podmiotów wyróżniają się m.in.: Spotify, iTunes, Last.fm, Deezer, Beatport, Pandora, Napster, Qobuz, Amazon mp3, Google Play Music, Apple Music, Tidal, Juke, 7digital, Omnifone, Aspiro, Simfy, Shazam itp. Nie wszystkie z wymienionych pozostały na rynku, część uległa przeobrażeniom lub połączyła się z silniejszym usługodawcą. Co istotne, słuchacz może przeszukiwać zasoby sieciowe, identyfikując muzykę za pomocą aplikacji w rodzaju: Track ID, Midomi, Audiotag, Tunatic. Z drugiej strony – twórcy mają ułatwione zadanie dotarcia do odbiorcy poprzez strony takie jak: SoundCloud, BandCamp lub kompletne serwisy pośredniczące – np. SongFlow (którego funkcjonowanie przypomina działalność agregatorów, czyli m.in. pośredników między artystami a użytkownikami) (P. Gałuszka, 2013). Pomocne mogą być też wszelkie *netlabel*e, fora internetowe i *crowdfunding*. Muzykę można „wypożyczyć”, odsłuchać – bez konieczności zakupu fizycznego nośnika. Zamiast opłat za tenże nośnik, słuchacz korzysta z wygodnej formy ryczałtu.

Te i inne rozwiązania są bardzo wydajne i zapewniają natychmiastowy dostęp do muzyki. Chociaż zdarza się, że muzycy wycofują swoje nagrania z nie-

których serwisów, ta droga wydaje się być najbardziej wygodną i efektywną dla słuchacza. Nie oznacza to całkowitego odejścia od fizycznych nośników – wprost przeciwnie – rośnie liczba sprzedawanych płyt winylowych, kaset magnetofonowych oraz płyt CD (te ostatnie znajdują nabywców szczególnie w Japonii). Incydentalne, a jednak odnotowane przez słuchaczy zjawisko dotyczy również rezygnacji z rejestracji muzyki przez niektórych wykonawców. Zjawisko to – choć ciekawe – nosi znamiona pewnego elitaryzmu, nie jest też specjalnie oryginalne – ponieważ muzyka tym samym zatacza koło i wraca do czasów, w których trzeba było udać się na koncert, aby jej posłuchać. Nie zmienia to jednak faktu, że dynamika zmian w obszarze słuchania i dostępu do muzyki jest ogromna.

BIBLIOGRAFIA

- Baran, S. J., Davis D. K. (2007). *Teorie komunikowania masowego*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Chambers, I. (2010). Spacer słuchowy. W: C. Cox, D. Warner (red.), *Kultura dźwięku. Teksty o muzyce nowoczesnej*. Gdańsk: Słowo, obraz, terytoria.
- Cox, C., Warner, D. (red.). (2010). *Kultura dźwięku. Teksty o muzyce nowoczesnej*. Gdańsk: Słowo, obraz, terytoria.
- Gay, P. du i in. (2013). *Doing cultural studies – the story of the Sony Walkman*. United Kingdom: Sage Publications, The Open University.
- Gałuszka, P. (2009). *Biznes muzyczny. Ekonomiczne i marketingowe aspekty fonografii*. Warszawa: Wydawnictwo PLACET.
- Gałuszka, P. (2013). *Raport dotyczący funkcjonowania elektronicznego rynku treści muzycznych w Polsce*, MKiDN. Pobrano z: www.prawoautorskie.gov.pl/media/galuszka_/raport_galuszka.doc
- Kerckhove, D. de. (2001). *Inteligencja otwarta: narodziny społeczeństwa sieciowego*. Warszawa: Wydawnictwo Mikom.
- Lehmann, H. (2016). *Rewolucja cyfrowa w muzyce. Filozofia muzyki*. Warszawa: Fundacja Bęc Zmiana.
- Levitin, D. J. (2006). *This is your brain on music*. New York: Dutton (Penguin Group).
- Leonhard, G. (2008). *Music 2.0 Essays by Gerd Leonhard*. Creative Commons License. Finland, Hämeenlinna: Hämeen Offset-Tiimi Oy.
- Leonhard, G. (2013). *Keynote presentation at DAMF 2013: a Futuristic Outlook on the Music Creator, Consumer & the Business in Between*. Pobrano z: <http://www.futuristgerd.com/2013/12/06/new-video-keynote-presentation-at-dafm2013-a-futuristic-outlook-on-the-music-creator-consumer-the-business-in-between/>
- Maj, A., Derda-Nowakowski, M., Kerckhove, D. de. (2009). *Kody McLuhana. Topografia nowych mediów*. Katowice: Wydawnictwo Naukowe ExMachina.
- McLuhan, M. (2004). *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*. Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne.
- Miles, S. (1998). *Consumerism as a way of life*. Sage Publications.

- Misiak, T. (2016). *Muzyczne gry z nośnikiem. Artystyczne strategie przekraczania medium*. W: M. Parus, A. Trudzik (red.), *Media jako przestrzenie muzyki*. Gdańsk: Wydawnictwo Naukowe Katedra.
- Music Consumer Insight Report* (2016). Pobrano z: <http://www.ifpi.org/downloads/Music-Consumer-Insight-Report-2016.pdf>
- Nożyński, S. (2016). Dostępność muzyki a dziennikarstwo muzyczne. W: M. Parus, A. Trudzik (red.), *Media jako przestrzenie muzyki*. Gdańsk: Wydawnictwo Naukowe Katedra.
- Postman, N. (2004). *Zabawić się na śmierć*. Warszawa: Wydawnictwo Muza S.A.
- Schafer, R. Murray. (1977). *The Tuning of the World*. New York: Knopf, Toronto: McClelland and Stewart Ltd.
- Skrzydlewski, W. (2011–2012). Audialna przestrzeń mediów. *Neodidagmata*, 33/34. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Stockfelt, O. (2010). Odpowiednie sposoby słuchania. W: C. Cox, D. Warner, *Kultura dźwięku teksty o muzyce nowoczesnej*. Gdańsk: Wydawnictwo Słowo, obraz, terytoria.
- Strzyczkowski, K. (2010). Kilka uwag o muzyce w życiu codziennym. *Kwartalnik*, 2(28), Warszawa: SWPS.
- Tuszewski, J. (2002). *Paradoks o słowie i dźwięku*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Urry, J. (2009). *Socjologia mobilności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wassilew, Z. A. (2011). Technologie podłączenia w społeczeństwie mobilnym. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 656, *Studia Informatica*, 28.
- Wójtowicz, E. (2011). Twórca jako postproducent – między postmedialnym remiksem a re-programowaniem kultury. W: M. Gulik, P. Kaucz, L. Onaka, *Re-miks. Teorie i praktyki*. Kraków: Hub Wydawniczy Rozdzielczość Chleba.
- Zabrocka, A. (2013). Muzyka – tło czy hałas. *MeaKultura* (wyd. 255). Pobrano z: <http://meakultura.pl/aktualnosci/muzyka-tlo-czy-halas-491>
- Zwoliński, A. (2004). *Dźwięk w relacjach społecznych*. Kraków: WAM.
- Zydel, R. (2007). Słuchawki jako gadżet popkultury. W: W. Godzic, M. Żakowski (red.), *Gadżety popkultury, społeczne życie przedmiotów*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Spółka z o.o.
- Żakowski, M. (2007). Życie społeczne przedmiotów w kulturze popularnej. W: W. Godzic, M. Żakowski (red.), *Gadżety popkultury – społeczne życie przedmiotów*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

PERSONAL MUSIC AT ALL TIMES AND EVERYWHERE, OR A WALK WITH AN AUDIO NARRATION OF A MOBILE PLAYER

Summary

Dynamically progressing technological changes have made it possible to listen to music in chosen time and place. The new Walkman has become a mobile phone armed with streaming capabilities. Mobile listening technology it has led to cultural change in many important areas. In this article I try discuss both the evolution of mobile equipment itself and the change of ways listening to music. It is just a combination of these several elements: mobility, technology and the listening process itself.