

Ewelina Konieczna*

SERIALE I ICH ODBIÓR JAKO ODBICIE ZMIAN SPOŁECZNO-KULTUROWYCH

TELEVISION SERIES AND THEIR RECEPTION AS A REFLECTION OF SOCIO-CULTURAL CHANGES

ABSTRACT: The article focuses on the issue of contemporary film series (TV series) and the practices of viewing of them. Taken into consideration is the role of film series in the media culture, and reflected upon are new viewing practices related to socio-cultural changes. The choice of texts and research in the field of the humanities and social sciences was conditioned by the need to conduct interdisciplinary research on film series' narratives and their reception. A review of the recent literature has shown a lack of research in the field of andragogy aimed at analysing this dynamically changing area of media culture. The considerations undertaken are an introduction to the research on contemporary film series (TV series) and their reception.

KEYWORDS: film series, TV series, viewing practices, media culture.

ABSTRAKT: Przedmiotem rozważań podjętych w artykule są współczesne seriale filmowe oraz modele zachowań odbiorczych. Celem refleksji badawczej jest zastanowienie się nad rolą seriali w kulturze medialnej, jak również nad nowymi praktykami odbiorczymi, wynikającymi ze zmian społeczno-kulturowych. Wybór przytoczonych tekstów oraz badań z zakresu nauk humanistycznych i społecznych uwarunkowany jest koniecznością prowadzenia interdyscyplinarnych badań nad serialowymi narracjami i ich odbiorem. Przegląd najnowszej literatury wykazał niedostatek badań z zakresu andragogiki ukierunkowanych na analizę tego dynamicznie zmieniającego się obszaru kultury medialnej. Podjęte rozważania stanowią wstęp do badań nad współczesnymi serialami filmowymi i ich recepcją.

SŁOWA KLUCZOWE: serial filmowy, serial telewizyjny, praktyki odbiorcze, kultura medialna.

Wprowadzenie

Świadomość odbiorców kultury medialnej w XXI wieku kolonizują seriale. Filmowe historie w odcinkach przyciągają, magnetyzują, uzależniają, dostarczają rozrywki i przyjemności, ale także poruszają aktualne oraz ważne społecznie problemy. Serialowe opowieści nastawione są na eksplorację nowych zjawisk społecznych i przemian obyczajów, projektują reakcje oraz świadomość odbiorców, czasem nią manipulując. Zawarte w serialach, często kontrowersyjne treści i sposoby przedstawiania rzeczywistości ilustrują zachodzące zmiany społeczno-kulturowe, poruszają tematy oraz kwestie będące odbiciem różnorodnych zachowań i postaw. Przedmiot moich rozważań stanowią współczesne seriale filmowe, ich rodzaje oraz modele zachowań odbiorczych,

* Ewelina Konieczna – Uniwersytet Śląski, Wydział Sztuki i Nauk o Edukacji w Cieszynie; e-mail: ewelina.konieczna@us.edu.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8042-3956>.

które przedstawię na podstawie przeglądu wybranej literatury i badań z zakresu nauk społecznych i humanistycznych. Celem refleksji badawczej jest zastanowienie się nad rolą seriali w kulturze medialnej, a także nad nowymi praktykami odbiorczymi wynikającymi ze zmian społeczno-kulturowych.

W przemowie noblowskiej Olga Tokarczuk mówiła:

Możemy mieć dziś wielką satysfakcję, że jesteśmy świadkami powstania nowego sposobu opowiadania świata, jaki niesie ze sobą serial filmowy, a którego ukrytym zadaniem jest wprowadzić nas w trans. Oczywiście ten sposób opowiadania istniał już w mitach i opowieściach homeryckich, a Herkules, Achilles czy Odyseusz to bez wątpienia pierwsi serialowi bohaterowie. Jednak nigdy wcześniej nie zagarnął on dla siebie tak dużo przestrzeni i nie wpływał tak istotnie na zbiorową wyobraźnię. Pierwsze dwie dekady XXI wieku z pewnością należą do seriali. Ich wpływ na sposoby opowiadania (i przez to też rozumienia) świata jest rewolucyjny [...]. *Fabula interrupta* wymyślona dawno temu i znana z opowieści Szeherazady powróciła w serialach w wielkim stylu, zmieniając naszą wrażliwość i niosąc przedziwne psychologiczne skutki, odrywając nas od własnego życia i hipnotyzując niczym używka. Jednocześnie serial wpisuje się w nowy, rozwlekły i nieuporządkowany rytm świata, w jego chaotyczną komunikację, jego niestałość i płynność. Ta forma opowieści chyba najbardziej twórczo szuka dziś nowej formuły. W tym sensie odbywa się w serialu poważna praca nad narracjami przyszłości, nad dopasowaniem opowieści do nowej rzeczywistości (Tokarczuk 2019, s. 7-8).

Refleksja pisarki, obserwarki i „opowiadaczki” świata na temat współczesnych serialowych narracji wskazuje na ich znaczącą rolę w opisywaniu zmieniającej się rzeczywistości społecznej. Dzisiaj oglądanie seriali nie jest już wstydliwą przyjemnością i niemożliwe wydaje się badanie kultury medialnej bez namysłu nad tą jej częścią. Zróżnicowana tematyka, walory estetyczne, szeroka dostępność, swoboda odbioru za pośrednictwem rozmaitych platform internetowych i cyfrowych urządzeń przyczynia się do zwiększania liczby odbiorców seriali filmowych oraz do przemian w dziedzinie praktyk odbiorczych.

Przywoływani w niniejszym artykule badacze, reprezentujący różne dyscypliny naukowe – medioznawcy, socjologowie, literaturoznawcy i pedagodzy – wprowadzają tematykę seriali do krytycznej refleksji, czyniąc ją przedmiotem pogłębionych analiz, w których uwzględniają różne perspektywy teoretyczne dotyczące produkcji, treści oraz odbioru. Wybór przytoczonych dalej tekstów oraz badań z zakresu nauk humanistycznych i społecznych uwarunkowany został koniecznością interdyscyplinarnego namysłu nad serialowymi narracjami i ich recepcją. W pierwszej części tekstu omówię pojęcie serialu oraz jego rodzaje w kontekście kultury medialnej, w drugiej zastanowię się nad nowymi praktykami odbiorczymi, które pojawiają się wraz z rozwojem i ekspansją tej formy fabularnej, następnie skupię się na społecznej, kulturowej oraz edukacyjnej roli seriali filmowych. Podjęte rozważania nie wyczerpują nadzwyczaj rozległego tematu i stanowią wstęp do pogłębionych badań nad współczesnymi serialowymi narracjami oraz ich recepcją.

Serial telewizyjny, internetowy, neoserial

W opracowaniu stanowiącym socjologiczną analizę kwestii społecznych w polskich serialach obyczajowych Beata Łaciak dokonała przeglądu stanu badań nad serialem telewizyjnym (Łaciak 2013). Powołując się na prace polskich medio- i filmoznawców oraz socjologów (Godzic 2004; Nowicki 2006; Filiciak, Giza 2011; Lisowska-Magdziarz 2008), jak również autorów zagranicznych (Creeber 2004; Mittell 2009; Fiske 1987), badaczka definiuje takie pojęcia, jak serial telewizyjny, opera mydlana i telenowela. Nie widzę potrzeby wyznaczania w tym miejscu ram dla wymienionych podgatunków i wykazywania często niewielkich różnic pomiędzy nimi, przytoczę natomiast fragmenty opisowej definicji, która sytuuje serial w telewizyjnym medium. Serial telewizyjny to:

utwór fabularny, stanowiący podzielną na odcinki całość dramaturgiczną, w której przedstawione są losy zamkniętej grupy bohaterów – pierwszo- i drugoplanowych, wokół której skupiają się postaci epizodyczne. Ich występowanie gwarantuje wrażenie oryginalności fabularnej, w istocie zorganizowanej wokół takiego samego schematu narracyjnego. Satysfakcja widza rodzi się więc z powtarzalności konstrukcji i zdolności przewidzenia przebiegu zdarzeń. Przyjemność czerpana jest również z tematyki opowiadanych historii: powstają seriale „szpitalne” [...], „policyjne” [...], „prawnicze” [...], „szkolne” etc. [...]. Niekiedy realizatorami są znani reżyserzy filmowi [...]. Serial telewizyjny wziął swój początek od serii (cykli) filmowych wyświetlanych od 1912 (np. *What Happened to Mary*, 1912; *The Perils of Pauline*, 1914) i cieszących się zainteresowaniem widzów głównie do czasów II wojny światowej. Wraz ze wzrostem popularności TV serial stał się jednym z ulubionych gatunków nowego medium, generując wiele odmian: miniserial, telenovelę, operę mydlaną, sitcom [...]. Obecnie stanowią one najpoważniejszy, przynoszący duże zyski produkt stacji TV. Niekiedy, poza funkcją rozrywkową, mają również wymiar dydaktyczny (przybliżający widzowi problem społeczny) lub propagandowy (odnosząc się bezpośrednio lub pośrednio do sytuacji politycznej). Niektóre seriale zyskują miano kultowych, ich produkcja trwa wiele lat [...], a spadek popularności rozpatrywany jest jako odbicie nastrojów społecznych (*Encyklopedia kina* 2003, s. 863-864).

Ta złożona definicja trafnie oddaje istotę seriali, odwołując się do formy, treści, produkcji i odbioru cyklicznych filmowych opowieści. Opatrywanie serialu przymiotnikiem „telewizyjny” ma kilkudziesięcioletnią tradycję, ale nie obejmuje jego genezy. Pierwsze serie filmowe oglądało się w kinie, a po stu latach medium ponownie się zmienia i obok telewizji to internet oraz platformy streamingowe stają się przestrzenią wypierającą telewizję jako głównego ich producenta i nadawcę. Ostatnia dekada przyniosła wiele zmian w formie i treści seriali fabularnych, jak również sposobach ich odbioru. I nie mam na myśli wyłącznie zmiany medium, choć ona w dużej mierze przyczyniła się do przeobrażeń odbiorczych zachowań. Dzisiaj nie trzeba już siadać przed odbiornikiem telewizyjnym o określonej godzinie, aby spotkać się z ulubionymi bohaterami, można robić to w dowolnym czasie i miejscu. „Uwolnienie” widza i seriali stało się jedną z przyczyn wzrostu popularności tej filmowej formy. „Oglądanie na żądanie”, czyli popularne VoD oraz platformy streamingowe (Netflix, HBO GO, Showmax czy

polskie Vod.pl, Ipla, Iplex, Player, CDA Premium) umożliwiają oglądanie na różnych urządzeniach – odbiornikach telewizyjnych, komputerach osobistych, konsolach wideo i urządzeniach mobilnych.

Jak pokazują wyniki internetowych badań ankietowych zrealizowanych wspólnie przez Mirosława Filiciaka (Uniwersytet SWPS) i Piotra Toczyskiego (Zespół Badań i Analiz Gazeta.pl.), oglądanie seriali deklaruje zdecydowana większość użytkowników internetu (1206 badanych z grupy liczącej 1303 osoby). Badanie prowadzone było w poprzedniej dekadzie, jeszcze przed ekspansją platform streamingowych (Netflix jest dostępny w Polsce od 2016 r.), więc znacząca większość ankietowanych (80%) deklaruwała, że serie ogląda zgodnie z telewizyjną ramówką programową. Jednakże zdecydowanie większa liczba młodych odbiorców do 24. roku życia (87%) ogląda serie w internecie, również poprzez „ściągnięcie z sieci” (co związane jest z łamaniem polskiego prawa) (Filiciak 2013, s. 224-225).

Według badań przeprowadzonych w kwietniu 2019 roku wśród 1500 internautów w wieku co najmniej 16 lat (dane zaczerpnięto z raportu mediowej agencji marketingowej Wavemaker) 15 mln polskich użytkowników internetu (64%) ogląda serie w serwisie Netflix i HBO GO, z czego najliczniejszą grupę stanowią osoby w wieku od 16 lat do 34 lat. Najpopularniejsze w Polsce są amerykańskie serie, które ogląda 68% badanych. Na drugim miejscu znalazły się serie polskiej produkcji (43%), a na trzecim brytyjskie (29%) (Majchrzyk 2019). Serie, które w dalszym ciągu stanowią stałą pozycję telewizyjnych ramówek, coraz śmielej wkraczają w sieciową przestrzeń, poszerzają grono widzów i zmieniają ich przyzwyczajenia odbiorcze. Serial internetowy w ogólnym, szerokim rozumieniu charakteryzuje utrzymana w stylistyce telewizyjnej seryjna treść, która jest produkowana w celu internetowej dystrybucji za pośrednictwem udostępniania plików wideo (*video sharing*), streamingu lub hostingu plików i oglądana w internetowej przeglądarce (Majek 2012). Istotę i specyfikę seryjnych produkcji internetowych, na podstawie dostępnej literatury oraz własnych badań, próbuje wyjaśnić, doprecyzować i skategoryzować Paweł Sołodki. Wśród najważniejszych cech seriali internetowych badacz wymienia ulokowanie ich w systemie konwergencji, interaktywność, partycypacyjność, nielinearność. Kategoria serialu internetowego jest stosunkowo szeroka i pojemna, obejmuje, poza produkowanymi przez Netflixa, Amazona, Hulu, również skromne nieprofesjonalne realizacje, często technicznie i formalnie niedoskonałe, publikowane najczęściej w serwisie YouTube. Jak pisze Sołodki, realizacje te pozwalają zmierzyć się ze skrótną formą, a przy okazji otrzymać natychmiastową reakcję zwrotną ze strony odbiorców. Rosną zatem nie tylko ich umiejętności w zakresie konstrukcji tekstu audiowizualnego, ale także promocji „produktu” w środowisku sieciowym, komunikacji z widownią za pomocą mediów społecznościowych itp. „Zdarza się także, iż niektóre autorskie projekty na tyle przypadają do gustu władarzom stacji telewizyjnych, że ci zatrudniają twórców,

prosząc ich o zaadaptowanie oryginalnego pomysłu na realizację telewizyjną: półgodzinną, opartą na historii lub będącą zbiorem gagów, formalnie bardziej dopracowaną” (Sołodki 2018, s. 37).

Istniejące rozumienie serialu telewizyjnego wydaje się zbyt wąskie i niewystarczające do określenia tego elementu kultury medialnej, a pojęcie serialu internetowego również nie do końca oddaje jego charakter. Przymiotnik „telewizyjny” bywa często pomijany bądź zastępowany innymi, takimi jak „filmowy”, „fabularny” czy „dokumentalny”, w zależności od rodzaju i tematyki serialu. W przypadku seriali fabularnych stosuje się również przymiotnikową formę nazw gatunków filmowych, na przykład serial kryminalny, komediowy, obyczajowy itp., a przymiotniki, które pomijają usytuowanie tej formy filmowej w telewizji czy internecie na rzecz wyróżnienia ich cech stylistyczno-narracyjnych są coraz częściej stosowane. Być może pojęcie serialu telewizyjnego, mimo że zawęża i nie oddaje w pełni istoty zjawiska, jako społecznie i kulturowo uwarunkowana kategoria jeszcze długo się utrzyma, również jako forma telewizyjna. Jak podkreśla Małgorzata Lisowska-Magdziarz, oglądanie telewizji jest ciągle najpopularniejszym sposobem korzystania z informacji i rozrywki, więc prawdopodobnie internet nie zastąpi telewizji.

Niewątpliwie natomiast zmiany związane z upowszechnieniem mediów interaktywnych i z konwergencją wymagają od telewizji środków dostosowawczych. Neoseriale to jedno z kół ratunkowych dla telewizji; część szerszego zjawiska, zwanego *quality tv*, telewizją jakościową – wysiłku telewizji na rzecz przyciągnięcia najzamożniejszych i najlepiej wykształconych grup docelowych, a jednocześnie zachowania kulturalnej i społecznej istotności (Lisowska-Magdziarz 2016, s. 2).

Nowe zachowania odbiorcze

Pod koniec ubiegłego wieku Wiesław Godzic w opracowaniu poświęconym zmieniającej się kulturze audiowizualnej zastanawiał się nad problemem widza i sytuacji odbiorczej. Rozważania autora dotyczyły widza filmowego i jego przemiany w odbiorcę komunikowania audiowizualnego, „głównie typu elektronicznego” w przestrzeni współczesnej kultury audiowizualnej. Oś konstrukcyjną rozważań stanowiła kategoria przyjemności, zwłaszcza przyjemności konsumowania telewizji oraz kina. Ciekawa wydaje się opozycja w postrzeganiu statusu widza filmowego i telewizyjnego. Autor zwracał uwagę na różnice, a nawet konflikty w doświadczeniach percepcyjnych widza kinowego i telewizyjnego (Godzic 1996). Ponad dwadzieścia lat później w rozważaniach na temat zmian zachodzących w kulturze audiowizualnej należałoby uwzględnić doświadczenia widza „multimedialnego”, „sieciowego”, „cyfrowego” – widza nowych seriali realizowanych w pierwszych dekadach XXI wieku.

Małgorzata Lisowska-Magdziarz, odpowiadając na pytanie: „kim jest idealny projektowany widz neoserialu?”, pisze:

To ktoś, kto wcale nie być musi telewidzem, bo ma do dyspozycji rozmaite media i narzędzia komunikowania, rozległy repertuar produktów przemysłu kulturowego, olbrzymią sferę rzeczy do skonsumowania. Stałe przebywanie w świecie mediów sprawiło, że jest krytyczny, wybredny, biegły i kompetentny w poszukiwaniu wiedzy o interesującej go ofercie. Potrafi, jeśli tylko ma na to ochotę, uczestniczyć także w zbiorowym komentowaniu, recenzowaniu, ocenie tej oferty, a nawet kreować i wprowadzać do obiegu własną twórczość. Nie znaczy to, że zawsze jest aż tak aktywnym współuczestnikiem procesów komunikacyjnych. Nie zawsze interesuje go współtworzenie treści kultury medialnej (Lisowska-Magdziarz 2016, s. 2-3).

Autorka zwraca uwagę, że nowe serie adresowane są do wykształconych, kompetentnych, stosunkowo zamożnych odbiorców, którzy nie traktują ich jak bezmyślnej rozrywki czy formy eskapizmu. Przyjemność oglądania wiąże się między innymi z treściami kontrkulturowymi, naruszającymi normy społeczne czy obyczajowe tabu, jak również z serialową formą przełamującą gatunki oraz procesami tworzenia, komunikacji i autoekspresji (Lisowska-Magdziarz 2016).

Współczesny widz, oglądający serie poza ramówką telewizyjną, zwykle na własnym urządzeniu, czasem kilka odcinków pod rząd lub nawet serię w całości, łączy model oglądania telewizyjnego i kinowego, którego rozróżnienie obowiązywało jeszcze w ubiegłym wieku (Godzic 1996). Odbiór serialu może przypominać doświadczenie widza kinowego – skupione oglądanie z wyboru, w bezruchu, często w ciemności, bez zmieniania kanałów i zanurzania się w telewizyjnym przekazie strumieniowym. Ponadto wielkość telewizyjnych ekranów oraz wysoka jakość obrazu zbliżają recepcję serialu do recepcji kinowej (Lisowska-Magdziarz 2016). Poza tym oglądanie seriali (zwłaszcza na niewielkim ekranie laptopa, tabletu czy smartfona) jest czymś na kształt intymnego kontaktu z książką, kiedy tak, jak podczas czytania powieści, od której nie sposób się oderwać, odbiorca skupia się na fabule podzielonej na odcinki czy rozdziały. Popularność seriali wiąże się z potrzebą opowieści – jej słuchania, czytania, oglądania, czyniąc je jedną z ważniejszych narracji XXI wieku. „Dlaczego przestaliśmy czytać?” – to pytanie zadają literaturoznawcy w zbiorowym opracowaniu *Czas seriali*, poświęconym medialnym i społecznym uwikłaniom narracji w odcinkach. Młodzi badacze w analizach różnych obszarów serialowego dyskursu, bohaterów, struktur i tematów oraz seriali społecznie zaangażowanych i angażujących próbują przyjrzeć się nowej regule świata, „który nie czyta, ale ogląda” (*Czas seriali* 2013).

Ze wzrostem popularności seriali wiąże się zjawisko ich kompulsywnego oglądania, czyli tak zwanego binge-watching, polegające na oglądaniu wielu odcinków serialu z rzędu, a nawet całych serii, liczących od kilku do kilkunastu odcinków, zamieszczanych w całości przez nadawców na platformie streamingowej. To względnie nowe zjawisko, które pojawiło się wraz z powstaniem internetowych platform strumieniowych, związane jest z rozwojem zaawansowanych technologii i stosunkowo niskimi kosztami, jakie ponoszą odbiorcy. Medialne maratony zapoczątkował w 2013 roku Netflix, emitując

jednocześnie wszystkie odcinki kolejnych serii *House of Cards* (2013-2018). Rozwój Netflixu jako nadawcy i producenta zmienił sposób, w jaki seriale oraz filmy są dziś realizowane, produkowane i odbierane. Ponadto działania oraz praktyki odbioru platform streamingowych zwane „efektem Netflixu” stały się przedmiotem badań naukowych i refleksji publicystycznych (Roxborough 2014; Lehrer 2014; Pittman, Sheehan 2015; Jenner 2015). Celem licznych analiz naukowych jest poznanie zarówno indywidualnych, jak i społecznych przyczyn przemian zachowań odbiorczych. Jak wynika z badań, najważniejszymi czynnikami skłaniającymi do „pożerania” seriali są: zaangażowanie (w fabułę), relaks, rozrywka, przyjemność i relacje społeczne. Badani twierdzili, że oglądanie typu binge-watching, które angażuje ich w fabułę oraz losy postaci, jest ekscytujące i bardziej atrakcyjne niż dotychczasowe praktyki odbiorcze. Właśnie czynnik zaangażowania okazał się najistotniejszy w badaniu częstotliwości oglądania: im bardziej widzów angażuje fabuła i postaci, tym częściej będą oglądać, natomiast motywacje do binge-watchingu w celach rozrywkowych lub relaksacyjnych były znacznie słabsze. „Pożeranie” seriali staje się coraz bardziej popularne, ludzie poświęcają więcej czasu na oglądanie, dzięki czemu są w stanie śledzić bardziej skomplikowane fabuły i rozwój postaci. Jednakże bingowanie, które kojarzy się przede wszystkim z „obżarstwem” i uzależnieniem medialnym, sytuuje się między przyjemnością i winą, ma więc dość negatywne konotacje i dlatego w przyszłości termin może zostać zastąpiony lepiej kojarzącym się „maratonem medialnym”. Wiedza o czynnikach wpływających na różne rodzaje binge-watchingu od konsekwentnego oglądania w pojedynkę po planowane oglądanie wspólnie z innymi, jak uważają autorzy badań, może rzucić nieco światła na zjawisko, które stało się dziś bardzo popularnym trendem (Pittman, Sheehan 2015).

Również w Polsce przeprowadzono w 2015 roku internetowe badania ankietowe w grupie 217 osób, których celem było poznanie okoliczności i motywacji do binge-watchingu. Jak wykazały badania, ten sposób oglądania seriali preferują osoby młode z pokolenia Y, czyli urodzone między 1980 a 2000 rokiem, zwane także „pokoleniem cyfrowym” ze względu na aktywne korzystanie z technologii i mediów cyfrowych (Karasińska 2016, s. 58). Widzowie w wieku od 18 do 35 lat deklarowali, że głównymi motywacjami do długotrwałego oglądania seriali jest możliwość uczenia się języków obcych, poznawanie rozmaitych kontekstów kulturowych, przeżywanie emocji i relaks. Ponad 40% serialowych maratończyków stanowiły osoby w wieku 18-24 lat, około 43% to widzowie w wieku 25-34 lata. Największe skłonności do tego typu odbioru wykazują osoby zajęte poszukiwaniem pracy, awansem zawodowym, zarabianiem pieniędzy. Natomiast starsi serialowi maratończycy to osoby nowoczesne, swobodnie i często korzystające z internetu. Wyniki badań wskazują, że kompulsywny odbiór seriali dotyczy mieszkańców wielkich miast z wyższym wykształceniem, głównie kobiet, jednakże mimo

że widownia seriali jest sfeminizowana, to „preferencje dotyczące gatunków i sposobów użytkowania seriali zależne są bardziej od wieku niż od płci” (Karasińska 2016, s. 59).

Zjawisko binge-watchingu jest również analizowane jako określona reguła odbiorcza związana ze społecznością fanowską, odbiorem „kultowych” seriali i „telewizją jakościową” (quality TV). Mareike Jenner rozpatruje binge-watching jako wypadkową produkcji, odbioru i zawartości oglądanych treści pod kątem zagadnień, które dominują we współczesnym krajobrazie medialnym. Badaczka bierze pod uwagę takie czynniki, jak rozwój technologiczny, dyskursy fanowskie, fandomowe praktyki medialne, zmiany w konstrukcji telewizji (quality TV) oraz rozwijający się przemysł wideo na żądanie (Jenner 2015).

Serial jako zjawisko społeczne, kulturowe i edukacyjne

Polskie seriale telewizyjne, telenowele czy telesagi są tematem omawianym w licznych opracowaniach (Kisielewska 2009; Łaciak 2013; Arcimowicz 2013). Ich autorzy dokonują badawczej refleksji z wykorzystaniem rozmaitych perspektyw – filmoznawczych, medioznawczych, socjologicznych, rzadziej pedagogicznych. Beata Łaciak w przywoływanej już wcześniej książce wnikliwie śledzi stan badań nad serialami, by następnie przejść do socjologicznej analizy kwestii społecznych w serialowych przekazach oraz analizy ich odbioru. Badaczka objęła badaniami kilkanaście polskich seriali obyczajowych z różnych stacji telewizyjnych, które skonfrontowała z wywiadami prowadzonymi z ich widzami. Bogaty materiał badawczy został skategoryzowany według określonych zagadnień społecznych. Autorka omawia serialowy wizerunek społeczeństwa i jego strukturę społeczną wraz z kategoriami społeczno-zawodowymi, wyodrębnia stare i nowe problemy społeczne, przedstawia serialowe dyskursy o kwestiach drażliwych oraz bada obecność aktualnych kwestii społecznych. Przeprowadzone badania wyraźnie potwierdziły teorie innych badaczy, że seriale są przestrzenią, w której objawiają się kulturowe mity (Kisielewska 2009).

Analizowane seriale można potraktować nie tylko jako zbiór zmityzowanych wyobrażeń, ale także jako formę reprezentacji i problemów współczesnego społeczeństwa polskiego [...]. W polskich serialach obyczajowych można dostrzec niemal wszystkie aktualne problemy społeczne, takie jak: różne formy przestępczości, alkoholizm, narkomania, uzależnienie od hazardu, przemoc domową, molestowanie seksualne w pracy, AIDS, prostytutkę, bezdomność itp. Sposób ich prezentowania budzi wiele wątpliwości, ale także dobór problemów wydaje się dość specyficzny. Główne postacie zwykle uwikłane są w sytuacje mające posmak sensacyjności, rzadziej występujące, nowe, dopiero przebijające się do świadomości społecznej, jak molestowanie seksualne czy uzależnienie od hazardu. Problemy najbardziej powszechne czy też najbardziej dotkliwe, jak bezrobocie czy ubóstwo, pojawiają się zdecydowanie rzadziej i raczej w odniesieniu do bohaterów epizodycznych czy drugoplanowych (Łaciak 2013, s. 382).

Badaczka zwraca uwagę, że seriale produkowane przez różne stacje i kierowane do zróżnicowanej widowni prezentują wątki społeczne w bardzo podobny sposób, co wynika, jej zdaniem, ze specyficznej politycznej poprawności, a co za tym idzie, określonych ideologicznych uwarunkowań. Czyli problemy i ważne kwestie społeczne prezentuje się w sposób, który na zasadzie niepisanej umowy uznaje się za właściwy i bezpieczny, bo nienaruszający społecznego *status quo*. Ta polityczna poprawność dotyczy głównie relacji społecznych, Kościoła i religii, aborcji, związków homoseksualnych oraz klasy politycznej (Łaciak 2013, s. 387).

Seriale fabularne nie są oparte wyłącznie na fikcji, ale dostarczają istotnych informacji o rzeczywistości, pomagają ją regulować i zrozumieć. „Dlatego serial staje się dziś faktem społecznym, a jego oglądanie elementem codziennych praktyk społecznych widzów” (Sokołowski 2011, s. 188). Seriale stanowią formę produktu medialnego zależnego od widzów, ich wyborów, preferencji i gustów. Kryterium oglądalności wymusza określoną strategię ze strony producentów, ale zakłada też istnienie aktywnej i krytycznej publiczności, do której kierowana jest serialowa oferta (Sokołowski 2011, s. 189). Kategorie „strategia” i „taktyka” to pojęcia kluczowe dla koncepcji praktyk życia codziennego Michela de Certeau, na której Łukasz Sokołowski oparł rozważania dotyczące serialu jako elementu praktyk społecznych (Certeau 2008). Wśród praktyk społecznych związanych z serialami autor wyróżnia gry pomiędzy producentem a konsumentem, nadawcą a odbiorcą, praktyki logowania i czytania serialu, praktyki ruchu i towarzyskości oraz praktyki dyskursywnej rozbudowy odbieranych znaczeń. Analiza tych zagadnień miała na celu zdobycie wiedzy na temat tego, co widzowie robią z treścią seriali w praktyce życia codziennego (Sokołowski 2011).

Tematykę seriali telewizyjnych refleksji badawczej poddaje Alicja Kisielewska (2009; 2016). Autorkę interesują seriale jako wspólnoty symboliczne, a zwłaszcza bohaterowie seriali, którzy uosabiają „mity telewizyjne wpisane w szerszy symboliczny proces telewizyjnych mitologii” (Kisielewska 2016, s. 92).

Seriale ujmowane jako opowieści telewizyjne mają szczególne mitotwórcze właściwości, ponieważ dostarczają widzom przykłady etosu we współczesnym świecie, wzory postaw stanowiące punkty odniesienia do rzeczywistych relacji międzyludzkich, a także wiarę w jakiś totalny sens wyrażającą się na przykład w przekonaniu o konieczności happy endu. Mitotwórcze cechy opowiadań telewizyjnych wiążą się także z nieuchwytnością postaci narratora, który może się kojarzyć z jakąś „siłą wyższą” niejako odgórnie dającą widzom daną opowieść (Kisielewska 2016, s. 92-93).

Analiza seriali amerykańskich i polskich przełomu XX i XXI wieku dokonana przez Kisielewską wykazała, że widzowie wybierają seriale, które wpisują ich w określoną wspólnotę symboliczną i pozwalają utożsamiać się z bohaterami prezentującymi ponowoczesne mity, takie jak mit profesjonalisty, mit wyzwolonej kobiety

i mit emancypacyjny – mity ilustrujące realizację osobistych pragnień i aspiracji. Jak podkreśla badaczka, postacie kobiet z polskich seriali nie obrazują już mitu Matki Polki – żony i matki; w polskich telenowelach i telesagach mamy bowiem do czynienia z dekonstrukcją tradycyjnego wyobrażenia kobiecości i ukazywania kobiety wyłącznie w roli strażniczki domowego ogniska. Jednakże bohaterki polskich seriali nie są jeszcze tak wyzwolone seksualnie jak postacie kobiet w serialach amerykańskich. „Bohaterki polskich telesag są wykształcone, pracują zawodowo, a poza tym perfekcyjnie zajmują się domem” (Kisielewska 2016, s. 104).

Problematyka seriali pojawia się, choć rzadziej, również w badaniach pedagogicznych. Przypadkiem telenoweli i analizą jej świata przedstawionego zajmowała się Jadwiga Kwiek w pracy *Telenowela a edukacja. Studium psychopedagogiczne* (Kwiek 2005). O edukacyjnej roli seriali telewizyjnych i obecności w nich wątków baśniowych wspomina Izabela Symonowicz-Jabłońska. „Telenowela, podobnie jak baśń, dostarcza modeli świata zrozumiałego, przewidywalnego i bezpiecznego. Daje nadzieję zawartą w szczęśliwym zakończeniu, wreszcie odnajdujemy w niej porządkujące elementy baśni, wyrażające się w sprawiedliwym nagradzaniu dobra i karaniu zła” (Symonowicz-Jabłońska 2016, s. 145). Pedagogiczna refleksja nad serialowymi fabułami służy ukazaniu ich treści jako narzędzia edukacyjnego oraz społecznego wytworu odbijającego sposoby funkcjonowania człowieka w społeczeństwie. W opinii Witolda Jakubowskiego telewizyjne seriale i telenowełe stanowią ważny element kultury popularnej, które mają szczególny edukacyjny wymiar. W poddanych analizie polskich serialach (*Klan, Plebania, Na dobre i na złe*) autor odnajduje następujące dyskursy: rodzinny, wartości, sukcesu, międzykulturowy, poradnikowy, które, jak przekonuje, składają się na obszar „ukrytej” edukacji obecnej w mediach. Na podstawie opinii internautów oglądających omawiane seriale badacz wnioskuje, że ukazywane w serialach problemy codziennego życia pomagają w przewycięzaniu trudności życiowych i są wzorcem do naśladowania w trakcie radzenia sobie z własnymi trudnymi sytuacjami (Jakubowski 2006, s. 131). Seriale rozpatrywane z perspektywy pedagogicznej (również andragogicznej i geragogicznej) dostarczają przykładów oraz wzorów zachowań, służąc kreowaniu własnej tożsamości człowieka i zaspokajaniu potrzeby wspólnotowości, zapewniają widzom zarówno indywidualne doświadczenia, jak i doświadczanie wartości podzielanych kulturowo, które są usytuowane w szerszym porządku społecznym. Przykładem takiego serialu opowiadającego o jesieni życia jest *Grace i Frankie* emitowany od 2015 roku w serwisie internetowym Netflix.

Grace i Frankie – tytułowe bohaterki amerykańskiego serialu wraz z aktorkami odtwarzającymi te role – Jane Fonda i Lili Tomlin stały się ikonami pozytywnego starzenia i walki z nieobecnością starych kobiet w przestrzeni społecznej i medialnej, jak również kampanii przeciw dyskryminacji i wykluczeniu kulturowemu oraz godnościowemu osób starszych (Konieczna 2017, s. 31).

Serial ten jest przykładem realizacji mitu wyzwolonej kobiety i mitu emancypacyjnego kobiet, które w podeszłym wieku są zmuszone walczyć o swoje prawa i godność.

Zakończenie

Piśmiennictwo obejmujące tematykę seriali telewizyjnych, filmowych, fabularnych, telenowel i telesag jest niezwykle bogate. Przywołane w artykule badania i rozważania medioznawców (Godzic 1997; Creeber 2004; Lisowska-Magdziarz 2016; Kisielevska 2009; 2016; Filiciak, Giza 2011; Jenner 2015; Pittman, Sheehan 2015; Sołodki 2018), socjologów (Łaciak 2013; Sokołowski 2012), literaturoznawców (*Czas seriali* 2013) czy pedagogów (Kwiek 2005; Jakubowski 2006) świadczą nie tylko o popularności zagadnień związanych z produkcją, zawartością i odbiorem seriali, ale również o ich roli w kulturze medialnej oraz znaczeniu w opisywaniu rzeczywistości społecznej na początku XXI wieku. Współczesne seriele fabularne, jak wynika z analizy poświęconej im literatury, spełniają wiele istotnych funkcji. Z jednej strony stanowią źródło zmityzowanych wyobrażeń, z drugiej zaś odzwierciedlają aktualne problemy współczesnego społeczeństwa oraz pomagają zrozumieć rzeczywistość, jak również mogą stanowić przestrzeń incydentalnej, nietradycyjnej edukacji dorosłych (Lucio-Villegas 2016). „Przekazy serialowe pełnią też ważne dla wspólnoty funkcje – poznawczą (mały realizm), integracyjną (wobec różnych warstw społecznych, zróżnicowań środowiskowych, pokoleniowych, odmiennych doświadczeń) wzorotwórczą (moc kształtowania wzorów postaw i zachowań społecznych, etycznych, emocjonalnych)” (Hopfinger 2010, s. 239). Jak podkreślają badacze, oglądanie seriali stanowi dziś element codziennych praktyk społecznych (Sokołowski 2011). Zaangażowanie widzów w serialową fabułę oraz losy postaci przyczynia się do „pożerania” seriali (binge-watching); maratony medialne zaspokajają też potrzebę relaksu, rozrywki, przyjemności czy relacji społecznych (Jenner 2015).

Nie ulega wątpliwości, że refleksja badawcza dotycząca tej tematyki powinna być aktualizowana, bo zmieniają się same seriele zarówno pod względem treści, jak i formy, zmianom ulegają praktyki producentów, nadawców i odbiorców. Badania sprzed kilkunastu czy nawet kilku lat wymagają weryfikacji wskutek przemian społeczno-kulturowych i nowych praktyk odbiorczych. Nieustanna gra pomiędzy producentem, nadawcą i odbiorcą nie pozostaje bez wpływu na treść i estetykę realizowanych seriali, a także na zachowania odbiorcze. Producenci i nadawcy medialni nie tylko zaspokajają potrzeby widzów, ale przede wszystkim je konstruują, kreując model idealnego widza, który coraz częściej swój wolny czas poświęca na oglądanie intrygującej serialowej fabuły. Ponadto nieustający rozwój technologiczny, powszechna dostępność mediów,

platform internetowych i urządzeń cyfrowych sprawia, że badania relatywnie szybko się dezaktualizują.

Treść artykułu obejmuje wybraną refleksję badawczą poświęconą serialom i ich recepcji. Przegląd najnowszej literatury uwzględniający interdyscyplinarne badania nad serialami i ich recepcją wykazał, że brakuje badań pedagogicznych, a zwłaszcza dyskursu andragogicznego ukierunkowanego na analizę tego dynamicznie zmieniającego się obszaru kultury medialnej, który, według przytoczonych na wstępie słów Olgi Tokarczuk, stara się „dopasować opowieści do nowej rzeczywistości” (Tokarczuk 2019, s. 8).

Bibliografia

- Arcimowicz K. (2013), *Dyskursy o płci i rodzinie w polskich telesagach*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa.
- Certeau M. (2008), *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, tłum. Katarzyna Thiel-Jańczuk, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Creeber G. (2004), *Serial Televison. Big Drama on the Small Screen*, BFI Publishing, London.
- Czas seriali* (2013), (red.) Szczepanek A., Wojciechowska S., Buśko P., Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk.
- Encyklopedia kina* (2003), (red.) Lubelski T. Biały Kruk, Kraków.
- Filiciak M. (2013), *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*, Wydawnictwo Naukowe Katedra, Gdańsk.
- Filiciak M., Giza B. (2011), (red.) *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widowia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Fiske J. (1987), *Television Culture*, Methuen, London.
- Godzic W. (1996), *Oglądanie i inne przyjemności kultury popularnej*, Universitas, Kraków.
- Godzic W. (2004), *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków.
- Hopfinger M. (2010), *Literatura i media po 1989 roku*, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Jakubowski W. (2006), *Edukacja w świecie kultury popularnej*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.
- Jenner M. (2015), *Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom*. International Journal of Cultural Studies. Volume: 20 issue: 3, page(s): 304-320. <https://arro.anglia.ac.uk/578784/1/Binge-Watching%20Video-on-Demand%2C%20Quality%20TV%20and%20Mainstreaming%20Fandom.pdf>, 25.02.2020.
- Karasińska A. (2016), *Pomiędzy ramówką a serialowym obzarstwem. Jak Polacy oglądają seriale?*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków, t. 59, nr 1 (225), doi: 10.4467/2299-6362PZ.16.004.5181 www.ejournals.eu/Zeszyty-Prasoznawcze, s. 51-63.
- Kisielewska A. (2009), *Polskie tele-sagi – mitologie rodzinności*, Rabid, Kraków.
- Kisielewska A. (2016), *Seriale telewizyjne jako wspólnoty symboliczne*, „IDEA – Studia nad Strukturą i Rozwojem Pojęć Filozoficznych” XXVIII/2, Białystok, s. 91-106.
- Konieczna E. (2017), *...a w sercu ciągle maj. Serial „Grace i Frankie” jako afirmacja (po)godnej jesieni życia*, *Oczekiwana Starość*. Exlibris Biblioteki Gerontologii Społecznej, 2(14), s. 30-39.
- Kwiek J. (2005), *Telenowela a edukacja. Studium psychopedagogiczne*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.

- Lehrer E. (2014), *The Netflix effect*. Weekly Standard, volume 19, number 24 (3 March), <https://www.washingtonexaminer.com/weekly-standard/the-netflix-effect>, 25.02.2020.
- Lisowska-Magdziarz M. (2008), *Media powszechne. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Lisowska-Magdziarz M. (2016), *Od redaktora: seriale – nowa jakość czy stare w nowej odsłonie?*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków, t. 59, nr 1 (225), s. 1-15, doi: 10.4467/2299-6362PZ.16.001.5178 www.ejournals.eu/Zeszyty-Prasoznawcze/.
- Lucio-Villegas E. (2016), *Like a rolling stone: non-traditional spaces of adult education*, European Journal for Research on the Education and Learning of Adults 7(1), s. 75-88, doi:10.3384/rela.2000-7426.rela9078, http://www.rela.ep.liu.se/issues/10.3384_rela.2000-7426.201671/06_rela_9078.pdf.
- Łaciak B. (2013), *Kwestie społeczne w polskich serialach obyczajowych – prezentacje i odbiór. Analiza socjologiczna*, Wydawnictwo Akademickie Żak, Warszawa.
- Majchrzyk Ł. (2019), *Już 15 mln Polaków ogląda seriale w serwisach VOD*, <https://mobirank.pl/2019/07/28/juz-15-mln-polakow-oglada-seriale-w-serwisach-vod/>, 19.02.2020.
- Majek D. (2012), *Webtelevision, Webseries and Webcasting. Case studies in the Organization and Distribution of Television-style*, Content Produced Online, <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:552122/FULLTEXT02>, 26.02.2020.
- Mittell J. (2009), *Television and American Cultur*, Oxford Univerisiyt Press, New York.
- Nowicki P. (2006), *Co to jest telenowela?*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa.
- Pittman M., Sheehan K. (2015), *Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix*, <https://firstmonday.org/article/view/6138/4999>, 24.02.2020.
- Roxborough S. (2014), *Despite Netflix effect, foreign networks prefer to wait for series*, Hollywood Reporter (20 February), <https://www.hollywoodreporter.com/news/netflix-effect-foreign-networks-prefer-681928>, 25.02.2020.
- Smith C. (2014), *The Netflix effect: How binge watching is changing television*, „TechRadar (16 January), at <http://www.techradar.com/us/news/internet/the-netflix-effect-how-binge-watching-is-changing-television-1215808>, 28.09.2015.
- Sokołowski Ł. (2011), *Serial jako element praktyk społecznych*, „Kultura i Społeczeństwo”, rok LV, nr 2-3, s. 187-208.
- Sołodki P. (2018), *Serial internetowy – notatki o zjawisku*, „Panoptikum”, 20, s. 33-46, <https://doi.org/10.26881/pan.2018.20.02>. PDF.
- Symonowicz-Jabłońska I. (2016), *Baśniowość w kulturze popularnej jako wyzwanie edukacyjne*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń.
- Tokarczuk O. (2019), *Czuły narrator. Przemowa noblowska Olgi Tokarczuk*, The Nobel Foundation, PDF.