

OD REDAKTORA: SERIALE – NOWA JAKOŚĆ CZY STARE W NOWEJ ODSŁONIE?

MAŁGORZATA LISOWSKA-MAGDZIARZ

Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej
Uniwersytet Jagielloński, Kraków

ABSTRACT

The TV Series: The New Quality or Nothing New Whatsoever? Introduction

The article is an attempt to define the quality tv series and to identify the differences between the neo-series and more traditional syndicated tv production. The author analyzes the narrative structures, aesthetics, formal complexity and the topics of the quality series while situating them within the context of the contemporary televisual apparatus. She also points to the connections between the new tv series and the technological changes within the mass media communication (interactivity and mobility in particular), the media convergence, the evolution of the producer – receiver relationships leading to the participatory model of the media use, and the change in the media protocols.

Keywords: quality tv series, narrative, aesthetics, televisual apparatus, interactivity, mobility, participation, media protocols

W tym numerze Zeszytów Prasoznawczych interesują nas nowe seriale i powstające wokół nich teksty odbiorcze, praktyki społeczne, protokoły medialne i interpretacje.

Telewizja w kulturze konwergencji

„Nowe” seriale w ujęciu niniejszego zbioru to takie, które w sferze produkcji, nadawania i odbioru przekraczają granice pomiędzy telewizją a sztuką filmową,

✉ Adres do korespondencji: – Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ; ul. Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków; malgorzata.lisowska-magdziarz@uj.edu.pl

a jednocześnie wykorzystują możliwości, jakie dla tworzenia i rozpowszechniania produktów medialnych stwarzają procesy medialnej konwergencji.

Seriale, analizę których podejmujemy w niniejszym zbiorze, są korelatem zasadniczych zmian w kulturalnej i społecznej sytuacji telewizji w pierwszych dekadach XXI wieku. Zmiany te przyniósł powszechny dostęp ludzi do mediów interaktywnych oraz zachodząca w związku z rozwojem tych mediów konwergencja – upodobnianie się i wzajemne przejmowanie funkcji pomiędzy różnymi środkami komunikowania masowego, tak w obszarze technologii, zawartości, jak modeli nadawania i odbioru. Telewizja, do niedawna największe medium masowe, musi się dzisiaj liczyć z fragmentacją audytoriów i niezależnością widzów, oraz z ich odpływem do Internetu. Zasadniczo, o ile oglądanie telewizji pozostaje zjawiskiem masowym, o tyle idea masowego odbioru jakiegokolwiek konkretnego programu telewizyjnego przez ludzi zgromadzonych przed odbiornikami w jednym czasie stała się niemal niemożliwa do zrealizowania. Nadmiar treści dostępnych we wszystkich mediach sprawia, że ludzie indywidualnie i autonomicznie konstruuja strategie doboru własnych repertuarów medialnych. Ich użytkowanie ma charakter krytyczny i coraz bardziej indywidualny. Część audytoriów, zamiast biernego odbioru, wybiera partycypacyjny model użytkowania produktów medialnych.

Zmiany są tak ogromne, że wielu badaczy nie waha się wysuwać tezy, iż doprowadzą one do zmięczenia czy końca telewizji, lub też wyewoluowania jej w jakąś formę, którą nazwać trzeba będzie „posttelewizją” czy „kompuwizją” (Jakubowicz 2011, s. 33 i n.). Należy jednak pamiętać, że dotychczas nie spełniły się żadne katastroficzne prognozy co do wyparcia jakiegoś środka komunikowania zbiorowego, zwłaszcza gdy zdążył on już przybrać masowy wymiar, przez inne medium. Kino nie zabiło teatru, telewizja nie zakończyła życia kina ani książki, nawet mechaniczna reprodukcja muzyki nie oznacza unieważnienia koncertów muzycznych na żywo – wprost przeciwnie, doprowadziła do ich większej kulturalnej wagi i odbiorczego zasięgu. Nie należy się więc spodziewać, żeby Internet unieważnił telewizję. Wciąż jeszcze jej oglądanie jest najpowszechniejszym sposobem uczestniczenia w światowym obiegu informacji i rozrywki. 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.

Nowy odbiorca nowej telewizji

Kim jest idealny projektowany widz neoserialu? 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. W kulturze partycypacji biegłość w wytwarzaniu i wprowadzaniu do obrotu własnych treści staje się jednak wartością coraz bardziej poszukiwaną, społecznie docenianą, dającą prestiż i uznanie. Nawet gdy indywidualny użytkownik mediów jest „tylko” widz, słuchacz, czytelnikiem, obeznanie z mediami i bogaty kapitał kulturalny czynią zeń odbiorcę wymagającego, krytycznego i nastawionego na potwierdzenie własnego statusu i kompetencji. Eksploracja rynku i poszukiwanie komunikacji z innymi użytkownikami stały się w związku z tym *modus operandi*, rodzajem domyślnego protokołu użytkownika. Trzeba przy tym pamiętać, że nasza opowieść rozgrywa się w zarządzanym wartościami hedonistycznymi społeczeństwie konsumpcyjnym. Kultura 2.0 – kultura konwergencji – kultura nadmiaru służy odbiorcom przede wszystkim do zaspokajania potrzeb zabawy i przyjemności. Dla kompetentnych, wykształconych, względnie zamożnych, nastawionych na samorealizację konsumentów nie muszą to być przyjemności związane z bezmyślną rozrywką czy eskapizmem. Są to także przyjemności tworzenia, komunikacji, swobodnej autoekspresji, a czasem naruszania rozmaitych norm, tabu, nakazów i zakazów życia społecznego czy reinterpretacji i testowania granic gatunków, tekstów, dyskursów.

Telewizja masowa, transakcyjna, zjawiskowa?

Nie wszyscy użytkownicy mediów mają takie nastawienie, i nie wszystkie media zawsze realizują tego typu potrzeby. W nowej sytuacji media muszą zadbać o potrzeby zarówno biernych *couch potatoes*, jak aktywnych użytkowników poszukujących stymulacji intelektualnej i potwierdzenia swojego wysokiego kulturalnego statusu.

Mamy więc dziś do czynienia nie z całkowicie nową telewizją, lecz ze współistnieniem obok siebie (i nakładaniem się w doświadczeniu wielu widzów) telewizji masowej i telewizji opartej na modelu wydawniczym (czy – jak mówią inni – transakcyjnym). Ta pierwsza nadaje treści przeznaczone dla wielkich audytoriów, projektowanych jako niezróżnicowane wewnętrznie i nastawione na poszukiwanie rozrywki i prostej informacji. Telewizja taka wciąż jeszcze odbierana jest przede wszystkim w kontekście domowo-rodzinnym, wpleciona zatem w sieć codziennych interakcji i rytmy życia codziennego oraz oparta na powtarzalnej i przewidywalnej ramówce. Nastawiona jest ona na pielęgnowanie lojalności widza nakierowanej nie tyle na oglądanie konkretnych, wybranych programów,

ile na sam proces nieustannego odbioru formułowych, łatwych do przyswojenia, strumieniowo nadawanych treści. Telewizja wydawnicza kieruje zaś ofertę do wąskich audytoriów o wyspecjalizowanych i/lub niszowych gustach, poszukujących nie tyle powtarzalności i bezpieczeństwa, co oryginalności i różnicy. Ten model telewizji nie wymaga ramówki. Technologia pozwala tu kompetentnym widzom na kontrolę nad doświadczeniem programu telewizyjnego – sami decydują oni o miejscu i czasie odbioru, ilości konsumowanego naraz materiału, liczbie jego powtórzeń, wreszcie – nośniku, na jakim treści telewizyjne będą odbierane.

Współlistnienie obok siebie dwóch modeli korzystania z telewizji ponownie zwróciło uwagę opinii publicznej i badaczy na problematykę oceny kulturalnego i społecznego znaczenia tego wszechobecnego medium masowego. Telewizja masowa spotyka się z pogardą (dość chyba zasłużoną) uczestników kultury wyposażonych w bardziej zaawansowany habitus. Dorobiła się opinii medium prymitywnego i tabloidyżowanego. Przeznaczona ma być dla audytoriów nie tylko niezbyt myślących, lecz także (skoro żyjemy w świecie, w którym wykształcenie, status społeczny i majątek w jednym stoją domu) uboższych, mniej atrakcyjnych dla przemysłu reklamowego. Publiczność ta ma niewiele do powiedzenia, gdy chodzi o kształtowanie kultury, może być za to łatwa do manipulacji, zarówno merkantylnej, jak politycznej. Telewizja jakościowa (jak i w ogóle tzw. *quality media*) ma natomiast być „telewizją myślącego człowieka” – kulturowo kompetentnego, krytycznego, samodzielnego w swych wyborach zarówno konsumpcyjnych, jak estetycznych czy politycznych. Nie trzeba długiego myślenia, żeby zauważyć, że wartościowanie dobra/zła telewizja nie musi się pokrywać z masowością czy elitarnością użytkowania medium i projektowania dla niego treści (Cardwell 2011, s. 129–150), warto jednak zwrócić uwagę, że takie rozumienie telewizji jakościowej nie wyklucza masowego zasięgu niektórych jej materiałów. Wielość zindywidualizowanych i fragmentarycznych modeli użytkowania telewizji przekłada się na coś, co amerykańska badaczka Amanda Lotz proponuje nazwać *phenomenal television* (Lotz 2001, s. 98) (polskie tłumaczenie „telewizja zjawiskowa” zapewne się utrwali, choć semantycznie jest mylące). Telewizja zjawiskowa oddziałuje poprzez powtarzalność i związaną z tym popularność poruszanych w niej tematów, toposów, postaci, ważnych pytań. W ten sposób określone zagadnienia, a także rozwiązania narracyjne czy estetyczne, gatunki i subgatunki, interpretacje i sposoby odbioru, zyskują masową widzialność i szeroką widownię pomimo stosunkowo wąskiego audytorium poszczególnych treści. Telewizja w ten sposób wciąż jest masowa, choć poszczególne jej *quality products* mogą mieć stosunkowo elitarny charakter. Warto zwrócić uwagę na potencjał tego typu jakościowych materiałów do przełamywania granicy pomiędzy elitarnością i masowością, „włamywania się” do uwagi i zainteresowań masowej publiczności, teoretycznie niezainteresowanej elitarnymi treściami. Nie tylko zwiększa to potencjał kreatywny telewizji jako medium, ale także pomaga w odzyskiwaniu przynajmniej części jej kulturotwórczego znaczenia.

Co więc stanowi o nowości opisywanych w tej książce seriali? Czy rzeczywiście mamy do czynienia z nową jakością, czy zaledwie z wymuszonymi konwergencją korektami dostosowawczymi?

Serial telewizyjny: jak bardzo telewizyjny?

Po tym, jak w kwietniu 2015 w Sieci pojawiły się wyniki badań nad „nietelewizjami” w Polsce (Stysiak 2015), internauci wypowiedali się w sieciowej dyskusji (Połowaniuk 2015):

MDW: Oczywiście, że od kilku lat nie oglądam telewizji. Telewizora używam codziennie, ale nie to, co przychodzi z kabla antenowego. Nie wiem nawet, czy mam aktualną listę kanałów, bo dawno temu to ustawiałem. Telewizor to dla mnie duży ekran, na którym dwoma ruchami ręki wyświetlam dowolne media z każdego z domowych komputerów, tableatów, smartfonów. Zajmuje się tym (trochę nieudolnie, ale jednak) Raspberry Pi. Z programów produkowanych przez telewizję oglądam tylko „Legends PRL” i „Automaniak”. Ale nawet i to nie z anteny tylko przez plugin do Player.pl w Raspberry Pi. Zupełnym absurdem jest konieczność oglądania czegoś o wymuszonej godzinie i bez pauzy. Podporządkowywanie sobie życia pod ramówkę TV jest śmieszne w XXI wieku. Dlaczego film nakręcony 20 lat temu mam oglądać w środę o godz. 20:30, skoro mogę go oglądać wtedy, gdy mi pasuje? Tradycyjna telewizja ma sens tylko przy wydarzeniach sportowych (mecze). Jednak mnie sport zupełnie nie interesuje, więc tego akurat nie potrzebuję.

Plebann: Jak dla mnie – trafiłeś w samo sedno. Ja akurat bez sportu niezbyt, więc chcąc – nie chcąc siadam czasem przed TV o określonej porze (no bo jednak nawet nagrywając – trzeba się odcinać od informacji o wynikach, żeby mieć prawdziwą przyjemność z oglądania meczu czy wyścigu). Trzeba tutaj rozdzielić pojęcia między telewizję (czyli nadawanie sygnału – głównie ogłupiającej papki) a telewizor (czyli duży wyświetlacz w salonie). Telewizja linearna, do której widz ma się dostosować, a co za tym idzie „połknąć” przy okazji niezliczone bloki reklamowe oraz jeszcze inne treści przy okazji (skoro tv i tak włączone, skoro czekam na program/film), to nie to samo co oglądanie wybranego przez siebie contentu w dogodnym momencie.

Kechini: [...] Z mojej perspektywy oglądanie materiału online, który był/będzie dostępny w tv, to nie to samo, co bycie telewidzem. W końcu to jedna z podstawowych zalet internetu – oglądam, kiedy mam ochotę bądź czas i nikt nie narzuca mi żadnych określonych terminów.

Piotrek: [...] Wystarczy włączyć wieczorem tv, żeby się przekonać – ktoś tam tańczy na lodzie, ktoś skacze do wody, gdzie indziej dzieci jadą po Wojewódzkim... A w Internecie jednak jest gigantyczna masa dobrych materiałów. Same kanały popularnonaukowe na yt miażdżą wszystkie telewizyjne Planete, Discovery, National Geographic, że o History Channel nie wspomnę. To, że ktoś ogląda amerykańskie seriale, które często nie są dostępne w PL albo są dostępne w formie szczątkowej, też raczej świadczy o wyższym od przeciętnego telewidza poziomie. Dostrzegam

tutaj próbę przyrównania każdego, kto ogląda dowolny ruchomy obraz na komputerze, do telewizza, a to nie to samo.

Ich wypowiedzi wskazują jednocześnie na dużą technologiczną świadomość, jak i odsłaniają liczne pytania o definicję telewizji, a co za tym idzie – serialu telewizyjnego w kulturze konwergencji. Jak często trzeba oglądać telewizję liniową, by uznać, że jest się telewizzem? Czy można być uznanym za telewizza, jeśli w ogóle nie używa się telewizora? Czy jest telewizzem ktoś, kto używa telewizora do oglądania treści pobranych z Internetu? A jeśli ogląda treści wyprodukowane dla telewizji, ale na smartfonie czy laptopie? Czy zatem serial wyprodukowany poza kontekstem produkcyjnym stacji telewizyjnej i dystrybuowany wyłącznie w Sieci, to serial telewizyjny? Czy serial oglądany z płyt, przez kogoś, kto nie używa telewizora, jest serialem telewizyjnym? I czy w ogóle sześć fabularnych odcinków czegokolwiek, wyprodukowanych przez kogokolwiek z myślą o tym, że przynajmniej część odbiorców obejrzy je za jednym zamachem, to jeszcze serial? A może tego typu dzieło staje się serialem dopiero w użytkowaniu, w sytuacji, gdy widz dobrowolnie ogląda pojedyncze odcinki w dłuższych odstępach czasowych; jeśli zaś konsumuje wszystko naraz, to należy je uznać za (raczej długie, przynajmy) dzieło filmowe?

Na potrzeby analiz zawartych w tej publikacji przyjmujemy, że oglądanie telewizji, niezależnie od używania lub nieużywania telewizora jako urządzenia, to kwestia wejścia w obręb aparatu telewizyjnego – w analogii do słynnej teoretyzacji *film apparatus* Jeana-Louisa Baudry'ego (Baudry, Williams 1974, s. 39–47). *Television apparatus* to splot relacji pomiędzy bazą techniczną (urządzeniem o określonej specyfice technologicznej), warunkami odbioru, tekstem i jego znaczeniem oraz przyjemnościami odbiorczymi i pozycją widza (Stam, Burgoyne, Flitterman-Lewis 1992, s. 143 i n.). Z technicznego, praktycznego punktu widzenia będzie zatem obejmował (Friedberg 2002, s. 175 i n.)¹: 1) obecność ekranu, będącego źródłem światła (w przeciwieństwie do kina, wymagającego zaciemnionego pomieszczenia i projektora), który w dzisiejszej rzeczywistości może być zarówno ekranem odbiornika telewizyjnego, jak monitora komputerowego czy urządzenia mobilnego; 2) ekran o (stosunkowo) niewielkiej skali – zatem i materiały na nim wyświetlane, i odbiór dopasowane do niewielkich wymiarów interfejsu; 3) wielomodalne, dwuwymiarowe obrazy ułożone w logiczne sekwencje, pojawiające się na tym ekranie; 4) widza o względnej mobilności fizycznej (w przeciwieństwie do widza kinowego, pozostającego w wymuszonym bezruchu) i 5) intelektualnej (możliwe nieuważne spojrzenie zappera, odbiór przy licznych zakłóceniach, roztrągniony, skupiony tylko incydentalnie); 6) możliwość wielokrotnego powrotu do przekazywanych treści (kiedyś w postaci zaplanowanych powtórek, obecnie możliwość tę zwiększył dostęp internetowy); 7) możliwości synchronicznego i diachronicznego wyboru, wynikające z wielości ofert w tym samym czasie, przy jednoczesnej możliwości odbioru o charakterze strumieniowym.

¹ Konceptualizacja zawarta w artykule została rozwinięta.

Jednocześnie jednak widz serialowy – przynajmniej ten, który konsumuje serial „na własnych prawach”, w całości lub dłuższych segmentach, poza ramówką, na dostępnym mu urządzeniu z ekranem – dokonuje zatarcia pomiędzy modelem oglądania telewizyjnego i kinowego. Recepcja może bowiem być właśnie recepcją kinową: powraca oglądanie (z wyboru) we względnej ciemności i bezruchu; uwaga skupiona na jednym, wybranym materiale, przy świadomym, celowym powstrzymaniu się od korzystania z możliwości jednoczesnego wielokrotnego wyboru i zanurzenia się w strumieniu przekazów. Zwiększający się rozmiar telewizyjnych ekranów i coraz lepsza jakość projektowanych na nich obrazów zbliżają doświadczenie serialu do doświadczenia kinowego.

Obydwa możliwe sposoby odbioru – telewizyjny i *quasi*-filmowy – zostają wpisane w procesy projektowania, produkcji i dystrybucji nowego serialu. Współistnieją ze sobą, podobnie jak współlistnieje stosunkowo bierny odbiór telewizji strumieniowej i partycypacyjne, aktywne, wybiórcze użytkowanie telewizji samodzielnie kształtowanej przez widza – użytkownika.

Reasumując, o dziełach omawianych w tym zbiorze mówimy jako o serialach telewizyjnych dlatego, że ich produkcja i nadawanie wciąż jeszcze, pomimo zróżnicowania mediów i modeli odbioru, wpisane są w *televisual apparatus*; odbiór jednak wykracza poza jego założenia, co czyni z neoseriali jeszcze jeden z przykładów/aspektów konwergencji, rozumianej jako zacieranie się i rozmywanie granic pomiędzy mediami i pomiędzy medialnymi doświadczeniami odbiorców.

Serial jako produkt transmedialny

Seriale, o których tutaj mowa, przeznaczone są dla widzów i w sposób potoczny, zdroworoządkowy powinny być uznawane za produkty telewizyjne. Rzeczywistość jest bardziej złożona. Nie tracąc swego zasadniczo telewizyjnego charakteru, mają one jednak charakter konwergentny, a często także transmedialny – to znaczy funkcjonują na pograniczu i ponad granicami rozmaitych technologii komunikacyjnych. Na najbardziej podstawowym poziomie wyraża się to w możliwościach odbioru na rozmaitych nośnikach – za pomocą telewizora, lecz także monitora komputerowego czy urządzeń mobilnych. Wyraża się też w konwergencji gatunkowej: idiom serialowy zostaje tu rozbudowany i przekształcony poprzez nawiązania do rozmaitych innych gatunków medialnych.

Narracje serialowe przekraczają granice telewizji i wpisują się w procesy *transmedia storytelling*. Ich twórcy wyciągają konsekwencje z dostępności rozmaitych narzędzi komunikacyjnych, wysokich kompetencji technologicznych widzów i ich woli partycypacji. Serialowe narracje zbudowane zostają nie tylko z telewizyjnych odcinków, lecz także z materiałów dodatkowych – książek, płyt, gier, stron internetowych itp. Mogą rzecz jasna być konsumowane jedynie w postaci filmów telewizyjnych: widz bierny, nastawiony wyłącznie na odbiór, może poprzestać na jednorodnej narracji telewizyjnej (aczkolwiek – będzie jesz-

cze o tym mowa – będzie to narracja złożona i wymagająca odbiorczego zaangażowania). Dla widza aktywniejszego, poszukującego wiedzy, czerpiącego przyjemności z kultury partycypacji, przeznaczone będą rozmaite *tie-ins* i uzupełnienia. W bardziej zaawansowanej postaci wiedza zaczerpnięta ze stron internetowych, publikacji, udziału w grach czy konsumpcji powiązanych z serialem *making-ofs* prowadzi do zupełnie innego obrazu prezentowanej w serialu historii, zmienia jej interpretacje lub wyjaśnia te elementy historii, które nie były całkiem zrozumiałe dla „telewidza biernego”. Wymaga to od producentów planowego manipulowania zawartością – fabułą, elementami wizualnymi i dźwiękowymi – a także sferą informacji okołoserialowej. W postaci idealnej serial musi być zrozumiały zarówno dla widza biernego, jak dla zaangażowanego poszukiwacza wiedzy; wpisany zostaje weń potencjał dla odbioru aktywnego. Przynajmniej u części widzów prowadzi to do zachowań wykraczających poza zwykłe zainteresowanie ciekawą serią filmów telewizyjnych. Wokół nowych seriali wyrastają aktywne fandomy, nie tylko o kontemplacyjnym, lecz także o kreatywnym charakterze. Seriale stają się podstawą pod rozmaite formy *fanworks* – fikcji literackiej, prac plastycznych, filmowych itp. Transmedialność polega zatem i na tym, że serialowe fabuły rozwijane są jednocześnie „od góry”, od strony wielkich instytucji nadawczych, jak i oddolnie – przez zaangażowanych użytkowników. To jeszcze jedna strona konwergencji: zacieranie granicy pomiędzy rolami nadawczymi i odbiorczymi. Staje się to w sytuacji, gdy tak naprawdę serial (w przeciwieństwie do – na przykład – *newsów*, stron internetowych, fotokastów czy blogów) nie może zostać wyprodukowany przez ambitnych amatorów i zrobiony „chałupniczo”. To jeden z tych medialnych gatunków, których popularność dobitnie potwierdza wciąż jeszcze dominującą rolę na rynku mediów wielkich instytucji nadawczych i produkcyjnych.

Po co jest ramówka?

Seriale są odbierane na rozmaitych nośnikach, przez odbiorców samodzielnie i umiejętnie wybierających interesujące ich produkty medialne. Możliwe zatem są co najmniej dwa modelowe sposoby dystrybucji i konsumpcji seriali, oraz ich rozmaite wzajemne konfiguracje. Serial można oglądać zgodnie z logiką ramówki, w pojedynczych odcinkach dozowanych w równych odstępach czasowych. Można go też konsumować poza ramówką, w całości lub w kilkuodcinkowych segmentach, zgodnie z życzeniami i rozkładem zajęć użytkownika. Oglądanie w taki sposób pozwala na wielokrotne powracanie do tego samego odcinka czy segmentu, reinterpretacji znaczenia poszczególnych elementów historii, skupianie uwagi na szczegółach itp. W postaci skrajnej prowadzi to do zjawiska *binge-viewing*, serialowego obżarstwa.

Każdy z tych sposobów przynosi odmienne przyjemności. „Ramówkowy” daje zadowolenie z oczekiwania na dalszy ciąg i spekulacji co do jego rozwoju.

Binge-viewing natomiast – przyjemność natychmiastowego, nieodroczonego spełnienia życzeń, a także możliwość podziwiania architektury całości lub takich czy innych atrakcyjnych szczegółów (gry aktorskiej, pracy kamery, rozwiązań estetycznych, montażu, oświetlenia, rekwizytów).

Widz decydujący się na odbiór serialu w sposób pozaramówkowy umyka też logice komercyjnej telewizji, wyrażonej w koniecznej współobecności reklam i materiałów nadawczych w strumieniu obrazów telewizyjnych. Jego zachowania i reakcje w stosunku do odbieranego produktu medialnego odzwierciedlają przemianę w relacji pomiędzy telewizją a rynkiem. Potwierdza się tutaj diagnoza E. Ann Kaplan, że mechanizm odbioru telewizji jest mechanizmem konsumpcji (Kaplan 1987) (zatem – między innymi – ciągłego, niezaspokojonego pragnienia, nadziei na możliwą, lecz nigdy nieosiąganą pełnię) – ale jednocześnie ten konsumpcyjny niepokój zostaje przeformułowany. Widz, „załatwiający” sobie cały serial do natychmiastowej konsumpcji, realizuje do pewnego stopnia to marzenie o „pełni” i natychmiastowej gratyfikacji, a nawet może sobie pozwolić na wielokrotną konsumpcję nabytego produktu. Realizując marzenie o pełnej konsumpcji, pozbawia się jednak do pewnego stopnia przyjemności suspensu i oczekiwania w napięciu na dalszy ciąg, rozwiązanie, wyjaśnienie. Sposób konsumpcji jest zatem w mniejszym stopniu powiązany z antycypacją zaskakującego rozwiązania, w większym – z kontemplacją estetyczną oraz uznaniem dla sprytu, złożoności, konceptualnej biegłości scenarzystów; neoserial wykracza poza swój status produktu przemysłowego, staje się tekstem kultury.

Jednocześnie odbiorca pobierający serial z sieci lub kupujący go na nośniku DVD praktycznie unieważnia zadanie telewizji, jakim jest wymuszenie na wskazanę przez przemysł reklamowy grupie docelowej obejrzenia pewnej liczby reklam. Zawiesza więc do pewnego stopnia zasadę, zgodnie z którą „właściwym” tekstem telewizji są materiały reklamowe (Kaplan 1992). Mimo to neoseriale przynoszą wysokie zyski. Uwolnienie ich spod przymusu przerw reklamowych zmusza producentów serialu do innego rodzaju działań promocyjnych – zyski muszą być czerpane ze sprzedaży produktu na różnych nośnikach, także tych materialnych, ze sprzedaży dodatkowych materiałów, serializacji i *merchandisingu*. Niedosyt u widza jest wytwarzany i zaspokajany nie przez powstrzymywanie go od natychmiastowej konsumpcji produktu, lecz przez oferowanie mu kolejnych rozszerzeń, dodatków, materiałów wzbudzających i zaspokajających ciekawość oraz stwarzających podstawę pod działania. Całościowy, partycypacyjny i nastawiony na przyjemności kompetencji sposób użytkowania serialu nie unieważnia jednocześnie modelu tradycyjnego, w którym odbiorca, celowo powstrzymując się od poszukiwań, oczekuje w napięciu „dalszego ciągu”.

Niektórzy producenci neoseriali podejmują próby integracji opisanych dwóch modeli odbioru przez wpisanie zarówno suspensu, jak możliwości powolnej obserwacji w samą strukturę produktu medialnego oraz umożliwienie użytkownikom obydwu rodzajów przyjemności. Wymaga to jednak subtelnych i starannie planowanych rozwiązań narracyjnych.

Narracja? Wiele narracji

Struktura *quality series* to pochodna wyboru pomiędzy formułą epizodyczną (gdzie każdy odcinek może być odbierany i interpretowany oddzielnie, jest zatem zrozumiały dla odbiorców nieznających całości) a seryjną (gdzie zachodzi konieczność uważnego śledzenia wszystkich odcinków w ściśle określonej kolejności). Neoseriale bywają budowane zgodnie z różnymi strategiami narracyjnymi. Możliwe i skutecznie angażujące uwagę widzów może być niemal każde rozwiązanie, poczynając od „kolekcji” – zbioru względnie autonomicznych odcinków połączonych zaledwie wspólnym tematem (przykład: „Black Mirror”) – poprzez strukturę epizodyczną (większość kryminalnych *procedurals*), nakładanie się na siebie niezależnych epizodów i spajającej je w całość historii („Knick”, „Sherlock”) aż do – na drugim końcu spójnościowego kontinuum – skrajnie zdyscyplinowanych opowieści seryjnych, gdzie liczy się dokładnie każdy szczegół i nie sposób pominąć któregośkolwiek fragmentu („Killing”, „Most”, „Fargo”, „Detektyw”²). Formuły seryjne są zasadniczo genetycznie związane z tradycyjną, liniową telewizją masową czasów ograniczonego wyboru – rozwijanie historii w dłuższym czasie zapewniało wówczas lojalność widzów, wymagało jednocześnie starannego wplanowania seriali w ramówkę, żeby utrzymać wygodną i funkcjonalną możliwość oglądania odcinków, ściśle związaną z rytmem codziennego życia widza. Wybór formuły epizodycznej stał się logicznym rozwiązaniem w czasach *tube of plenty*, telewizji co prawda liniowej, lecz oferującej mnóstwo programów jednocześnie. Skoro nie sposób było zapewnić, że widzowie „zdążą” obejrzeć każdy odcinek po kolei, większą oglądalność serii zapewniały epizody względnie samodzielne, za to pokazywane wielokrotnie. Jak zauważa Jason Mittell, w nowych serialach musi nastąpić przededefiniowanie roli formuły epizodycznej i seryjnej pod wpływem nowych możliwości odbioru; typowa dla neoseriali jest też wyeksponowana silna współzależność pomiędzy fabułą a relacjami psychologicznymi i emocjonalną ewolucją postaci (Mittell 2011, s. 159). Struktura narracyjna neoseriale musi, krótko mówiąc, uwzględnić, w jakimś stopniu zarówno potrzeby wytrwałego *binge watchera*, jak potencjalne przyjemności telewizyjnego *flâneura*, natrafiającego na odcinki serialu podczas brodenia w strumieniu przekazów telewizji liniowej. W serialach nowego typu mamy zatem niejednokrotnie do czynienia nie tyle z odrzuceniem fabuły złożonej z zamkniętych epizodów, ile z karkołomną sztuką nakładania na siebie obydwu logik. Neoseriale mogą być konsumowane w całości, lecz poszczególne, pojedyncze odcinki dostarczają licznych przyjemności odbiorcom, natrafiającym na nie w ramówce telewizyjnej. Za sprawą czy to niezwykle atrakcyjnego aktorstwa, czy starannej produkcji, czy rozmaitych wizualnych i narracyjnych atraktorów

² Doprowadzenie tej zasady do skrajności spowodowało załamanie się popularności „Detektywa” w drugim sezonie – opowieść okazała się zbyt skomplikowana, wymagała od widzów przyłożenia nadmiernej wagi do szczegółów.

mają także zadanie nakłaniania potencjalnych widzów do konsumowania całości. Na złożoną grę pomiędzy epizodycznością i seryjnością nakładają się podziały neoseriali na sezony – niejednokrotnie nie tylko pojedyncze epizody mają charakter autonomiczny, lecz także cały sezon stanowi względnie zamkniętą całość, zakończoną dramatycznym, atrakcyjnym *cliffhangerem*, zaś historia wyłaniająca się z całości różni się od wniosków, które widz może wyciągnąć z obejrzenia pojedynczych odcinków lub tylko jednego sezonu. Podobnie jak złożonych konstrukcji narracyjnych, tak i ewolucji psychologicznej bohaterów nie da się tu obserwować „z doskoku”, na podstawie pojedynczych epizodów. Istotność zarówno wydarzeń i szczegółów, jak i psychologii dla zrozumienia sensu neoserialowych historii wymaga pilnej obserwacji detali i niuansów (oraz gry aktorskiej i produkcji w te niuanse obfitującej). Na widza pilnie obserwującego i w razie potrzeby powracającego po własnych śladach do już oglądanych odcinków obliczona jest także niewątpliwie odbywająca się w wielu serialowych opowieściach gra z rozmaitymi konwencjami gatunkowymi i intertekstualne nawiązania do literatury, teatru, filmu, zwłaszcza zaś – do dotychczasowej produkcji serialowej. Na przykład, nagle ześlizgnięcie się serialu na czas jednego odcinka, lub fragmentu sezonu, lub na potrzeby konkretnego wątku w odmienną od całości konwencję gatunkową, lub hybrydyczne współlistnienie w jednym odcinku kilku konwencji, może być dezorientujące dla widzów oglądających nieuważnie i przyzwyczajonych do stylistycznej jednorodności i powtarzalności telewizji tradycyjnej. Dla zaangażowanych *binge viewerów* natomiast jest jeszcze jednym źródłem odbiorczych przyjemności.

Wyrazista estetyka, staranna produkcja

Dlatego też neoseriale produkowane są z zachowaniem bardzo dużej (nawet nadmiernej, zważywszy niewielkie mimo wszystko rozmiary audytoriów i bardzo wysokie koszty) staranności produkcyjnej, a producenci dążą do nadania im wyrazistego, odróżnialnego wyrazu estetycznego i stylistyki. W najlepszych wydaniach są one w związku z tym bliższe sztuce filmowej niż standardowym produktom przemysłu telewizyjnego. O istotności estetyki i produkcji znowu decyduje technologia. Kwestię „małego” ekranu telewizyjnego jako elementu *television apparatus* trzeba dziś bowiem przedefiniować. Mały ekran to dzisiaj czterdziestocalowy (i większy) wyświetlacz zawieszony na ścianie albo ekran komputera o wysokiej rozdzielczości. Jakość urządzeń z ekranem umożliwia liczne odbiorcze przyjemności – możliwość obserwacji niuansów gry aktorskiej, pracy kamery, oświetlenia, montażu, kostiumów, scenografii, stylu wizualnego. Wielokrotna konsumpcja niektórych seriali w oczywisty sposób nakierowana jest na takie właśnie przyjemności, możliwe dopiero wówczas, gdy widz przestał już w napięciu oczekiwać, „co będzie dalej”. Dostępność technologii samodzielnego remiksowania i wytwarzania własnych materiałów wizualnych doprowadziła

do praktyki rozkładania wybranych sekwencji filmowych na *gify* (co umożliwia staranną obserwację najdrobniejszych szczegółów) lub montowanie przez fanów własnych wersji serialowych historii; *fan videos* to dzisiaj olbrzymia i szeroko rozpowszechniona sfera działalności odbiorców w Internecie. Jednocześnie ten właśnie potencjał wymusza na producentach szczególną staranność. Możliwość wielokrotnego oglądania serialu oraz remiksowania jego fragmentów sprawia, że wszelkie niedociągnięcia wizualne, niekonsekwencje narracyjne, błędy w doborze szczegółów zostają natychmiast zauważone i skomentowane. Technologia, warunki produkcyjne i uczestniczący model odbioru stanowią więc wzajemnie się wzmacniający zestaw czynników, wpływających na wyjątkową jakość produkcji neoserialowej.

O czym ten serial?

Wszystkie te kosztowne i kłopotliwe zabiegi wokół starannej produkcji, wyrazistej estetyki, zręcznie skonstruowanej narracji, umiejętnej gry z fanami nie doprowadziłyby jednak do praktyki oglądania neoseriali jako nowej formy quasi-elitarnej rozrywki, gdyby nie zostały użyte do generowania istotnych, interesujących i głębokich treści. Przypomnijmy, neoseriale z definicji przeznaczone są dla użytkownika zamożnego i wykształconego – to on bowiem może zdecydować o zachowaniu przez telewizję statusu ważnego tekstu kulturalnego i korzystnej przestrzeni dla reklamy dóbr markowych i luksusowych (a nie tylko tanich dóbr szybkozbywalnych). Jest to zatem najczęściej użytkownik o rozmaitych, wysokich kompetencjach kulturalnych – technologicznych, gatunkowych, estetycznych, intertekstualnych. Tematyka neoseriali jest zatem bardziej skomplikowana i „poważniejsza” (Filiciak, Giza 2011, s. 8 i n.) od seryjnej produkcji telewizyjnej. Pojawiają się tematy historyczne, społeczne, moralne; nierzadkie są związki seriali z literaturą, klasyką filmową; nawet typowe gatunki serialowe, jak kryminały czy opowieści obyczajowe, zostają skonstruowane w taki sposób, by uwydatnić jako swoistą wartość dodaną wymiar moralny czy dylematy etyczne, lub skonstruować złożoną, zniuansowaną relację pomiędzy bohaterami.

Jak widać, specyfika neoseriali, o których jest mowa w tym zbiorze, sytuje się na przecięciu jakości i wyrazu estetycznego, praktyk produkcyjnych i dystrybucyjnych, oraz modelu użytkowania. Wszystkie trzy aspekty „nowości” wzajemnie się warunkują i przecinają. Ujmując rzecz kolokwialnie i prosto, nie wystarczy wysoka jakość, by powstał neoserial; historia produkcji telewizyjnej znała przykłady dzieł serialowych wybitnie estetycznie odrębnych i o wysokiej konceptualnej złożoności (jak choćby „Śpiewający detektyw” czy – uważane za prototyp dzisiejszej produkcji serialowej – „Miasteczko Twin Peaks”), które jed-

nak nie doprowadziły do powstania nowego typu produkcji serialowej. Praktyki produkcyjne i dystrybucyjne dotyczące seriali, sytuujące produkcję poza wielkimi studiami telewizyjnymi, a dystrybucję poza telewizją liniową (lub przynajmniej pozwalające na pobranie ich z innych źródeł) nie doprowadziłyby do zmiany modelu serialu, gdyby nie dotyczyły produktów o wysokiej złożoności estetycznej i konceptualnej. Wreszcie, ani jakość, ani model produkcji nie miałyby większego sensu bez specyficznego typu widza, posługującego się medium telewizyjnym i innymi danymi mu narzędziami w sposób konwergentny i zaangażowany. W oczywisty sposób nie mają sensu próby dojścia, czy pierwsze było jajko, czy kura; który z tych elementów był „pierwszy” albo który był przyczyną pozostałych; istotne jest, jak się wydaje, współdziałanie tych trzech aspektów – treściowego, produkcyjnego i odbiorczego.

Niniejszy numer *Zeszytów* jest wynikiem wspólnej pracy i podzielanych fascynacji medioznawców, filmoznawców, literaturoznawców i dziennikarzy. Postrzegając seriale na różne sposoby i używając rozmaitych perspektyw badawczych, staramy się jednak wspólnie zwracać uwagę na te właśnie trzy aspekty, przekładające się na współczesny status serialu jako swoistego działu sztuki medialnej, i oglądania seriali jako pouczającej rozrywki dla inteligentnych odbiorców.

W naszym zbiorze o historii gatunku pisze Bolesław Racięski, a o jego współczesnych kontekstach i o rozwoju telewizji jakościowej – Małgorzata Pawłowska. Agnieszka Karasińska spędziła rok na badaniach nad zwyczajami polskich *binge watcherów* – jej artykuł o nowych praktykach odbiorczych i recepcji seriali wśród Polaków oparty jest więc na obserwacji uczestniczącej. Literackim pokrewieństwom serialu przypatruje się w naszym zbiorze Agnieszka Całek, wskazując (na przykładzie „Gry o tron”), jak literatura i jej telewizyjna adaptacja tworzą podstawy pod narracje transmedialne. Ta sama autorka analizuje też wizerunek współczesnych technologii komunikacyjnych w serialach – na przykładzie „Black Mirror”. Niejako w dialogu z jej tezami Rafał Wietoszko przypatruje się „The Newsroom” i innym serialom o dziennikarzach jako zwierciadłu współczesnych mediów. O „House of Cards”, „Borgen” i innych serialach politycznych opowiada Dorota Piontek, zaś Paweł Płaneta w „The Killing Nation” poszukuje relacji pomiędzy tekstem telewizyjnym a prawdą dokumentalną, przy okazji analizując wizerunek wojny w serialach i filmach. O serialach jako swoistych moralitetach i o ich niejednoznacznych interpretacjach etycznych pośród fanów – na przykładzie „Breaking Bad” – pisze Mateusz Katner. Monika Wawer zastanawia się nad zagadnieniami rasy i reprezentacji mniejszości w serialu „Grey’s Anatomy”. Nowe seriale kryminalne – w szczególności „True Detective” – analizuje Małgorzata Pawłowska, zaś seriale historyczne Dorota Babilas, opowiadająca o brytyjskich *heritage series*, w tym o powszechnie lubianym „Downton Abbey”. Obyczajom fanów seriali, relacjom między serialami o fandomem oraz gramami, jakie producenci seriali rozgrywają z fanami, przypatruje się – na przykładzie brytyjskiego serialu BBC „Sherlock” – Małgorzata Lisowska-Magdziarz.

Choć większość omawianych tu seriali wyprodukowano w USA lub w Wielkiej Brytanii, produkcja i popularność neoserialu wykracza daleko poza strefę anglojęzyczną. Fenomen sukcesu seriali skandynawskich – w tym „The Killing”, „Mostu” i „Wallandera” – analizuje Dorota Piontek, zaś Teresa Sławińska omawia przyczyny głębokiego kryzysu produkcji serialowej we Francji. Wojciech Kajtoch przedstawia jedyny w swoim rodzaju, niepodobny do innych świat seriali rosyjskich.

Dlaczego polskie telewizje nie produkują seriali nowego typu? Jakich zmian w systemie produkcyjnym, organizacji telewizji i praktykach nadawczo-odbiorczych potrzeba, żeby pojawił się naprawdę dobry polski transmedialny i konwergentny neoserial, angażujący uwagę i emocje publiczności? Mamy nadzieję, że ta publikacja przynajmniej pośrednio wskaże odpowiedzi na to pytanie. Udało się już w Polsce wyprodukować naprawdę dobre gry komputerowe; może i z serialami też się uda.

Bibliografia

- Baudry J.L., Williams A. (1974). The Ideological Effects of the Basic Cinematographic Apparatus. *Film Quarterly*, vol. 28, nr 2 (Winter, 1974–1975), s. 39–47.
- Bielak T., Filiciak M., Ptaszek G. (2011) (red.). Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia. Warszawa.
- Cardwell S. (2011). Czy telewizja jakościowa jest dobra? Różnice gatunkowe, oceny oraz kłopotliwa kwestia krytycznego osądu. W: T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek (red.). Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia (s. 129–150). Warszawa.
- Filiciak M., Giza B. (2011). Wstęp. W: M. Filiciak, B. Giza (red.). Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia (s. 7–9). Warszawa.
- Friedberg A. (2002). Spectatorial flâneur. W: I. Rae Hark (red.). Exhibition. The Film Reader (s. 173–182). New York.
- Jakubowicz K. (2011). Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza. Warszawa.
- Kaplan E.A. (1987). Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture. New York.
- Kaplan E.A. (1992). Feminist Criticism and Television. W: R. Allen (red.). Channels of Discourse, Reassembled. Television and Contemporary Criticism (s. 247–283). Chapel Hill, NC.
- Kisielewska A. (2007). Serial telewizyjny w badaniach polskich. [W:] Fras J. (red.). Studia nad komunikacją popularną, międzykulturową, sieciową i edukacyjną (s. 20–25). Toruń.
- Lotz A. (2011). Zrozumieć telewizję u progu ery postsieci (Post-Newtwork Era). W: T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek (red.). Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia (s. 86–113). Warszawa.
- Mittell J. (2011). Złożoność narracyjna we współczesnej telewizji amerykańskiej. W: T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek (red.). Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia (s. 151–179). Warszawa.
- Połowaniuk M. (2015). Nie oglądasz telewizji? Akurat... W: Spider'sWeb. Opinie i analizy na temat technologii [http://www.spidersweb.pl/2015/04/nie-ogladasz-telewizji-akurat.html; 25.08.2015].

- Sokołowski L. (2001). Serial jako element praktyk społecznych [http://cejsh.icm.edu.pl/element/bwmetal.../c/No_2_3_2011_11.pdf].
- Stam R., Burgoyne R., Flitterman-Lewis S. (1992). *New Vocabularies in Film Semiotics. Structuralism, Post-Structuralism, and Beyond*. New York.
- Stysiak M. (2015). 500 tysięcy polskich gospodarstw domowych bez telewizora. *Gazeta Wyborcza*, 21.04.2015 [http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,17786960,500_tys_gospodarstw_domowych_w_Polsce_bez_telewizora.html#ixzz3j4AKhJmB; 25.08.2015].

STRESZCZENIE

Seriale: nowa jakość, czy stare w nowej odsłonie?

Artykuł jest próbą zdefiniowania serialu jakościowego nowego typu i wskazania różnic pomiędzy neoserialami i tradycyjną, syndykowaną produkcją serialową. Autorka analizuje strukturę narracyjną, estetykę, rozwiązania formalne oraz tematykę seriali jakościowych, sytuując je na tle struktury współczesnego aparatu telewizyjnego. Wskazuje także na związki neoserialu z przemianami technologicznymi (w szczególności interaktywnością i mobilnością mediów), konwergencją medialną, ewolucją relacji nadawczo-odbiorczych oraz zmianą protokołów użytkowania telewizji.

Słowa kluczowe: jakościowy serial telewizyjny, narracja, estetyka, aparat telewizyjny, interaktywność, mobilność, partycypacja, protokoły użytkowania mediów