

 <https://orcid.org/0000-0001-7298-3155>

Barbara Orzeł

Uniwersytet Śląski w Katowicach
Wydział Humanistyczny
Instytut Nauk o Kulturze
e-mail: barbara.orzel@us.edu.pl

TRANSFORMACJE STRATEGII NARRACYJNYCH W DOBIE POPULARNOŚCI SERWISÓW STREAMINGOWYCH I *BINGE-WATCHINGU*

Abstract: We currently live in an era characterized by cultural excess and information overload. Over the last few decades, the widespread of new technological solutions and the dynamic development of on-demand entertainment services have profoundly changed the approach to television content. Streaming platforms meet the need for “immediacy” of “being instant”, and that is what modern viewers so much expect. The entertainment must be highly personalized and available from anywhere in the world; the stories produced must be attention-grabbing and engaging, and the application interface should be intuitive. The popularity of binge-watching has increased thanks to the development of streaming and VOD (video-on-demand) services, which began to offer entire seasons of productions, and viewers began to watch series in the form of “marathons”. The article describes contemporary narratives on streaming platforms, their impact on the definition of movies and series, and the emergence of new consumption behaviours. The research method used is a literature review. In the first part of the article, the author characterized the phenomenon of binge-watching – its most essential features, classifications and psychological motivations. The most important part of the article is an analysis of narrative strategies used by series creators, using Netflix as an example. Next, the author reflected on the problem of the fluidity of the definition of a film and a TV series and finally focused on the issue of the perception of TV series on available streaming platforms and the related changes in consumption behaviour. The conclusions provide a synthetic summary of the previous considerations and attempt to outline possible directions of changes.

Keywords: binge-watching, streaming platforms, narratives, storytelling, consumption behaviours

Wprowadzenie

Dynamiczny rozwój platform streamingowych, takich jak Netflix, Max, Disney+ oraz Amazon Prime, bez wątpienia zmienił sposób percepcji oraz konsumpcji treści audiowizualnych i dokonał „przesunięć” w definicji filmu oraz serialu. Widz jest teraz użytkownikiem, konsumuje szybko pojawiające się treści „na żądanie” w postaci „maratonów” serialowych. Zjawisko *binge-watchingu* (BW), czyli oglądania kilku (a często wszystkich) odcinków danego serialu w jednej sesji, stało się możliwe dzięki strategii serwisów streamingowych, polegającej na udostępnianiu całych sezonów seriali jednocześnie, zamiast wyświetlania pojedynczych odcinków w regularnych (na przykład cotygodniowych) odstępach czasu. Ta zmiana sposobu dostarczania treści nie tylko wpłynęła na nawyki konsumpcyjne widzów, lecz także na sposób produkcji i tworzenia narracji seriali, które coraz częściej są projektowane z myślą o intensywnym, ciągłym oglądaniu. Przyspieszenie emisji kolejnych epizodów oraz związany z nim (wspomniany wcześniej) BW (ich również przyspieszone doświadczanie) wpisuje się w zaproponowaną przez Zbyszka Melosika metaforę „kultury typu instant” – odnoszącej się do „nawyku i konieczności życia w «natychmiastowości»”¹.

W niniejszym artykule postaram się odpowiedzieć na następujące pytania:

- czy i w jaki sposób zmienił się sposób narracji w serialach „streamowanych”?
- czy rosnąca tendencja do *binge-watchingu* i zmiany w sposobie dystrybucji seriali przez platformy streamingowe prowadzą do zacierania granic między serialem a filmem?
- w jaki sposób te zmiany wpływają na percepcję i konsumpcję seriali?

Dokonałam przeglądu literatury oraz przeprowadzę analizę wybranych przykładów. W pierwszej części moich rozważań pochyłę się nad problemem *binge-watchingu*, charakterystyką medium – platformy streamingowej – sposobami budowania narracji, kwestią „przesunięć” w obrębie definicji filmu i serialu, by w końcu podjąć refleksję dotyczącą zmiany zachowań konsumpcyjnych.

Powstanie fenomenu *binge-watchingu*. Kwestie definicyjne

W ciągu ostatnich kilku dziesięcioleci szerokie rozpowszechnienie nowych rozwiązań technologicznych („osadzenie” komunikacji na ekranach) i dynamiczny rozwój usług rozrywkowych na żądanie, zmieniły, niewątpliwie, podejście do treści telewizyjnych.

Joanna Waraksa zauważa, że współczesny tryb życia odbiorców charakteryzuje się dużym dynamizmem, co sprawia, że ich czas na wypoczynek jest wyjątkowo ograniczony i wymaga efektywnego zarządzania. Obecnie żyjemy w epoce charakteryzującej się nadmiarem kulturowym i informacyjnym przeciążeniem. Szeroki

¹ Z. Melosik, *Kultura instant. Paradoksy pop-tożsamości*, „Dydaktyka Literatury” 2004, t. 24, s. 69.

wachlarz opcji rozrywkowych i sposobów na odstresowanie jest dostępny z wielu źródeł. W przeszłości walka o uwagę klientów toczyła się głównie między kinami a teatrami. Dzisiaj, w dobie globalizacji i powszechnego dostępu do nowych technologii, głównym wyzwaniem jest przyciągnięcie i utrzymanie uwagi odbiorców, którzy są bombardowani propozycjami z różnych stron².

Termin „binge-watching” zaczął być używany w latach 80. XX wieku, kiedy niektóre stacje telewizyjne zaoferowały możliwość oglądania wielu odcinków seriali naraz, w formie „maratonu”, czyli *marathon viewing* (w tamtym czasie popularnością cieszyła się *Strefa mroku* autorstwa Roda Serlinga³). Popularne produkcje były również nagrywane przez fanów na kasety VHS (E. Charlotte Stevens wskazuje, że do jednych z najbardziej popularnych tytułów należały *Star Trek*, *Starsky i Hutch* oraz *Simon & Simon*⁴). Praktyka BW ugruntowała się ponadto dzięki dystrybucji seriali na nośnikach fizycznych (m.in. z płytami DVD) – *box sets* z całymi sezonami popularnych seriali i filmów (co stanowiło początek ery BW przed powstaniem mediów strumieniowych).

Popularność tego zjawiska zdecydowanie wzrosła dzięki rozwojowi serwisów streamingowych i VOD (*video-on-demand*), które zaczęły udostępniać kompletne sezony produkcji (poniekąd pozbawiając widza „rytualnego” oczekiwania na emisję kolejnych odcinków). Dzięki temu widzowie mogli oglądać treści bez konieczności dostosowywania się do telewizyjnych ramówek, co umożliwiło im elastyczne korzystanie z mediów, w dowolnym czasie i miejscu. Swoistym kamieniem milowym była premiera serialu *House of Cards* na platformie Netflix w 2013 roku. Strategia Netflixa szybko znalazła naśladowców wśród innych dostawców VOD, co przyczyniło się do rozprzestrzenienia się BW (również w Polsce, gdzie w 2019 roku „bingowało” 36% populacji)⁵. Jak zauważają Małgorzata Kisilowska, Anna Jupowicz-Ginalska i Łukasz Szurmiński, ten

Fenomen na stałe wpisał się w medialny pejzaż XXI wieku, a jako nowy sposób konsumpcji środków przekazu stał się przedmiotem interdyscyplinarnych badań naukowych, próbujących go definiować, klasyfikować, analizować jego przyczyny i skutki. Jak się okazało, nie były to zadania proste, gdyż BW od początku cechowały wieloznaczność i różnice interpretacyjne⁶.

² J. Waraksa, *Doświadczenie użytkownika w erze streamingu – analiza komparatystyczna serwisów VoD obecnych na polskim rynku*, „Dziennikarstwo i Media” 2020, nr 13, s. 215.

³ *The ‘The Twilight Zone’ is the Original Binge Watch*, „Film School Rejects”, <https://filmschoolrejects.com/the-twilight-zone-1959/> (dostęp: 10.05.2024).

⁴ E.C. Stevens, *Historical Binge-watching: Marathon-viewing on Videotape* [w:] M. Jenner (red.), *Binge-watching and Contemporary Television Studies*, Edinburgh University Press, Edinburgh 2021, s. 23.

⁵ M. Kisilowska, A. Jupowicz-Ginalska, Ł. Szurmiński, *Binge watching – definiowanie fenomenu na podstawie przeglądu literatury przedmiotu*, „Media Biznes Kultura” 2022, nr (12), s. 50.

⁶ *Ibidem*.

Dodatkowo ważnym zagadnieniem umożliwiającym zrozumienie *binge-watchingu* jest niewątpliwie *quality television* (QT)⁷, które charakteryzuje się złożoną narracją (serial posiada wielowątkową fabułę, złożonych bohaterów i bogate, wielowarstwowe historie), wysokimi standardami produkcyjnymi (co dotyczy zarówno jakości technicznej, jak i artystycznej) oraz bardzo często kontrowersyjną tematyką, która mogłaby być trudna lub niemożliwa do przedstawienia w bardziej konwencjonalnych programach telewizyjnych. QT w praktyce *binge-watchingu* sprzyja niewątpliwie zwiększonej immersji i zaangażowaniu, zaś – wspomniane wcześniej – bardziej złożone narracje otwierają większe możliwości ich recepcji. Jason Mittel zauważa, że wiele innowacyjnych programów telewizyjnych ostatnich dwudziestu lat zostało stworzonych przez reżyserów, którzy rozpoczęli karierę w filmie, medium o bardziej „tradycyjnym wpływie kulturowym” (należą do nich na przykład David Lynch, Barry Levinson, Aaron Sorkin, Joss Whedon, Alan Ball i J.J. Abrams)⁸. „Jakościowa telewizja” ma więc proveniencję filmową.

Kolejnym istotnym pojęciem związanym ze współczesnymi serialami jest ich nowa generacja określana jako „post-soap opera”. Produkcje typu „post-soap” charakteryzują się wyraźnie zdefiniowaną strukturą sezonową⁹. Ważną cechą jest zamknięcie wątku pobocznego w jednym odcinku, przy jednoczesnym kontynuowaniu głównych motywów przez cały sezon, aż do momentu kulminacyjnego w ostatnim epizodzie, gdzie następuje częściowe lub pełne rozwiązanie głównych wątków. Tematyka seriali typu „post-soap” często wykracza poza tradycyjne ramy telewizyjnej rozrywki. Jak zauważają Mirosław Filiciak i Barbara Giza, w tych nowoczesnych serialach występuje szerokie spektrum tematów: od narracyjnych innowacji, przez świadome wykorzystanie stereotypów, po łamanie obyczajowych tabu. To sprawia, że produkcje te są często kontrowersyjne, wymagające intelektualnie, a czasami wręcz prowokacyjne, co czyni je skutecznym narzędziem prezentacji współczesnych problemów egzystencjalnych. Ponadto, poruszają one kwestie, które wcześniej były domeną innych mediów, takich jak film, oraz innych gatunków telewizyjnych, jak programy publicystyczne¹⁰.

Wróćmy jednak do *binge-watchingu*. Swoistym przełomem w jego rozwoju i ugruntowaniu go jako fenomen oraz zachowanie konsumpcyjne był bez wątpienia

⁷ Odnosi się do telewizji o wysokim standardzie artystycznym, technicznym i narracyjnym, wyróżniającej się spośród tradycyjnych programów telewizyjnych. Pojęcie to zyskało popularność w latach 90. XX wieku, kiedy to stacje kablowe, takie jak HBO, zaczęły produkować serie o znacznie wyższej jakości niż te, które były dostępne na tradycyjnych kanałach sieciowych. Przykłady QT obejmują takie produkcje jak *Rodzina Soprano*, *Breaking Bad*, *Gra o tron* czy *Fargo*.

⁸ J. Mittel, *Narrative Complexity in Contemporary American Television*, „The Velvet Light Trap” 2006, nr 8, s. 29–40.

⁹ Termin „sezon” jest używany analogicznie do amerykańskiego *season*, odnoszącego się do serii odcinków emitowanych od ostatniego tygodnia września do końca maja. Każdy sezon zazwyczaj składa się z 21–23 odcinków, z których każdy trwa około 45 minut i jest nadawany raz w tygodniu.

¹⁰ M. Filiciak, B. Giza (red.), *„Post-soap”*. Nowa generacja seriali telewizyjnych, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011, s. 8.

czas pandemii COVID-19, kiedy to w związku ze stosowaniem niektórych środków zapobiegania rozprzestrzenianiu się wirusa SARS-CoV-2 (na przykład licznych lockdownów i obowiązkowej kwarantanny) miliardy ludzi zmuszone zostały do pozostania w swoich domach. Autorzy artykułu *Binge-watching and Mental Health Problems: A Systematic Review and Meta-analysis* wskazują, że izolacja podczas pandemii COVID-19 mogła być potencjalnym powodem angażowania się w *binge-watching*. Ograniczenie możliwości zaspokajania swoich potrzeb psychologicznych zaczęło skutkować „ucieczką” w łatwo dostępną rozrywkę – kompulsywne oglądanie seriali. Innymi słowy, dyskomfort psychiczny związany z izolacją oraz uczucie strachu i niepokoju, w konsekwencji pandemii, mogło mieć bezpośredni wpływ na zachowania polegające na *binge-watchingu*¹¹.

Chociaż nie ma zgody co do definicji BW – kilku autorów sugeruje¹², że głównym kryterium jego identyfikacji jest obejrzenie podczas jednego seansu co najmniej trzech lub więcej odcinków tego samego serialu telewizyjnego. Pomimo że termin „objadanie się” [*to binge*] zwykle odnosi się do negatywnych aspektów nadmiernych i szkodliwych zachowań (na przykład kompulsywnego jedzenia czy nadużywania alkoholu), BW reprezentuje typowy wzorec konsumpcji treści wideo we współczesnej kulturze. Z badań przeprowadzonych przez Amper Analysis od 63% do 73% obywateli amerykańskich i około 51% obywateli europejskich deklaruje zachowania związane z *binge-watchingiem*¹³ (około 60% to osoby młode: młodzi dorośli i studenci). Wielu autorów próbowało podkreślić główne cechy BW, biorąc pod uwagę przyczyny, skutki, czynniki środowiskowe i motywacyjne, a także wpływ wzorca na dobrostan psychiczny¹⁴. Niektóre badania, próbujące zdefiniować ryzyko i korzyści związane z BW, skupiały się na jego negatywnych aspektach (akcentując czynniki ryzyka dla zdrowia i codziennego funkcjonowania)¹⁵. Siedzący tryb życia, złe nawyki żywieniowe i negatywne skutki dla sfer psychicznej i społecznej wydają się być

¹¹ Z. Alimoradi et al., *Binge-watching and Mental Health Problems: A Systematic Review and Meta-analysis*, „International Journal of Environmental Research and Public Health” 2022, nr 19 (15), s. 2.

¹² Zob. D. Caramella, M. Biscuiti, *Can't Stop, Won't Stop: Binge-viewing Is Our New Favorite Addiction*, Miner, New York 2014; J.C. Horvath et al., *The Impact of Binge Watching on Memory and Perceived Comprehension*, „First Monday” 2017, nr 22 (9); H. Shim, *I Hate Binge-watching but I Can't Help Doing It: The Moderating Effect of Immediate Gratification and Need for Cognition on Binge-watching Attitude-behavior Relation*, „Telematics and Informatics” 2018, nr 35, s. 1971–1979.

¹³ *Ampere Analysis*, <https://www.ampereanalysis.com/insight/tv-binge-watching-increasingly-pronounced-in-mature-svod-market> (dostęp: 28.12.2023).

¹⁴ G. Forte et al., *Binge-watching. Development and Validation of the Binge-watching Addiction Questionnaire*, „Behavioral Science” 2021, nr 11 (2), s. 1–2.

¹⁵ R. Snyder, *Binge On: The Phenomenon of Binge Watching*, https://digitalcommons.lasalle.edu/honors_projects/3 (dostęp: 28.12.2023); A. Ort, D.S. Wirz, A. Fahr, *Is Binge-watching Addictive? Effects of Motives for TV Series Use on the Relationship between Excessive Media Consumption and Problematic Viewing Habits*, „Addictive Behaviors Reports” 2021, t. 13, s. 100325.

powiązane z BW, co potwierdza wyższy poziom lęku, depresji i izolacji społecznej odnotowany w grupie „praktykującej” *binge-watching* względem populacji ogólnej¹⁶.

Kisilowska, Jupowicz-Ginalska i Szurmiński wskazują na określone cechy, warunki, które muszą zostać spełnione, by zachowanie mogło zostać uznane za *binge-watching*. Mowa tu przede wszystkim o swoistej „[...] jednostce obliczeniowej, tj. czasie lub liczbie odcinków oglądanych w jednym ciągu, będącej podstawą uznania takiego «seansu» za bingowanie”. Dodatkowo są to:

- rodzaj/gatunek oglądanego materiału audiowizualnego i jego sekwencyjność;
- indywidualne decyzje widzów;
- zanurzenie w narrację¹⁷.

Dodatkowo można wyróżnić również następujące typy *binge-watchingu*: *hyper-binge* (powyżej 7 odcinków na seans), *binge* (3–7) i *regular* (1–2)¹⁸.

Z niniejszą klasyfikacją nie zgadzają się jednak Tanya Horeck, Mareike Jenner i Tina Kendall. W artykule *On Binge-watching: Nine Critical Propositions* zauważają, że to, co widzowie definiują jako „bingowanie”, prawdopodobnie ulegnie znacznej zmianie w zależności od szeregu czynników, w tym wieku, zawodu i sytuacji rodzinnej. Niezmiennie pozostaje to, że *binge-watching* zawsze jest rozumiany jako sposób konsumpcji „telewizji”, w której to widz (a nie harmonogram transmisji) decyduje, kiedy i co oglądać. Innym kluczowym – zdaniem badaczy – aspektem jest to, że BW ma miejsce tylko w przypadku formatów zserializowanych, a nie filmów lub tzw. *holiday specials*¹⁹.

Problem medium „platformy streamingowej”. Narracja w dobie mediów strumieniowych

Wpływ serwisów streamingowych na narrację w serialach jest jednym z najbardziej znaczących aspektów zmiany sposobu konsumpcji treści audiowizualnych. W dobie popularności *binge-watchingu* twórcy seriali dostosowują struktury narracyjne w taki sposób, aby lepiej odpowiadać na oczekiwania widzów preferujących nieprzerwany odbiór produkcji.

W tym miejscu warto pochylić się nad koncepcją *complex television* Jasona Mittella, określającą m.in. formalne właściwości współczesnej telewizji jako medium oraz zmianę w sposobie, w jaki obecnie jest ona rozumiana jako forma kulturowa. Według badacza tę kulturową transformację w „legitymizacji medium” najlepiej

¹⁶ G. Fortet et al., op. cit., s. 2.

¹⁷ M. Kisilowska, A. Jupowicz-Ginalska, Ł. Szurmiński, *Binge watching...*, op. cit., s. 52.

¹⁸ W. Trouleau et al., *Just One More: Modeling Binge Watching Behavior* [w:] *Proceedings of the 22nd ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, 2016, s. 1215–1224.

¹⁹ T. Horeck, M. Jenner, T. Kendall, *On Binge-watching: Nine Critical Propositions*, „Critical Studies in Television” 2018, nr 13 (4), s. 499–504.

widać w kreatywności twórców przyciąganych przez to medium, ale widać ją także w sposobie, w jaki seriale telewizyjne są „oceniane są jako część szerszego pola estetycznego”²⁰. Towarzyszy jej szereg zmian gospodarczych, technologicznych i przemysłowych, które pomogły ukształtować szerszy kontekst, w jakim pojawiło się *complex TV*. Mittell zauważa, że duża część telewizji narracyjnej nadal ogranicza się do klasycznej ramy opowiadania, i przyznaje, iż ten sposób opowiadania historii dostarcza widzom ogromnej przyjemności. Jednak jego analiza *complex TV* wyszczególnia również różne przyjemności wynikające z tak złożonych narracji. Sugeruje on, że ta „kompleksowość” narracyjna pojawiła się w latach 90. wraz z serialami takimi jak *Z Archiwum X* i *Buffy: Postrach wampirów*, ale od tego czasu została udoskonalona i rozwinięta. Obydwa seriale łączą w sobie to, co Mittell uważa za kluczową formalną właściwość „złożonej telewizji”: „wzajemne oddziaływanie wymagań narracji epizodycznej i serialnej, często oscylującej pomiędzy długimi fabułami i pojedynczymi odcinkami”²¹. Inne cechy obejmują przeplatające się wątki i „bardziej świadomy sposób opowiadania historii”. Te metarefleksyjne ramy pozwalają twórcom *complex television* zaprezentować swój sposób opowiadania historii i pogłębić przyjemność estetyczną czerpaną z ich recepcji. Badacz sugeruje, że takie seriale działają w oparciu o „estetykę operacyjną”, w ramach której widzowie uczą się formalnych wzorców opowiadania historii związanych z wybranym przez nich serialem, co wiąże się ze świadomością „wewnętrznych norm” każdego schematu opowiadania historii. Ta autorefleksyjna gra wytwarza „narracyjne efekty specjalne”, „operacyjną refleksyjność”, która przyciąga widzów z powrotem do sposobu, w jaki opowiadana jest historia, a także wywołuje oczekiwanie na to, jak narracja będzie się rozgrywać.

Oferta filmów, seriali i programów rozrywkowych dostępnych na różnych platformach streamingowych niewątpliwie odgrywa kluczową rolę w przyciąganiu uwagi widzów (dostępne są produkcje „narodowe”, europejskie, amerykańskie, azjatyckie). Poszczególne tytuły nie są zgromadzone na jednej platformie, lecz rozproszone między różnymi serwisami streamingowymi (które kreują zaś określony profil użytkownika poszukującego ulubionej rozrywki). To stwarza potrzebę zbudowania lojalności wobec konkretnej marki, zachęcenia do pozostania w gronie klientów, regularnych opłat za subskrypcję i korzystania z całego katalogu dostępnego na danej platformie (włączając w to produkcje, które są oryginalnymi dziełami serwisu)²². W rezultacie bardzo często konsument jest zmuszony do wykupienia dostępu do kilku serwisów.

Zdaniem Małgorzaty Kisilowskiej-Szurmińskiej złożoność treści medialnych wiąże się z zakresem i zróżnicowaniem oferowanych formatów. Mowa oczywiście o konwergencji mediów, wspomaganą potencjałem mediów społecznościowych. Social media wspierają komunikację pomiędzy autorami, dostawcami i użytkownikami,

²⁰ J. Mittell, *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York University Press, New York 2015, s. 37.

²¹ Ibidem, s. 19.

²² J. Waraksa, *Doświadczenie użytkownika w erze streamingu...*, op. cit., s. 216.

a także rozwój społeczności fanów, w której toczą się dyskusje na temat ulubionych narracji (i powstają produkcje spod znaku fan fiction). Społeczności te, a także wspomniana konwergencja mediów, umożliwiają niemal nieograniczony przepływ historii i postaci pomiędzy formatami. Wszystkie trzy elementy – media społecznościowe, społeczności fanów i konwergencja mediów – sprzyjają rozwojowi prosumeryzmu i kultury partycypacyjnej, w której czytelnicy, słuchacze i/lub widzowie mogą stać się autorami i recenzentami²³.

Ashish Wilson w artykule *Revolutionizing Narratives: The Impact of Streaming Platforms on Web Series Production* opisuje sposoby kreowania narracji w dobie popularności serwisów streamingowych²⁴. Należą do nich:

- przełamywanie ram tradycyjnych formatów – w przeciwieństwie do tradycyjnej telewizji platformy streamingowe nie przestrzegają sztywnych ograniczeń czasowych ani przerw reklamowych; ta nowo odkryta elastyczność dała twórcom swobodę układania rozbudowanych historii i wątków postaci bez presji dostosowywania się do z góry określonego czasu działania; seriale „streamowane” nie są już ograniczone do formatu 22-minutowego lub jednogodzinnego, co pozwala na bardziej zniuansowane i wciągające historie;
- globalna ekspozycja i dostępność – platformy streamingowe zniosły bariery geograficzne, umożliwiając twórcom dotarcie do odbiorców na całym świecie; ta globalna dostępność nie tylko rozszerzyła rynek seriali internetowych, lecz także sprzyjała współpracy międzykulturowej; produkcja seriali internetowych nie jest już ograniczona do konkretnego regionu, co pozwala na bogatą wymianę pomysłów i perspektyw;
- zmieniająca się dynamika produkcji – bez wątpienia, pojawienie się platform streamingowych zakłóciło tradycyjne modele produkcji; punkt ciężkości przesunął się z przyciągania odbiorców masowych na obsługę rynków niszowych i określonych grup demograficznych; umożliwiło to twórcom dostosowywanie treści do unikatowych gustów i preferencji, co doprowadziło do powstania bardziej zróżnicowanej i inkluzywnej oferty seriali;
- nowe wyzwania stojące przed twórcami seriali – nie ulega wątpliwości, że do poważnych przeszkód mogą należeć ogromna konkurencja, presja wyróżnienia się na rynku oraz zapotrzebowanie na treści o niezmiennie wysokiej jakości; dodatkowo, algorytmy zarządzające rekomendacjami treści mogą być zarówno błogosławieństwem, jak i przekleństwem, wpływając na to, co widzą widzowie, i sprawiając, że kluczowym czynnikiem staje się ich wykrywalność;

²³ M. Kisilowska-Szurmińska, *Binging – A Fad or Permanent Change in Media Consumption: A Critical Literature Review*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2022, nr 3 (251), s. 79.

²⁴ A. Wilson, *Revolutionizing Narratives: The Impact of Streaming Platforms on Web Series Production*, „Medium”, 17.11.2023, <https://medium.com/@ashish006734/revolutionizing-narratives-the-impact-of-streaming-platforms-on-web-series-production-a0b7de2eea06> (dostęp: 5.01.2024).

- kwestia promocji nowych produkcji – aby skutecznie poruszać się po cyfrowym krajobrazie, twórcy seriali muszą zastosować strategie SEO dostosowane do środowiska platformy streamingowej; włączenie słów kluczowych, takich jak „serial oryginalny”, „wybrane dla ciebie”, może zwiększyć bezsprzecznie ich widoczność; wykorzystując wyszukiwane hasła i bieżące trendy, twórcy mogą zmaksymalizować widoczność i przyciągnąć szerszą publiczność²⁵.

Przyjrzyjmy się treściom oferowanym przez serwis Netflix, którego produkcje oryginalne znane są z różnorodnych i innowacyjnych technik opowiadania historii. Te unikatowe strategie programowe niewątpliwie przyczyniły się do ewolucji opowiadania historii w epoce cyfrowej. Produkując i dystrybuując własne treści, Netflix rzucił wyzwanie „tradycyjnym” kanałom telewizyjnym, co zakłóciło dotychczasowy krajobraz medialny. Ta zmiana pozwoliła na bardziej zróżnicowane i innowacyjne podejście do *storytellingu*, ponieważ Netflix ma swobodę eksperymentowania z różnymi formatami i strukturami narracyjnymi. Gatunki telewizyjne uległy hybrydyzacji. Jak zauważa Arkadiusz Lewicki: „Dominuje technika kolażu, pozwalająca łączyć różne modalności – czasowe, przestrzenne czy gatunkowe – w ramach jednego przekazu”²⁶. Najpopularniejsze typy i techniki stosowane w oryginalnych treściach serwisu Netflix zostały zebrane przez Petra Katerynych, Vita i Olesa Goian²⁷. Należą do nich:

- nieliniowe opowiadanie historii: seriale takie jak *Dark* (2017–2020) i *Stranger Things* (2016–2022) wykorzystują nieliniową narrację, aby utrzymać zaangażowanie widzów i zapewnić bardziej złożoną narrację. Alinearne opowiadanie historii można również wykorzystać, aby zapewnić pełniejszy obraz postaci lub wydarzenia, pokazując, w jaki sposób przeszłe doświadczenia kształtują ich teraźniejszość i przyszłość;
- „zserializowany” *storytelling*: jest to sposób opowiadania historii, w którym każdy odcinek opiera się na poprzednim, tworząc ciągłą i ciągłą historię, by utrzymać zainteresowanie widza postaciami i rozwojem historii; przykładem może być wspomniany wcześniej *House of Cards* (2013–2018), będący dramatem politycznym opowiadającym o makiawelicznych machinacjach bezwzględnego i przebiegłego polityka;
- opowiadanie koncentrujące się na postaciach: ten typ narracji koncentruje się na rozwoju postaci i ich osobistych podróżach; przykładami mogą być seriale takie jak *Orange Is the New Black* (2013–2019), *BoJack Horseman* (2014–2020), *Gambit królowej* (2020);

²⁵ Ibidem.

²⁶ A. Lewicki, *Od House'a do Shreka. Seryjność w kulturze popularnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2011, s. 11.

²⁷ P. Katerynych, V. Goian, O. Goian, *Exploring the Evolution of Storytelling in the Streaming Era: A Study of Narrative Trends in Netflix Original Content*, „Communication Today” 2023, nr 14 (2), s. 33–34.

- opowiadanie w stylu dokumentalnym: technika łączy elementy opowiadania historii z prawdziwymi wydarzeniami – seria *Rozmowy z zabójcą...* wykorzystuje narrację w stylu dokumentalnym, aby zapewnić faktyczną i dogłębną eksplorację prawdziwych wydarzeń;
- „antologia”²⁸: każdy sezon lub odcinek przedstawia inną historię, ma inne miejsce akcji i obsadę postaci; seriale takie jak *Miłość, śmierć i roboty* (2019), *American Horror Story* (2011–obecnie) i *The Umbrella Academy* (2019) wykorzystują opowiadanie antologiczne, aby zaprezentować widzom szeroką gamę historii i tematów w ramach jednej serii;
- *storytelling* oparty na retrospekcji: wykorzystuje odniesienia do wydarzeń z przeszłości – przykładem mogą być serie takie jak *Narcos* (2015–2017) czy *The Crown* (2016–2023);
- opowiadanie epizodyczne: ten typ *storytellingu* skupia się na pojedynczych historiach lub epizodach, każdy odcinek stanowi zamkniętą całość – najpopularniejsza produkcja to bez wątpienia *Czarne lustro* (2011–2023);
- „immersyjny” *storytelling*: strategię charakteryzuje bogactwo różnorodnych wątków, które przecinają się i nakładają, tworząc w ten sposób większą i bardziej złożoną narrację; przykładem może być *Sense8* (2015–2018), który wykorzystując powiązane ze sobą historie, prezentuje zagadnienia tożsamości i różnorodności, a także kwestie społeczne i polityczne, które wpływają na każdą postać; akcja serialu rozgrywa się w wielu ciekawych lokalizacjach, prezentowane są różne języki i kultury, tworząc globalną i różnorodną narrację;
- opowiadanie historii w czasie rzeczywistym polega na przedstawianiu wydarzeń w narracji w sposób, w jaki mają one miejsce w świecie opowieści, odzwierciedlając czas trwania samej opowieści; na przykład, jeśli historia rozgrywa się w ciągu jednej godziny, film lub serial również będzie obejmował taki sam okres; technika ta zwiększa u odbiorców poczucie autentyczności; akcja serialu *Russian Doll* (2019) kręci się wokół Nadii, która wielokrotnie przeżywa tę samą noc w pętli czasowej; każdy odcinek trwa około 25 minut, co odpowiada długości życia Nadii w narracji; w *Bandersnatch* (2018), interaktywnym filmie będącym częścią antologii *Czarnego lustra*, wybory widzów (dokonywane za pośrednictwem interfejsu) wpływają na fabułę, czego

²⁸ Serial antologiczny zrywa z tradycyjną formą narracji, która rozwija się ciągle od pierwszego do ostatniego odcinka. Jego struktura opiera się na pojedynczych odcinkach lub sezonach, z których każdy przedstawia odrębną, jednolitą historię z własnymi miejscami akcji i postaciami. Dzięki temu działa jako seria niezależnych programów: telewizyjnych filmów (gdy odcinki są odrębnymi opowieściami) lub miniseriów (gdy sezony mają własne fabuły), czasami nawet z odrębnymi tytułami. Historie w serialu antologicznym mogą, ale nie muszą, być ze sobą powiązane przez wspólne postacie lub motywy.

efektem jest wiele zakończeń i rozgałęzionych narracji, które ewoluują w czasie rzeczywistym²⁹.

Film i serial w epoce platform streamingowych – problem definicji

W ostatniej dekadzie, wraz z pojawieniem się serwisów streamingowych i ich dynamicznym rozwojem, doszło do znaczącej transformacji w obrębie definicji gatunku serialu. Zjawisko *binge-watchingu* nie tylko stało się popularną formą konsumpcji treści, lecz także wpłynęło na wspomniany wcześniej sposób produkcji i narracji serialowej.

W literaturze można zauważyć swoiste „otwieranie się” pojęcia w miarę ewolucji (nowych) mediów. Zwróćmy chociażby uwagę na „klasyczną” definicję serialu przygotowaną przez Walerego Pisarka: to „program telewizyjny, najczęściej fabularna opowieść filmowa (rzadziej dokument lub film animowany), prezentowana w regularnych odstępach czasu; ukazuje w skończonej liczbie odcinków jedną opowieść, tworzącą fabularnie całość”³⁰. Wskazana przez badacza „prezentacja w regularnych odstępach czasu” stała się w dobie platform streamingowych swego rodzaju fikcją (choć warto zaznaczyć, że niektóre z serwisów, na przykład Max, próbują utrzymać tę praktykę, publikując kolejne odcinki na przykład co tydzień; Netflix z kolei te bardziej popularne produkcje zaczął dzielić na części („połowa epizodów sezonu teraz – druga połowa za miesiąc”). „Skończona liczba odcinków” zależy od kreatywności twórców, którzy często mimo zapowiedzi końca sezonu mogą dalej (na prośbę fanów) rozwijać historię.

Przyjrzyjmy się propozycji Wiesława Godzica: w jego ujęciu serial to narracyjna forma telewizyjna,

która reprezentuje w sposób regularny epizody, zawierające symultanicznie rozgrywane się historie z udziałem stałej grupy bohaterów. Epizody łączą się na ogół związkiem przyczynowo-skutkowym i rozwijają się fabularnie. Odcinki serialu zwykle nie mają wyrazistego zakończenia, w ramach pojedynczego epizodu zawierają na samym końcu zaskakujący element zawieszenia uwagi³¹.

Od tej formuły odchodzą jednak wspomniana wcześniej „antologia” czy opowiadanie epizodyczne³².

²⁹ P. Katerynych, V. Goian, O. Goian, *Exploring the Evolution of Storytelling...*, op. cit., s. 33–34.

³⁰ W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej*, Universitas, Kraków 1996, s. 94.

³¹ W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Kraków 2004, s. 37.

³² Warto w tym miejscu przypomnieć, że w języku angielskim *serial* to „historia wyemitowana w kilku częściach w telewizji” (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/serial> [dostęp: 12.01.2024]), zaś *series* uważane jest za „zbiór audycji telewizyjnych lub radiowych na ten sam temat lub wykorzystujących te same postaci, ale w różnych sytuacjach” (<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/series> [dostęp: 12.01.2024]).

Jak konstatuje Dariusz Baran: „Definicja serialu stanowi więc zaledwie punkt wyjścia, albowiem związana jest z nim nowa nomenklatura pojęciowa, bez której trudniej ocenić jego znaczenie jako fenomenu kulturowego”³³. Sposób opisu gatunku w dobie szybkiej transformacji medium „televizji” staje się elastyczny. Serial rozszerza się do granic gatunkowych filmu, a nawet je przekracza i wpływa na ten ostatni.

Serial *Tacy właśnie jesteśmy* (2020) Luki Guadagnino został zaplanowany przez reżysera jako „X-odcinkowy film”. Twórca powiedział, że decyzja o wyemitowaniu serialu podczas Festiwalu Filmowego w San Sebastian jako jednego długiego 446-minutowego filmu była bardziej zgodna z jego wizją historii niż oglądanie jej epizodycznie. Jak powiedział reżyser: „Widowisko zostało pomyślane jako całość i mam świadomość, że w telewizji pracuje się w odcinkach, ale w tym przypadku tak naprawdę pracowaliśmy nad nim jako całością, jako filmem fabularnym. Nie musiałam więc zbytnio zmieniać swojego podejścia [do opowiadania historii]”³⁴. Kolejnym przykładem jest antologia *Mały topór* (2020, reż. Steve McQueen), która w 2020 roku otrzymała od L.A. Film Critic Association nagrodę dla najlepszego filmu roku³⁵. To dowodzi, że w świecie zafascynowanym mediami strumieniowymi granice definicji są niezwykle płynne.

Chuck Tryon zauważa, że zamiast traktować przesyłanie strumieniowe i rywkę *on demand* jako formaty rewolucjonizujące telewizję, powinniśmy zamiast tego postrzegać je jako wygodne narracje, które służą promowaniu bardziej pożądanym sposobów konsumpcji mediów. Ta redefinicja telewizji postępuje w miarę, jak sama telewizja staje się coraz trudniejsza do zdefiniowania – osiągnęliśmy „erę posttelewizyjną”³⁶. Dla badaczy jak Michael Strangelove praktyki takie jak „odcinanie kabli” (trend konsumencki polegający na rezygnacji z abonamentu telewizji kablowej na rzecz opcji na żądanie i online) są celową taktyką, dzięki której widzowie działają w oparciu o poczucie niezadowolenia z zawyżonych cen abonamentów telewizji kablowej³⁷. Chociaż Netflix promuje się często jako radykalna transformacja medium, jakim jest telewizja, jego opowieść o przyszłości telewizji przywołuje na

³³ D. Baran, *Wymiary współczesnego serialu telewizyjnego* [w:] D. Bruszezewska-Przytuła, A. Naruszewicz-Duchlińska (red.), *Seriale w kontekście kulturowym. Gatunki – motywy – mutacje*, Instytut Polonistyki i Logopedii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Olsztyn 2016, s. 3.

³⁴ K. Aftab, *Luca Guadagnino’s ‘We Are Who We Are’ Bows in Its Entirety at San Sebastian*, „Variety”, 22.09.2020, <https://variety.com/2020/film/festivals/luca-guadagnino-we-are-who-we-are-san-sebastian-1234778748/> (dostęp: 12.01.2024).

³⁵ *Serial „Mały topór” najlepszym... filmem roku*, „Interia Film”, 21.12.2020, <https://film.interia.pl/wiadomosci/news-serial-maly-topor-najlepszym-filmem-roku,nId,4940588> (dostęp: 12.01.2024).

³⁶ Ch. Tryon, *TV Got Better: Netflix’s Original Programming Strategies and Binge Viewing*, „Media Industries Journal” 2015, nr 2 (2), s. 115.

³⁷ M. Strangelove, *Post-TV: Piracy, Cord-Cutting, and the Future of Television*, University of Toronto Press, Toronto 2015, s. 14.

myśl znacznie dłuższą historię dyskursów promocyjnych, które celebują technologiczne zmiany w tym medium jako posiadające rewolucyjny potencjał³⁸.

Wnioski te potwierdzają, że nie tylko serwisy streamingowe i praktyka *binge-watchingu* mają znaczący wpływ na transformację gatunku serialu – presję nań niewątpliwie wywierają zmieniające się nawyki konsumpcyjne widzów, pod wpływem których twórcy adaptują swoje strategie narracyjne i produkcyjne, co przyczynia się do ciągłej ewolucji seriali jako formy artystycznej i kulturowej.

Percepcja seriali na dostępnych platformach streamingowych – zmiana zachowań konsumpcyjnych

W jaki sposób serwisy streamingowe wpływają na powstanie nowych zachowań konsumpcyjnych? Niezwykle ważny okazuje się znów kontekst samego środka przekazu. Dzięki „inteligentnym” telewizorom (smart TV) oraz urządzeniom mobilnym stale podłączonym do internetu „bingowanie” (choćby w porównaniu do serwisów VOD starszego typu) jest niewątpliwie wygodniejsze, dostępne (interfejs „aplikacji” VOD był bardzo często nieintuicyjny), a przez to bardziej wciągające – wpływa na transformacje i utrwalenie wzorców konsumpcji nowych mediów. Platformy streamingowe odpowiadają potrzebie „natychmiastowości” (bycia „instant”), natomiast w erze „przed Netlixem” nagranie programu należało zaplanować, odpowiednio zaprogramować na dekodерze (lub odpowiedniej nagrywarce). Współcześnie użytkownicy bardzo często korzystają z tzw. „strategii trzech ekranów” – aplikacje platform streamingowych umożliwiają chociażby rozpoczęcie konsumpcji serialu czy innej produkcji na smart TV i jej kontynuację, na przykład w drodze do pracy czy w poczekalni, na urządzeniu mobilnym. Oglądanie „filmów” na smartfonach i tabletach stanowi obecnie znaczną część transmisji strumieniowej i wpływa na sposób, w jaki konsumenci spędzają czas przeznaczony na rozrywkę. Dodatkowo, niezwykle ważną kwestią jest przyjazny użytkownikowi interfejs, który ułatwia korzystanie z treści, utrwała zachowania konsumpcyjne związane z BW.

Binge-watching – zdaniem Lothara Mikosa i Deborah Castro – ilustruje zmianę od komunikacji masowej do masowej personalizacji. Algorytmy usług VoD prezentują użytkownikom spersonalizowaną ofertę, która obejmuje nie tylko treści i systemy rekomendacji, lecz także na przykład wygląd ekranu startowego przy dostępie do serwisu Netflix³⁹. Widzowie dostosowują sposób korzystania z telewizji do swojej sytuacji i preferencji. *Binge-watching* jest postrzegany jako czas „dla mnie” oraz jako wspólne zajęcie z partnerami, rodziną, a czasem przyjaciółmi. Głębokie zanurzenie w złożone narracje seriali i identyfikacja z bohaterami, w połączeniu z technologią streamingu umożliwiającą natychmiastowe rozpoczęcie kolejnego odcinka, sprzyjają

³⁸ C. Tryon, *TV Got Better...*, op. cit., s. 115.

³⁹ L. Mikos, D. Castro, *Binge-watching and the Organisation of Everyday Life* [w:] M. Jenner (red.), *Binge Watching and Contemporary Television Studies*, op. cit., s. 112.

doświadczeniu „flow”. To pokazuje, jak zmiany technologiczne (streaming, algorytmy) i zmiany na rynku telewizyjnym (szczyt popularności *complex TV*) są kluczowe dla *binge-watchingu*⁴⁰.

Spróbujmy raz jeszcze pochylić się nad „użytkownikiem”. Podejście do *binge-watchingu* z perspektywy teorii „użytkowania i korzyści” jest tym ważniejsze, że ten rodzaj konsumpcji jest ściśle powiązany z aktywnym zachowaniem, w którym siła kontroli spoczywa w rękach użytkowników. Konsumenty oczekują obecnie, że będą oglądać to, czego chcą i kiedy tego chcą. Matthew Pittman i Kim Sheehan zidentyfikowali pięć głównych typów motywacji związanych z *binge-watchingiem* – należą do nich: zaangażowanie, relaks, zajęcie czasu, hedonizm i społeczny komponent konsumpcji. Według badaczy najważniejszym czynnikiem dla użytkowników decydujących się na oglądanie bez przerwy jest fakt, że ten rodzaj konsumpcji powoduje wyższy stopień zaangażowania niż oglądanie pojedynczego odcinka. Taki rodzaj immersji może wynikać z wyższej jakości produkcji lub z faktu, że jednostki chętniej oglądają program podczas „maratonów” i większą uwagę poświęcają światu fikcyjnemu⁴¹. Jednocześnie stopień zaangażowania konsumentów jest wprost proporcjonalny do częstotliwości angażowania się w *binge-watching*. Im bardziej użytkownik czuje się emocjonalnie zaangażowany w historię, im więcej uczuć rozwija w stosunku do bohaterów, tym częściej decyduje się na tego typu zachowania⁴².

Nie ulega wątpliwości, że platformy streamingowe odegrały ogromną rolę w transformacji społecznych interakcji związanych z oglądaniem treści. Seriale, będące przedmiotem *binge-watchingu*, często stają się tematem rozmów w mediach społecznościowych i w codziennych dyskusjach, co sprzyja budowaniu wspólnoty wokół określonych tytułów. Tym samym serial i jego odcinki mogą być postrzegane jako dłuższe narracje, które oferują bogatsze tło dla społecznej interakcji w porównaniu do pojedynczych filmów⁴³. Tzw. *social viewing* stał się trendem i dodatkową zachętą do intensywnego korzystania z platform streamingowych.

Autorzy artykułu *Time-shifting vs. Appointment Viewing: The Role of Fear of Missing Out within TV Consumption Behaviors* zbadali zależność pomiędzy FOMO (*Fear of Missing Out*, czyli strachem, że coś nas omija, nie jesteśmy na bieżąco) i *binge-watchingiem*, co doprowadziło ich do bardzo ważnych wniosków. Zdaniem badaczy rola tego zjawiska w wyborze tempa oglądania programów telewizyjnych jest bardzo istotna:

Wydaje się, że FOMO napędza wiele zmian widocznych we współczesnej konsumpcji mediów. Częścią przyjemności oglądania telewizji jest możliwość porozmawiania o tym z przyjaciółmi i bycie częścią nadrzędnej, kulturalnej rozmowy. Jest to szczególnie widoczne w przypadku

⁴⁰ Ibidem, s. 126–127.

⁴¹ Zob. M. Pittman, K. Sheehan, *Sprinting a Media Marathon: Uses and Gratifications of Binge-watching Television through Netflix*, „First Monday” 2015, nr 20 (10), s. 20.

⁴² P. Boca, *Good Things Comes to Those Who Binge: An Exploration of Binge-watching Related Behavior*, „Journal of Media Research” 2019, nr 12 (2/34), s. 12.

⁴³ Ibidem.

seriali, w których wątki i zwroty akcji mogą zostać przedwcześnie ujawnione, szczególnie im dłużej widz czeka na obejrzenie bieżących odcinków. Takie zachowanie nie było widoczne w przypadku reality shows czy seriali komediowych, w których jednostki mogą łatwo poruszać się zarówno w narracji, jak i poza nią⁴⁴.

W tym samym badaniu widać bardzo wyraźnie związek FOMO z zserializowanymi narracjami telewizyjnymi, który jest trójstronny: z jednej strony istnieje kategoria fanów, którzy oglądają cotygodniowe odcinki zaraz po ich emisji, aby mieć pewność, że nikt nie ogląda treści ani nie omawia fabuły przed nimi. Drugi typ widzów praktykuje *binge-watching*, aby nadrobić odcinki, które przegapił podczas „premiery” na platformie, tak, by móc dołączyć do bieżącej dyskusji. Trzeci typ użytkowników bierze udział w „maratonach” i konsumuje treści w sposób przyspieszony, być może z obawy, że przegapią ważną czy modną produkcję, lub dlatego, że czują presję rekomendacji swoich znajomych⁴⁵. W tym sensie autorzy zauważają, że FOMO mogłoby wyjaśnić, w jaki sposób ludzie decydują się na oglądanie filmów nie dlatego, iż taka jest ich spontaniczna decyzja, ale raczej z domniemanej psychologicznej potrzeby, by nie zostać wykluczonym z dyskusji i odniesień do filmów⁴⁶.

Oprócz omawianego zjawiska i społecznościowego wymiaru BW do innych kluczowych czynników powodujących, że użytkownicy angażują się w tego typu zachowania, są nuda i chęć wypełnienia swojego wolnego czasu łatwo dostępną rozrywką⁴⁷. Cytowane badanie pokazuje również, że oglądanie maratonów niekoniecznie jest stałym zachowaniem wszystkich konsumentów, ale stanowi część bardziej złożonej sieci sposobów interakcji użytkowników z systemem medialnym. Użytkownicy są jednak zdania, że możliwość odbycia sesji *binge-watchingu* jest istotną zaletą współczesnych serwisów VOD. W ten sposób dystrybucja *all-at-once* ma bezpośredni wpływ na poziom zadowolenia klientów i prowadzi do utrzymania subskrypcji, zamiast rezygnacji z usługi (co mogłoby złamać pewien rytuał).

Serwisy streamingowe wykorzystują zaawansowane algorytmy rekomendacji, które personalizują odkrywanie treści pod kątem użytkowników. W rezultacie konsumenci często polegają na tych pozytywnych opiniach, aby odkryć nowe programy i filmy. Jak już wcześniej wspomniałam, Netflix i inni giganci zajmujący się streamingiem poczynili ponadto znaczne inwestycje w produkcję oryginalnych treści. Transformacji uległo nie tylko to, gdzie znajdujemy nasze ulubione programy i filmy, lecz także zmiana zachowań konsumentów w kierunku subskrypcji treści na wyłączność. Tradycyjne abonamenty sieci kablowych musiały stawić czoła konkurencji ze strony usług przesyłania strumieniowego, co doprowadziło do powstania trendu

⁴⁴ L. Conlin, C. Billings, L. Auverset, *Time-shifting vs. Appointment Viewing: The Role of Fear of Missing Out within TV Consumption Behaviors*, „Communication & Society” 2016, nr 29 (4), s. 162.

⁴⁵ Ibidem, s. 154–155.

⁴⁶ Ibidem.

⁴⁷ J. Merikivi et al., *Binge Watching Television Shows: Conceptualization and Measurement*, „Research Papers. Twenty-Fourth European Conference on Information Systems (ECIS)” 2016, nr 16, s. 1–16.

zwanego „przecinaniem przewodów”⁴⁸. Joanna Waraksa podkreśla, że „Konsekwencją tego procesu, jak również faktu rewolucji cyfrowej jest rezygnacja z własności na rzecz dostępu. Kupujący zmienili się w użytkowników, którzy zamiast posiadać korzystają. Wraz z pojawieniem się serwisów streamingowych można obserwować wytworzenie się nowego rodzaju odbiorcy”⁴⁹.

Globalny zasięg platform streamingowych sprawił, że treści międzynarodowe stały się dostępne bardziej niż kiedykolwiek. Istotne w kontekście niniejszych rozważań jest stwierdzenie Netflix, że tworzy „pierwszą globalną sieć telewizyjną”⁵⁰. W efekcie dochodzi do zauważalnego zacierania elementów narodowych w promocji oryginalnych produkcji, co wpisuje się w szerszy proces „renegocjacji narodowych funkcji telewizji”⁵¹. Globalne aspiracje Netflix oraz związane z nimi treści, adresowane do odbiorców na całym świecie, odnoszą się do swoistej „kultury binge”. Baerbel Goebel Stolz argumentuje, że Netflix tworzy kulturę, której produkty są przedmiotem międzynarodowego handlu i dlatego muszą być marketingowo atrakcyjne i dostępne, aby można było sprzedać markę „globalnej telewizji”. Twierdzi on ponadto, że celem Netflix jest przyciągnięcie lokalnej publiczności, aby „sprzedać globalne obywatelstwo jako nowy kapitał kulturowy serwisu”. Według badacza na tym właśnie polega kultura dostosowana do serialowego „obżarstwa”⁵².

Konsumenci coraz częściej eksplorują treści obcojęzyczne, poszerzając swoje horyzonty poza języki ojczyste. To zaś zmienia sposób, w jaki treści są nie tylko dystrybuowane, lecz także produkowane. Może to doprowadzić do wzrostu produkcji treści lokalnych, które są dystrybuowane globalnie, zacierając kulturowe granice i promując większą różnorodność w mediach. Taki model może również wpłynąć na zachowania użytkowników, którzy będą mieli szerszy dostęp do różnorodnych perspektyw i narracji, co może przyczynić się do zwiększenia empatii i zrozumienia międzykulturowego. Telewizja strumieniowa odegrała znaczącą rolę w globalizacji kultury, ułatwiając międzynarodowym treściom dotarcie do odbiorców na całym świecie. Ta międzykulturowa wymiana nie tylko poszerzyła horyzonty widzów, lecz także stworzyła mocniej połączoną i empatyczną społeczność globalną, kwestionując perspektywy etnocentryczne i promując różnorodność kulturową.

Konkluzje

Nie ulega wątpliwości, że krajobraz streamingu stale ewoluuje – biorąc udział w tym wyścigu, dostawcy treści są zmuszeni do nieustannej aktualizacji oferty, tworzenia

⁴⁸ A. Wilson, *Revolutionizing Narratives...*, op. cit.

⁴⁹ J. Waraksa, *Doświadczenie użytkownika w erze streamingu...*, op. cit., s. 214–215.

⁵⁰ B.G. Stolz, *National, Transnational, Transcultural Media: Netflix – The Culture-binge* [w:] M. Jenner (red.), *Binge-watching and Contemporary Television Studies*, op. cit., s. 189.

⁵¹ *Ibidem*, s. 246.

⁵² *Ibidem*, s. 182.

nowych, wciągających typów narracji, frapujących scenariuszy, ciekawych formatów i – co ważne – udoskonalania interfejsu serwisu.

Fenomen *quality television* w kontekście *binge-watchingu* pokazuje, jak zmieniające się technologie i modele konsumpcji wpływają na produkcję i odbiór treści telewizyjnych. QT korzysta na *binge-watchingu*, który pozwala widzom na głębsze i bardziej zaangażowane doświadczenie, jednocześnie zmieniając sposób, w jaki producenci podchodzą do tworzenia złożonych narracji. Jak wskazują badania, relacja ta jest korzystna dla obu stron: widzowie czerpią większą satysfakcję z oglądania, a twórcy mają możliwość eksperymentowania i podnoszenia jakości swoich produkcji.

Kluczem do sukcesu jest ponadto zrozumienie preferencji konsumentów w zakresie oglądania na żądanie, personalizacji, tworzenia oryginalnych treści, dostępności mobilnej i globalnej dostępności. Jak zostało powiedziane: platformy streamingowe przekształciły widza w „użytkownika”, który bardzo często w trybie „maratonowym” konsumuje interesujące go treści, by następnie toczyć o nich dyskusje zarówno w świecie realnym, jak i wirtualnym. Ważnym elementem tego łańcucha zachowań konsumpcyjnych są bezsprzecznie coraz doskonalsze algorytmy, rekomendujące treści, intensyfikujące aktywności związane z BW. Jak te działania wpłynęły i będą wpływać na gatunek filmu i serialu? Granice między nimi upłynniły się, sama konsumpcja zdecydowanie przyspieszyła. „Objadanie się” treściami wizualnymi (często w stylu *fast*) stało się poniekąd dominantą współczesnej kultury. Czy ów trend kiedykolwiek się odwróci? Po raz kolejny decyzję podejmą użytkownicy.

Bibliografia

- Aftab K., *Luca Guadagnino's 'We Are Who We Are' Bows in Its Entirety at San Sebastian*, „Variety”, 22.09.2020, <https://variety.com/2020/film/festivals/luca-guadagnino-we-are-who-we-are-san-sebastian-1234778748/> (dostęp: 12.01.2024).
- Alimoradi Z. et al., *Binge-watching and Mental Health Problems: A Systematic Review and Meta-Analysis*, „International Journal of Environmental Research and Public Health” 2022, nr 19 (15), s. 1–24.
- Ampere Analysis*, <https://ampereanalysis.com/insight/tv-binge-watching-increasingly-pronounced-in-mature-svod-markets> (dostęp: 28.12.2023).
- Baran D., *Wymiary współczesnego serialu telewizyjnego* [w:] D. Bruszezka-Przytuła, A. Naruszewicz-Duchlińska (red.), *Seriale w kontekście kulturowym. Gatunki – motywy – mutacje*, Instytut Polonistyki i Logopedii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Olsztyn 2016.
- Boca P., *Good Things Comes to Those Who Binge: An Exploration of Binge-watching Related Behavior*, „Journal of Media Research” 2019, nr 12 (2/34), s. 6–31.
- Bruszezka-Przytuła D., Naruszewicz-Duchlińska A. (red.), *Seriale w kontekście kulturowym. Gatunki – motywy – mutacje*, Instytut Polonistyki i Logopedii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, Olsztyn 2016.
- Caramella D., Biscuiti M., *Can't Stop, Won't Stop: Binge-viewing Is Our New Favorite Addiction*, Miner, New York 2014.

- Conlin L., Billings C., Auverset L., *Time-shifting vs. Appointment Viewing: The Role of Fear of Missing Out within TV Consumption Behaviors*, „Communication & Society” 2016, nr 29 (4), s. 151–162.
- Filiciak M., Giza B. (red.), *„Post-soap”. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011.
- Forte G. et al., *Binge-watching: Development and Validation of the Binge-watching Addiction Questionnaire*, „Behavioral Science” 2021, nr 11 (2), s. 1–15.
- Godzic W., *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków 2004.
- Horeck T., Jenner M., Kendall T., *On Binge-watching: Nine Critical Propositions*, „Critical Studies in Television” 2018, nr 13 (4), s. 499–504.
- Horvath J.C. et al., *The Impact of Binge Watching on Memory and Perceived Comprehension*, „First Monday” 2017, nr 22 (9), <https://doi.org/10.5210/fm.v22i9.7729>, <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7729/6532> (dostęp: 23.09.2024).
- Jenner M. (red.), *Binge-watching and Contemporary Television Studies*, Edinburgh University Press, Edinburgh 2021.
- Katerynych P., Goian V., Goian O., *Exploring the Evolution of Storytelling in the Streaming Era: A Study of Narrative Trends in Netflix Original Content*, „Communication Today” 2023, nr 14 (2), s. 29–41.
- Kisilowska-Szurmińska M., *Binging – A Fad or Permanent Change in Media Consumption: A Critical Literature Review*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2022, nr 3 (251), s. 73–82.
- Kisilowska M., Jupowicz-Ginalska A., Szurmiński Ł., *Binge watching – definiowanie fenomenu na podstawie przeglądu literatury przedmiotu*, „Media Biznes Kultura” 2022, nr 1 (12), s. 49–67.
- Lewicki A., *Od House’a do Shreka. Seryjność w kulturze popularnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2011.
- Melosik Z., *Kultura instant. Paradoksy pop-tożsamości*, „Dydaktyka Literatury” 2004, t. 24, s. 67–81.
- Merikivi J. et al., *Binge Watching Television Shows: Conceptualization and Measurement*, „Research Papers. Twenty-Fourth European Conference on Information Systems (ECIS)” 2016, nr 16, s. 1–16.
- Mittell J., *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*, New York University Press, New York 2015.
- Ort A., Wirz D.S., Fahr A., *Is Binge-watching Addictive? Effects of Motives for TV Series Use on the Relationship between Excessive Media Consumption and Problematic Viewing Habits*, „Addictive Behaviors Reports” 2021, t. 13.
- Pisarek W., *Słownik terminologii medialnej*, Universitas, Kraków 1996.
- Pittman M., Sheehan K., *Sprinting a Media Marathon: Uses and Gratifications of Binge-watching Television through Netflix*, „First Monday” 2015, nr 20 (10), <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/6138/4999> (dostęp: 23.09.2024).
- Serial „Mały topór” najlepszym... filmem roku*, „Interia Film”, 21.12.2020, <https://film.interia.pl/wiadomosci/news-serial-maly-topor-najlepszym-filmem-roku,nId,4940588> (dostęp: 12.01.2024).
- Shim H. et al., *I Hate Binge-watching but I Can't Help Doing It: The Moderating Effect of Immediate Gratification and Need for Cognition on Binge-watching Attitude-behavior Relation*, „Telematics and Informatics” 2018, nr 35, s. 1971–1979.

- Snyder R., *Binge On: The Phenomenon of Binge Watching*, https://digitalcommons.lasalle.edu/honors_projects/3 (dostęp: 28.12.2023).
- Strangelove M., *Post-TV: Piracy, Cord-cutting, and the Future of Television*, University of Toronto Press, Toronto 2015.
- Trouleau W. et al., *Just One More: Modeling Binge Watching Behavior* [w:] *Proceedings of the 22nd ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, San Francisco 2016, s. 1215–1224.
- Tryon C., *TV Got Better: Netflix's Original Programming Strategies and Binge Viewing*, „Media Industries Journal” 2015, nr 2 (2), s. 104–116.
- ‘*The Twilight Zone*’ is the Original Binge Watch, „Film School Rejects”, <https://filmschoolrejects.com/the-twilight-zone-1959/> (dostęp: 10.05.2024).
- Waraksa J., *Doświadczenie użytkownika w erze streamingu – analiza komparatystyczna serwisów VoD obecnych na polskim rynku*, „Dziennikarstwo i Media” 2020, nr 13, s. 213–229.
- Wilson A., *Revolutionizing Narratives: The Impact of Streaming Platforms on Web Series Production*, „Medium”, 17.11.2023, <https://medium.com/@ashish006734/revolutionizing-narratives-the-impact-of-streaming-platforms-on-web-series-production-a0b7de2eea06> (dostęp: 5.01.2024).