



# Fazy rozwoju mediów i wpływ mediów na społeczeństwo

1. Najpierw była książka, potem pojawiła się prasa, później kino, radio, telewizja, Internet. Nowe media musiały oddziaływać na stare osłabiając je. Film sprawił, że ludzie rzadziej czytali gazety. Gdy telewizja zaczęła emitować filmy, nikt wieczorami nie przesiadywał już przy radioodbiorniku. Dziś wielu ludzi nie kupuje gazet, bo odnajduje interesujące artykuły w Internecie.
2. Nowe media osłabiają stare, ale nie oznacza to, że je niszczą. Pokazują to trzy fazy rozwoju mediów.
3. Najpierw mamy fazę elitarną. Pojawia się nowe medium, które ma ograniczoną liczbę odbiorców – zwykle zapaleńców, którzy podniecają się swoją nową zabawką. Tak było z Internetem w Polsce. W Wikipedii czytamy, że *17 sierpnia 1991 z baraku przed Wydziałem Fizyki Uniwersytetu Warszawskiego do Centrum Komputerowego Uniwersytetu w Kopenhadze dotarł pierwszy wysłany z Polski e-mail*. Zapewne jego nadawcy i odbiorcy byli tym faktem bardzo podekscytowani, ale 99,99% Polaków o tym fakcie nie wiedziało. W 1991 roku Internet znajdował się w fazie elitarnego rozwoju.
4. Druga faza to popularyzacja. Nowe medium trafia pod strzechy. Jeszcze raz spójrzmy do Wikipedii. *W sierpniu 1993 roku powstał pierwszy polski serwer www, pod nazwą "Polska Strona Domowa". W 1994 roku powstał rządowy serwer WWW. W 1995 roku powstaje pierwszy polski portal internetowy Wirtualna Polska. W kwietniu 1996 roku TP S.A. uruchomiła dostęp anonimowy do Internetu przez modemy*.
5. Trzecia faza to specjalizacja. Medium wypierane przez nowy wynalazek szuka swojego miejsca na rynku. I znajduje je specjalizując swój przekaz. Widać to na przykładzie radia. Przechodzi ono już od kilkudziesięciu lat fazę specjalizacji. Powstały tzw. formaty radia. Wszystkie formaty są dostosowane do określonej grupy słuchaczy.

Miejsce na Twoją reklamę  
info: reklama@lykwiedzy.pl