

ŁUKASZ SOKOŁOWSKI
Uniwersytet Warszawski

SERIAL JAKO ELEMENT PRAKTYK SPOŁECZNYCH*

Serial to narracyjna forma telewizyjna, „która reprezentuje w sposób regularny epizody, zawierające symultanicznie rozgrywające 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 uwagi” (Godzic 2004, s. 37–38).

Trzeba dodać, że serialowość — zdaniem Wiesława Godzica — jest prawdopodobnie podstawową cechą gatunków telewizji, nie dotyczy jedynie kilku z nich, opartych na zasadzie ciągłości. Telewizja jest bowiem domeną miniserii i quasi-seriali, gdyż ważne (lub tylko ekscytujące) wydarzenia są na ogół powtarzane z różnymi zmianami. Prawie cały program telewizyjny ma budowę odcinkową, seriale, programy informacyjne, wiadomości, telekonkursy, mecze piłki nożnej, programy z filmami animowanymi — wszystko to jest powtarzalne, „z dnia na dzień, lub tygodnia na tydzień” (Nowicki 2006, s. 118). W konsekwencji w wielu gatunkach telewizyjnych mamy do czynienia z typowym układem cech serialowego opowiadania: wielością wątków przy zachowaniu stałej liczby bohaterów, rozwojem w czasie i pozostawieniem formy otwartej (Godzic 2006, s. 38).

Ostatnio zwraca się uwagę, że podobnie jak przywiązanie widza do ramówki zaczyna być fikcją (Bielak, Filiciak, Ptaszek 2011), tak i serial przecho-

Adres do korespondencji: luklsok@gmail.com

* Tekst przygotowany w trakcie prac nad projektem badawczym N N116 276338 pt. „Między globalnością a lokalnością: oglądanie seriali jako taktyka społeczna i tworzenie mediatyzowanego obrazu rzeczywistości przez mieszkańców wybranej społeczności lokalnej” przyznany przez MNiSW i realizowany od 2010 r.

dzi ogromne zmiany pod względem złożoności narracji, co widać na przykład w produkcjach HBO. Wciąż jednak znacznie więcej emituje się seriali starszej generacji (Filiciak 2011, s. 244). Wydaje się, że mechanizmy popularności starszej i nowszej produkcji są podobne. W każdym razie nie ulega wątpliwości, że dla odbiorców serialowy przekaz fabularny nie jest wyłącznie źródłem fikcji, ale dostarcza też ważnych informacji o otaczającej rzeczywistości i w dalszym ciągu pomaga ją regulować. Dlatego serial staje się dziś faktem społecznym, a jego oglądanie elementem codziennych praktyk społecznych widzów.

Codziennie praktyki społeczne należą do ogromnego zbioru, którego granice są trudne do wytyczenia. Roboczo można go określić jako zbiór procedur. Są to zarówno schematy działań, jak i manipulacje techniczne (de Certeau 2008, s. 45). Dlatego konieczne jest kolektywne pojmowanie praktyk społecznych jako globalnego procesu, obejmującego wszelkie cząstkowe procesy społeczne wraz z wzajemnymi powiązaniem między nimi, istotnymi dla aktorów społecznych oraz relacji (Schatzki 2001, s. 2). Praktyki rozumiem więc jako społeczną formę aktywności, w której toku uczestnicy od siebie nawzajem uczą się ich wykonywania i mogą je wykonywać poprawnie lub nie (Barnes 2001, s. 19). Są one wzorami interakcji, mają więc charakter zdecydowanie relacyjny.

Nie ulega wątpliwości, że współcześnie media stały się nieodłącznym komponentem życia większości ludzi (Herzfeld 2004, s. 431). Prowadzą one z odbiorcami złożoną grę producencko-konsumencką, stanowiącą proces istotny w praktyce społecznej: „dzięki mediom tworzą się nowe pola interakcji, które umożliwiają przyspieszenie tempa zmian społecznych” (Thompson 2006, s. 121).

Telewizje realizują przy tym swoje cele za pośrednictwem metodami symulacji i substytucji życia, głównie przez narzucanie oglądającym określonego dystansu do swoich produktów i światów w nich przedstawianych (Szkudlarek 1999). Rezultatem tych działań nie jest jednak hegemonia mediów, obraz praktyk społecznych producentów i widzów programów telewizyjnych jest bardziej złożony. Proces komunikacji, jakim jest korzystanie z mediów, ma charakter dwustopniowy — płynący z mediów przekaz zostaje zbadany i przemyślany w grupach pierwotnych i lokalnych (Katz, Lazarsfeld, Roper 2005). Powierzchniej globalizacji świadomości towarzyszy jej „wioskowa” lokalizacja: dla widzów liczą się opowieści, codzienne doznania, prywatne miejsca i prywatni ludzie (Szkudlarek 1999, s. 60). W konsekwencji stają się oni widownią nie tyle bezwonną i zahipnotyzowaną, ile „aktywną” (Morley 1986; Hall 1987; Ang 1996; Abercrombie, Longhurst 1998; Warner 2002). Znaczenia programu są konstytuowane i modyfikowane w procesie jego odbioru. Praktyką tą kieruje swoista ekonomia kulturowa: konsument programu staje się w tym procesie „producentem jego znaczeń”, niekiedy nawet opozycyjnych w stosunku do tych, które są nadawane (Fiske 1987). Mamy więc do czynienia z praktyką konstrukcji wspólnego świata, a media faktycznie są właśnie mediami, czyli pośrednikami między producentami a konsumentami. Kiedy jedna strona

określa dystans do określonego obrazu rzeczywistości, druga ma możliwość przetworzenia go w sposób adekwatny do swojej codzienności.

Jak widać, praktyki związane z użytkowaniem mediów mają charakter zdecydowanie relacyjny. W ich zrozumieniu pomocna może się okazać przedstawiona w książce *Wynaleźć codzienność* koncepcja teoretyczna doświadczenia życia codziennego Michela de Certeau (2008). Pozwala ona spojrzeć na czynność oglądania serialu przez pryzmat okoliczności i „kontekstów użycia” określonych praktyk, a następnie ostatecznie je zinterpretować i nadać konkretny kształt uzyskanym wynikom (de Certeau 2008, s. 34). Nasuwa się pytanie o stosunek sił określający sieć relacji serial/produkt-widz/konsument, w którą te operacje się wpisują, i o „wyznaczające okoliczności”, z których widzowie mogą w tych relacjach skorzystać.

GRY PRODUCENT-KONSUMENT I NADAWCA-ODBIORCA

We wszystkich społeczeństwach ludzie uczestniczą w produkcji i wymianie znaczeń. Od najwcześniejszych form użycia języka i gestów po najnowsze sposoby komunikacji cyfrowej „wytwarzanie, przechowywanie oraz obieg informacji i treści symbolicznych były centralnymi aspektami życia społecznego” (Thompson 2006, s. 19). Relacja, w jaką wchodzi odbiorcy mediów z oglądanym przekazem, ma charakter interakcji symbolicznej (wymiany znaczeń). W tej zapośredniczonej relacji media, sterując zapośredniczonymi metodami symulacji i substytucji życia, sytuują odbiorców w określonym dystansie do swoich produktów i światów w nich przedstawianych. Sytuacja ta stwarza nierówny stosunek sił — o ile każdy może być odbiorcą, o tyle nie każdy może być producentem.

W przypadku serialu mamy do czynienia z konkretnym, sfabularyzowanym produktem medialnym ofiarowywanym widzom do konsumpcji. Jednak o wartości tego produktu medialnego decydują widzowie, bo to ich wybór danej produkcji zwiększa lub zmniejsza oglądalność. Wypracowanie stosunku sił między obydwoma stronami tej interakcji symbolicznej wymaga konkretnej strategii ze strony producentów, a jednocześnie zakłada stosowanie pewnych taktyk przez widownię, aktywną i nie pozbawioną krytycznego stosunku wobec oferowanej im strategii konsumpcji.

Terminy „strategia” i „taktyka” to kategorie kluczowe dla koncepcji praktyk życia codziennego de Certeau. Jego zdaniem, kultura wyraża konflikty i — kolejno — legitymizuje, przemieszcza lub kontroluje rację silniejszego (producenta). Kultura rozwija się w żywiole napięć, a często także przemocy, zapewniając im symboliczną równowagę, umowy o zgodności, albo długo- lub krótkoterminowe kompromisy. Proces uzgadniania tej symbolicznej równowagi ma równie istotne znaczenie społeczne, co kulturowe: poprzez swoje uzależnienie od określonych sytuacji społecznych i stosunków sił określa relacje społeczne, w których się zresztą rozgrywa, i strukturyzuje społeczeń-

stwo. Dlatego każdy pojedynczy człowiek, konsument, zdaniem de Certeau, jest swoistym miejscem¹, w którym spotyka się wielość tych relacyjnych określeń, a w przestrzeni toczącej się gry „społeczeństwo częścię ujawnia formalne reguły działania i różniące je sposoby funkcjonowania” (de Certeau 2008, s. XLIII).

Tworzący określone strategie władzy producenci dysponują mocą tworzenia przestrzeni społecznej (w której spotykają się relacje społeczne jednostek), przy czym podstawą jest pierwszeństwo tworzenia relacji ze stroną zewnętrzną (użytkownikami, konsumentami). Strategia to rachunek stosunków sił (lub manewrowanie nimi), powstający wówczas, gdy możliwe jest wyodrębnienie podmiotu woli i władzy (takiego jak wytwórnia filmowa). Strategia zakłada istnienie miejsca, które mogłoby być opisane jako własność i stanowić podstawę regulowania stosunków z zewnętrżnością, w której sytuują się cele i zagrożenia (klienci lub konkurencja). Twórcy strategii opisują więc pewien zamierzony sposób korzystania ze swojego produktu, zakładają określoną formę jego odbioru. Zawłaszczenie przestrzeni społecznej umożliwia praktykę pannoptyczną, dzięki której obce siły można przekształcić w przedmioty, można je obserwować i zmierzyć, a więc kontrolować i włączyć do własnego pola widzenia (rozumienia rzeczywistości). Ta kontrola nad przestrzenią społeczną umożliwia producentom przewidywanie posunięć innych stron gry o określenie znaczenia danej strategii.

W przeciwieństwie do strategii taktyka nie ma własnej przestrzeni społecznej i rozgrywa się w przestrzeni należącej do strategii. Jest „ruchem wewnątrz pola widzenia wroga i w przestrzeni przez niego kontrolowanej” (de Certeau 2008, s. 37). Według de Certeau, taktyka nie ma możliwości stworzenia dla siebie całościowego planu działania ani ujarznienia przeciwnika w innej, widocznej i obiektywnie istniejącej przestrzeni. Dysponuje natomiast czasem i możliwością modyfikacji swojego postępowania wraz z jego upływem: „To, co własne” jest zwycięstwem miejsca nad czasem. Z faktu, że taktyka nie ma miejsca, wynika jej zależność od czasu; pragnie ona „uchwycić” możliwości zysku (de Certeau 2008, s. XLII).

Zdaniem de Certeau, w relacjach producenci–konsumenti mamy do czynienia z sytuacją w której użytkownicy wykorzystują dominującą ekonomię kulturową², by w jej obrębie „majstrować” (*bricoler*) niezliczoną liczbę przekształceń jej prawa w prawo właściwe swoim interesom i zasadom.

¹ Michel de Certeau (2008, s. XXXV) zdecydowanie odrzuca postulat atomizmu społecznego i powrotu do jednostek. Podstawową jednostką analizy nie jest, jego zdaniem, pojedynczy człowiek, od którego począwszy tworzą się grupy i do którego można je sprowadzić. Relacja jest zawsze społeczna i dlatego spotyka się w miejscu, jakim jest jednostka.

² Termin ten wprowadza John Fiske (1987). Ekonomia kulturowa jest odrębna od „ekonomii producenta” i „ekonomii konsumenta”. Powstaje na ich styku, łączy je, a w wyniku negocjacji tworzy się właśnie kultura, reprodukowany i modyfikowany system znaczeń.

W konsekwencji staje się oczywiste, że zracjonalizowanej, ekspansywnej, centralizowanej, hałaśliwej i spektakularnej produkcji odpowiada inna produkcja konsumentów, nazywana konsumpcją. Ujawnia się „przez sposób używania produktów narzuconych przez dominujący porządek ekonomiczny” (de Certeau 2008, s. XXXVI). W taktyce liczy się przede wszystkim językowy sposób praktykowania danego produktu, łączące i użytkujące czynności językowe, dokonywane przez konsumentów na opisie jego własności proponowanym przez producentów. Dlatego strategię producentów i taktyki konsumentów spotykają się w miejscu, którym — według de Certeau — jest wspólny język. Użytkownicy z oferowanego tekstu wypracowują własny język kulturowy, a ich taktyki są „pozadyskursywnymi i przez dyskurs nieprzewidzianymi sposobami wykorzystania istniejącego porządku” (Rakoczy 2010, s. 204), a także języka.

Jak widać, codzienność może wtórnie przeorganizować miejsce wytwarzania dyskursu. Koncentracja na procesie przeorganizowania wytwarzanego dyskursu, według de Certeau (2008, s. XXXVII), nasuwa analogie z badaniem „realizacji aktu językowego”, która jest przecież czymś odmiennym od „kompetencji językowej” producentów. Choć akt językowy działa w polu systemu językowego, uruchamia proces zawiązania lub odzyskiwania języka przez użytkowników, ustanawia teraźniejszość odnoszącą się do chwili i do miejsca, wreszcie sytuje umowę z innym użytkownikiem (współmówcą) w sieci miejsc i relacji.

John B. Thompson nawiązuje do koncepcji de Certeau zwracając uwagę, że odbiorca odbierający materiał o stosunkowo dużym dystansie przestrzennym i często czasowym może na moment przenieść się z kontekstu swojego życia codziennego i znaleźć się w innym świecie (Thompson 2006, s. 45). Jego zdaniem, sukces osiągnięcia efektywnej interakcji zapośredniczonej zależy od dwóch czynników: po pierwsze, od tego, do jakiego stopnia nadawcom uda się wygenerować informację, która będąc osadzona w konkretnym kontekście dyskursywnym przełamie zarazem kontekst czasu i przestrzeni i dotrze do widzów (Thompson 2006, s. 99), a po drugie, w jakim stopniu widzom uda się efektywnie wejść w ramy przestrzenne i czasowe tego przekazu, odczytać go poza swoim własnym kontekstem czasowo-przestrzennym, a następnie powrócić do własnych kontekstów życia codziennego. Kompetentni widzowie uczestnicząc w relacji zmediatyzowanej potrafią sprawnie rozpoznać wymieszane płaszczyzny przestrzenne i czasowe, wiedzą, jakich wskazówek szukać i zręcznie je wykorzystują, by określić czas i miejsce przedstawianego im świata. Równie skutecznie przemieszczają się między dwoma światami, rzeczywistym i wyobrażonym, „jednym przyciśnięciem guzika” (Thompson 2006, s. 101). Co więcej, doświadczenie to następnie udaje im się zakotwiczyć w konkretnym, praktycznym kontekście życia codziennego, gdyż to w nim z reguły zakotwiczone są ich projekcje. W rezultacie wokół emitowanej treści tworzy się zmediatyzowana rozbudowa dyskursywna. Wyemitowane działania fikcyjne i ich konteksty są poszerzane, analizowane, krytykowane, chwalone

i komentowane przez odbiorców, którzy otrzymany przekaz traktują jako podstawę dyskusji między sobą. Przystawiając i omawiając informację, odbiorcy mogą uczynić ją swoją własnością i wskutek tego wspólnie na nią zareagować. Relacje między nadawcami a odbiorcami spotykają się w przestrzeni znaczeń, która staje się polem swoistej walki o nadawanie im społecznej wagi.

Skrętna aktywność widzów, którzy funkcjonują w sieci panoptycznego medialnego nadzoru, nie dając się jednak do niego zredukować, ma określone procedury, podstawy, skutki oraz perspektywy składające się na tysiące praktyk, jakimi konsumenci odzyskują przestrzeń produkcji społeczno-kulturowej. W polu negocjacji znaczeń społecznych, jakim jest praktyka społeczna oglądania serialu, zarysowują się trzy typy praktyk widzów, w których zawierają się wszystkie mikroskopijne czynności wyrażające tysiące taktów zawłaszczania i odzyskiwania opisu rzeczywistości, jakim jest serial: praktyki „logowania” i „czytania”³ serialu, praktyki ruchu i towarzyskości oraz praktyka dyskursywnej rozbudowy odbieranych znaczeń. Wydaje się, że współczesne warunki mediatyzacji rzeczywistości zmuszają do odejścia od analizy tych praktyk w kategoriach aktorów społecznych na rzecz analizy odmienności logik poszczególnych strumieni działań, w których istotna jest władza nie tyle kogoś nad kimś, ile systemów nad samymi sobą (Staniszki 2006, s. 89).

PRAKTYKI LOGOWANIA I CZYTANIA SERIALU

„Człowiek współczesny swój dzień powszedni zazwyczaj zaczyna nie jak dawniej od modlitwy, lecz od włączenia radia, a kończy nie modlitwą wieczorną, ale wyłączeniem telewizora” — stwierdza Tomasz Goban-Klas (2005, s. 42). Także Krzysztof Baszton (2009, s. 160) zauważa, że włączenie medium — radia, telewizora czy komputera — stanowi współcześnie jedną z pierwszych czynności wykonywanych przez ludzi po wstaniu z łóżka, powrocie z pracy czy wejściu do mieszkania. Serial, podobnie jak wiadomości, odgrywa w tej praktyce szczególną rolę, głównie z uwagi na swoją cykliczność, stałość, a równocześnie zmienność i wielowątkowość. Baszton zwraca uwagę, że brytyjski badacz mediów Jeremy Tunstall (1983) wyróżnił trzy poziomy zaangażowania widzów oglądających programy telewizyjne. Pierwszy poziom zaangażowania występuje wówczas, gdy widz intensywnie koncentruje się na obrazie i dźwięku z wykluczeniem innych czynności. Na drugim poziomie zaangażowania widz stara się uważnie słuchać, co jakiś czas sprawdzając, co się dzieje, jednocześnie wykonuje jednak inne czynności, czyta książkę lub pilnuje dzieci. Trzeci, najniższy poziom zaangażowania to sytuacja, w której widz jedynie od czasu do czasu zwraca uwagę na program, koncentruje się natomiast na innych czynnościach, na przykład gotuje obiad. Wszystkie wyróżnione poziomy zaangażowania widza

³ Parę produkcja–konsumpcja można według de Certeau (2008, s. 167) zastąpić parą pisanie–czytanie.

polegają jednak na tym, że następuje zakotwiczenie, zalogowanie do programu, w wyniku którego widz wchodzi w relację zmediatyzowaną i z jakichś powodów decyduje się w niej pozostać. Logowanie (zaangażowanie) jest podstawą praktyki oglądania seriali, a jego utrzymanie jest podstawowym celem producentów.

Wydaje mi się, że źródłem popularności seriali jest właśnie fakt, że są one współczesną formą opowieści. Oralność to zjawisko jakościowo odmienne od piśmienności (de Certeau 2008, s. 135). Pismo to, według de Certeau, aparat wtłaczania nowoczesnej dyscypliny. Tekst dyscyplinuje społeczeństwo, a „postęp” ma naturę piśmienną. To pismo sprawiło, że współczesna rzeczywistość uległa odmitologizowaniu i że opowieści mityczne, które wyrażały praktyki symbolicznie, zastąpiono opisami tych praktyk. Natomiast to, co oralne, oznacza wszystko to, od czego powinna się odżegnywać prawowita piśmienna praktyka (naukowa, polityczna, szkolna itp.).

Pismo tworzy pole i system, ma pierwszeństwo tworzenia relacji. Oralność natomiast konstytuuje się na zewnątrz tego pola lub systemu. Chociaż głosy oralności są słyszalne w polu pisma, to krążą po nim jako element obcy (de Certeau 2008, s. 133). Sposób wywoływania znaczeń w akcie mowy nie jest tożsamy ze sposobem zapisywania. Opowiadanie, podobnie jak pamięć, składa się z odłamków i fragmentów, które układane są na nowo, często inaczej niż to zaplanowali twórcy danego tekstu. Dlatego uczestniczący w procesie opowiadania słuchacze mają zdolność taktycznego przekształcania w czasie dyskursywnego miejsca i szczegółów opowiadania w sposób, który nie był zaplanowany w tekście. „Miejsce, z którego się mówi, jest zewnętrzne w stosunku do piśmiennego przedsięwzięcia” (de Certeau 2008, s. 158).

Dobrym przykładem przenikania się tych dwóch odrębnych jakości jest właśnie produkcja, emisja i odbiór seriali. Stworzenie strategii i produktu, jakim jest serial, wymaga napisania scenariusza (przygotowania pewnego tekstu). Tekst ten producent wytwarza we własnej przestrzeni społecznej mającej władzę nad zewnętrznością, z której go najpierw wyizolowano (de Certeau 2008, s. 136–137). W tej przestrzeni fragmenty i/lub materiały językowe są przetwarzane według metod jawnych i w sposób zaprowadzający porządek. Na kartce wyznaczone zostają trajektorie słów, zdań, a w końcu cały system. Ze zgromadzonego zbioru praktyk tworzy się artefakt innej rzeczywistości, już nie zastanej, lecz wyprodukowanej. Powstaje produkcja, w której są przedstawione procedury praktyk, jednak odłączone od ich rzeczywistych wzorców. Ale ta gra nie przekształca całej organizacji społecznej, którą chce w jakiś sposób ustrukturyzować. Jest instrukcją pewnego sposobu funkcjonowania, która może zostać użyta inaczej, niż zostało to zaplanowane. Istnieją dwie przyczyny takiej sytuacji: forma serialu i wynikający z tego sposób, w jaki jest odbierany.

Forma serialu, choć przygotowana strategicznie jako tekst, jest prezentowana w postaci wizualnej i dźwiękowej. Pokazywane sceny są tłem dla dialogów bohaterów, rozmów, które tworzą *patchwork* serialowych opowieści, nieoficjalnych, odwołujących się raczej do oralnej logiki intymnych zwierzeń niż pi-

śmiennej formy tekstu czy strategicznej konwersacji. Parafrazując Stuarta Halla (1987) można powiedzieć, że serialowa rzeczywistość jest przez język trwale zapośredniczona i się w nim uobecnia. Co ważniejsze, jest to język odwołujący się właśnie do sfery prywatnej, intymnej: „rozmowa nie jest pragmatyczna. Rozmowę prowadzi się dla przyjemności obcowania z innymi. [...] Rozmowa to raczej wyrażanie własnych uczuć, niepokojów, potrzeb czy pragnień i zarazem odczytywanie tego samego u innych (tak podobno rozmawiają kobiety)” (Nowicki 2006, s. 59–60).

Co istotne, serialowe opowieści z reguły nie mają końca. Są konstruowane tak, żeby zawsze istniała możliwość dokręcenia dalszego ciągu (Szkudlarek 1999, s. 93). Bohaterowie serialu nieustannie „mówią do siebie” nawzajem, wygłaszają komunały, mówią, żeby się „wygadać”, odreagować, plotkują, często wygłaszają poglądy wzajemnie sprzeczne. Określone wątki powtarzają się wielokrotnie w rozmowach. Celem twórców nie jest ich rozwiązanie, lecz dopuszczenie widzów do określonej wiedzy. Widz przysłuchuje się serialowym opowieściom tak, jakby podsłuchiwał czyjąś rodzinę lub składał jej nieoficjalną wizytę. To dopuszczenie do określonej wiedzy (czasem szerszej niż ta, która dostępna jest poszczególnym bohaterom serialu) stwarza atmosferę intymną i poufałą. Świadomość, że wie się więcej niż poszczególni bohaterowie opowieści, i obserwowanie, jak dążą oni do rozwiązania swoich problemów i odkrycia otaczających ich tajemnic, jest jednym z głównych czynników mających zachęcić widza do oglądania kolejnych odcinków (Nowicki 2006, s. 129). Znajomość tajemnicy i oczekiwanie na moment jej ujawnienia wzmacnia chęć oglądania. Widz ma pozycję szczególną, wie o sprawach, o których bohaterowie nie mają pojęcia, co daje mu poczucie symbolicznej i fikcyjnej władzy, którą podziela z producentami.

W serialu nie tylko problematyzuje się dylematy moralne, ale również omawia stany emocjonalne bohaterów (Halawa 2006, s. 123). Dla widzów istotny jest nie tyle empiryczny, ile emocjonalny realizm serialu. To, co jest uznawane za prawdziwe przez widzów, to nie wiedza o świecie, ale subiektywne doświadczenie świata, innymi słowy — struktura odczuwania (Ang 1996, s. 42). Dlatego „kłótnia między pięknymi i bogatymi projektantkami mody może zostać zinterpretowana jako sprzeczka koleżanek; co z tego, że akcja serialu toczy się w mieście (jeśli mieszkamy na wsi) lub na wsi (jeśli mieszkamy w mieście), skoro w istocie mowa jest na przykład o chorobie dziecka, małżeńskiej zdradzie, śmierci rodziców” (Halawa 2006, s. 143–144).

Oddziaływanie programu telewizyjnego jest możliwe wtedy, gdy odwołuje się on do określonej przyjemności odbiorcy (Ang 1996). Przyjemnością płynącą z oglądania serialu, oprócz wiedzy o świecie bohaterów, jest właśnie możliwość rozpoznania emocjonalnego realizmu przedstawianych zdarzeń. Zdarzeń związanych raczej z praktykami podejmowanymi w prywatnych, a na pewno osobistych obszarach rzeczywistości. Dzięki wrażeniu intymnego uczestnictwa w perypetiach bohaterów widzowie mają poczucie, że oglądają historię, która

jest procesem (jak rozmowa), a nie zamkniętym dziełem (jak tekst). Proces ów rozwija się samodzielnie, nie jest efektem pracy scenarzystów (Nowicki 2006, s. 121). Dlatego widzowie często mogą mieć wrażenie, że biorą udział w czymś żywym, może nawet prawdziwszym od ich realnego życia. Dzięki temu praktyka logowania do seriali i ich oglądania jest dla widzów tak atrakcyjna, a serial cały czas zyskuje na popularności. Serialowa opowieść powinna spełniać określone konwencje; bez znajomości konwencji serialowa zagadka przestaje być zagadką (i przestaje być atrakcyjnym materiałem telewizyjnym, a widz może sięgnąć po pilota).

Okazuje się jednak, że widownia, choć z reguły konwencjonalna, bywa zmienna. Potrafi nagle zaakceptować to, czego do tej pory nie tolerowała, odrzucić to, co akceptowała lub przedstawianym w określonej konwencji zdarzeniom przypisać znaczenia przez nią nie przewidziane. Przemawiający do widzów językiem opowieści serial daje im pretekst do prawie niekończących się interpretacji jego treści. Oglądanie serialu jest procesem, w którym widz w swojej wyobraźni, dysponując określoną wiedzą i rozpoznając pewną konwencję realizmu emocjonalnego, projektuje swoje lęki, marzenia, urojone i nieobecne autorytety. „Czytając” serial widz tworzy czy odzwierciedla swój miniaturowy świat w intymnej relacji z oglądaną opowieścią. Ta opowieść często nie ma znaczenia dosłownego: zyskuje znaczenie właśnie dzięki związkowi z zewnętrżnością widza, której jest do pewnego stopnia podporządkowana i wraz z którą się zmienia. Pomocna jest w tym oralna forma przekazywania treści, a zwłaszcza to, że przemawia ona do ustnej formy komunikowania widzów⁴, dzięki czemu ich taktyki semantycznego badania oglądanej historii ulegają wzbogaceniu: treść można nie tylko odcyfrować, ale też sprecyzować, określić czy skorygować — jak zakłada de Certeau (2008, s. 167).

Mateusz Halawa zwraca uwagę, że oglądanie telewizji często reguluje czas widzów podobnie jak zegar, tak jak pismo eksternalizuje język. W tym rozumieniu czas staje się czymś wymiernym i obiektywnym, niezależnym od doświadczenia ludzkiego: „pracę trzeba zdążyć zakończyć przed «M jak miłość» a gościowi kazać poczekać, aż skończy się «Telexpress»” (Halawa 2006, s. 56). Moim zdaniem, w przypadku skutecznego zalogowania w świat serialowej opowieści ta linearna forma doświadczenia czasu ulega zawieszeniu, co tłumaczy, dlaczego praktyka oglądania seriali jest równie popularna z użyciem przekazu telewizyjnego i technologii cyfrowych (por. Filiciak i in. 2010; Wilk 2011). Serialowa historia jest przekazywana widzowi w formie ustnej opowieści, płynącej od wydarzenia do wydarzenia. Angażując się w świat tych wydarzeń, widz wyłącza się z rytmu codziennych czynności. W trakcie prowadzonych badań często słyszę, że widzowie oglądający seriale na ekranie telewizora mówią o czasie emisji serialu jako „czasie dla siebie”, porze dnia, kiedy czas ulega zwieszeniu.

⁴ Ustna forma komunikowania, zdaniem de Certeau (2008, s. 167), bazuje na pamięci kulturowej, nabywanej również podczas słuchania, a więc w konwencji i tradycji ustnej.

Natomiast osoby oglądające seriale z wykorzystaniem innych nośników często mówią o utracie poczucia upływu czasu i „wciągnięciu się” w treść ukazywanych wydarzeń, co w połączeniu z siłą *cliffhanger*a często kończy się spędzeniem całej nocy z daną produkcją i poranną kontestacją, że miało się obejrzeć „tylko jeden odcinek na dobranoc”, a nie wiadomo kiedy minęło wiele godzin. Na tym polega siła i specyfika serialowej relacji zapośredniczonej.

Jak widać, rozgrywająca się w obszarze praktyk ustnych praktyka logowania i oglądania serialu zdecydowanie nie jest doświadczeniem bierności; niektórzy widzowie mogą rzeczywiście sprawiać wrażenie zahipnotyzowanych, ale to dlatego, że podobnie jak czytelnik zafascynowany ciekawą książką, aktywnie zaangażowali się w przestrzeń gier i dekodowania znaczeń, jaką jest serial. Ta autonomia nie chroni widza do końca, gdyż „to właśnie na jego wyobraźnię rozciąga się władza mediów” (de Certeau 2008, s. 175). W przypadku serialu ta władza jest bardzo wyrafinowana, podstępna, niewidoczna i niejako uwzględnia to, że odbiorca jest autonomiczny. Autonomia widza jest wykorzystywana do realizacji celu, jakim jest oglądalność. Seriale narzucają odbiorcom względnie stały dystans oglądu, a tym samym treść, a co najważniejsze, ton dyskursu. Dzieje się to jednak po rozpoznaniu preferencji widzów. Ci z kolei, wchodząc w kontakt z serialową treścią, odzwierciedlającą przecież pewną strukturę uwarstwienia społecznego, w której na co dzień funkcjonują, dokonują na niej operacji w sferze swojej prywatności.

PRAKTYKI RUCHU I TOWARZYSKOŚCI

Chociaż praktyka logowania do serialu może się okazać dla widzów tak wciągająca, że całkowicie zaangażują się w jego oglądanie (odnajdując w mediatyzowanej serialowej opowieści realizm emocjonalny i oddalając się na jakiś czas od swojej codziennej rzeczywistości), znacznie prawdopodobniejsze jest, że oglądanie będzie przebiegało na średnim lub najniższym z poziomów opisywanych przez Jeremy’ego Tunstalla (1983). Wynika to poniekąd z tempa i dynamiki serialowej produkcji. Duże rozciągnięcie w czasie, wypełnionym ogromną liczbą nieprawdopodobnie spiętrzonych wydarzeń, jest jednak przekazywane widzom w specyficznej formie wielokrotnie powtarzanej rozmowy, do czego dochodzi prostota narracji, pozbawione finexji aktorstwo, szablonowe wykorzystywanie klisz fabularnych i wyjątkowy schematyzm rysunku ekranowych postaci⁵. Pierwotnie bowiem ta forma przekazu była kierowana do stereotypowej słuchaczki oper mydlanych, gospodyni domowej, która pochłonięta codziennymi obowiązkami krąży po mieszkaniu (Nowicki 2006, s. 116).

Współcześnie spora część seriali nadal jest emitowana w ciągu dnia. W przypadku polskiej widowni dotyczy to przede wszystkim produkcji latynoamery-

⁵ Por. hasło *Serial telewizyjny* w: Skrzypczak 1999.

kańskich, których wyjątkowo rozwlekła forma rzeczywiście może stanowić doskonałe tło do wykonywania codziennych, rutynowych czynności domowych. Jednak najpopularniejsze seriale dziś emituje się w godzinach wieczornych, kiedy wszyscy domownicy, również pracujące kobiety są już w domu. Badania poświęcone zachowaniom widzów pokazują coś przedziwnego: widzownia w trakcie oglądania najpopularniejszych nawet produkcji bynajmniej nie zamiera przed ekranem zafascynowana śledzeniem oglądanej opowieści. „Widzowie są w ciągłym ruchu” — pisze Nowicki (2006). Widzowie zmieniają pozycje, wstają, wychodzą do innego pomieszczenia, rozmawiają ze sobą, kłócą się, ustalają codzienne sprawy, często idą do kuchni i podjadają oraz wykonują masę innych czynności nie związanych z oglądaniem serialu — po prostu dzielą z telenowelą codzienne czynności i potrzeby.

Zachowania takie wynikają z faktu, że oglądanie telewizji jest doświadczeniem wybitnie społecznym: włączając ulubiony serial można równie dobrze wyłączyć się z otaczającej rzeczywistości (i pogрузić się w ekskluzywną i intymną relację zapośredniczoną), jak i wejść z nią w kontakt, na przykład zaczynając rozmowę na jego temat (Baszton 2008, s. 157; Halawa 2003, s. 33). Halawa podkreśla zresztą, że według Jamesa Lulla (1990, s. 33) domowe zastosowania telewizji mają dwa wymiary: strukturalny i regulacyjny. W wymiarze strukturalnym są to: po pierwsze, zastosowanie środowiskowe (kiedy telewizja to po prostu szum, towarzysz, źródło rozrywki), po drugie, regulacyjne (regulacja aktywności komunikacyjnej domowników oraz czasu innych aktywności, jak posiłki czy praca). W wymiarze regulacyjnym Lull wyróżnia cztery podstawowe sposoby funkcjonowania telewizji: po pierwsze, jako ułatwienie komunikacji; po drugie, jako narzędzie „mikrozarządzania” życiem rodzinnym przez opozycję przynależności (przyjmowania do grona) i unikania; po trzecie, jako forma społecznego uczenia się; po czwarte, jako forma potwierdzenia stosunków władzy (dominacji) w rodzinie.

Oglądanie serialu może zatem stać się regulatorem życia codziennego, a co więcej — narzędziem określania dystansu nie tylko wobec treści emitowanej historii, ale również wobec pozostałych członków rodziny czy szerzej pojętej rzeczywistości i rytmu funkcjonowania, na przykład jako symboliczne przejście z czasu pracy do czasu odpoczynku (włączenie serialu po przyjeździe do domu z pracy). Takie rodzinne, społeczne czy domowe oglądanie serialu może stać się, według Halawy (2006, s. 77), okazją do praktykowania „interakcji nieangażującej intymności i drugorzędności treści w stosunku do formy konwersacji”. Chodzi o towarzyskość, w sensie Simmlowskim, czyli formę interakcji w grupie, którą charakteryzuje to, że „w swej postaci właściwej nie ma żadnego celu rzeczowego, żadnej treści i żadnych konsekwencji zewnętrznych poza obcowaniem czysto towarzyskim [...]. Jedynym dążeniem jest spełnienie tego obcowania, w najlepszym razie pamięć o nim, tak iż uwarunkowania i rezultaty obcowania towarzyskiego ograniczają się do uczestników” (Simmel 2005, s. 35–36).

Treść płynąca z telewizora staje się okazją do zainicjowania rozmowy, która początkowo jest, a potem nie musi już być z nią związana. Oprócz towarzyskich interakcji bezpośrednich praktykowanych w obszarze oglądania widzowie wchodzi w interakcje pośrednie i hybrydowe, na przykład rozmawiając równocześnie przez telefon (Baszton 2008, s. 159). Główną rolę w tych interakcjach odgrywa zaangażowanie emocjonalne rozmówców we wzajemne relacje, wymiana doświadczeń, wspólne plotki i żale.

Widzowie oddając się praktykom towarzyskości, uprawiają rodzaj *autotelelicznej gry*, w której elementy ściśle osobiste i intymne zostają wykluczone, a nagrodą za rezygnację z części siebie jest możliwość obcowania z innymi (Halawa 2006, s. 83). Cała subtelność tej gry polega na tym, żeby ukrywając się za opowiadaną historią, równocześnie ofiarować ją pozostałym uczestnikom jako dar, swój wkład w budowanie poczucia intymnej i poufalej wspólnoty. Ta praktyka umożliwia widzom budowanie bliskich relacji z jednoczesnym zachowaniem dystansu — w tym wypadku nie tyle względem oglądanej treści, ile między sobą.

Pojawia się jednak pytanie, w jakim stopniu praktykowanie towarzyskości w trakcie oglądania seriali ma charakter taktyczny. Scenariusze seriali uwzględniają tempo toczących się w czasie emisji rozmów, dają też widzom czas na przemyślenia (Nowicki 2006, s. 60). Ponadto kluczowy dla konstrukcji serialu jest *cliffhanger*, zawieszenie akcji w najbardziej emocjonującym momencie, mające zachęcić widzów do obejrzenia dalszego ciągu (Halawa 2006, s. 81). Siłą tego zabiegu leży jednak w tym, co dzieje się między zawieszeniem a rozwiązaniem wątku — w niezliczonych rozmowach widzów o tym, co stanie się dalej.

Treść oglądanej produkcji, podobnie jak treść rozmów, ma znaczenie dla praktykujących towarzyskość widzów seriali. Treść „musi być interesująca, przykuwająca uwagę, a nawet merytorycznie ważna” — pisze Simmel (2005, s. 41). Kluczowe znaczenie ma forma rozmowy prowadzonej przez widzów w trakcie serialowego praktykowania towarzyskości — a jest to forma humorystyczna, anegdotalna, niekiedy plotkarska, prześmiewcza. Taka forma komunikacji nie służy, moim zdaniem, wyłącznie praktykowaniu towarzyskości. Dystansująca forma rozmowy staje się pretekstem do omawiania wzajemnych relacji, pragnień, tematów tabu (Baszton 2008, s. 158). Oglądana treść serialowa, podobnie jak mit czy plotka, pomaga widzom zorganizować strukturę własnych doświadczeń. Anegdota stanowi alegorię codziennego, jednostkowego doświadczenia. Dzięki niej można wyrazić najbardziej indywidualne aspekty prywatnych intymnych przeżyć (Steffen 1997). Anegdota ma zdolność zachowania autentyczności doświadczenia, dobitnie ukazując jego kontekst kulturowy. Kulturowa prawda o podzielanym przez ludzi obrazie rzeczywistości zostaje pokazana w sposób humorystyczny, co chroni przed konfrontacją i stwarza możliwość negocjacji z innymi indywidualnego, codziennego poczucia sensu i znaczenia. Na to, że widzowie praktykując towarzyskość dyskretnie negocjują znaczenia w sposób taktyczny, wskazuje właśnie żartobliwy sposób

prowadzenia rozmów. Żart ma, zdaniem de Certeau (2008, s. 64, 83), moc „wykrajania” z dyskursu pewnych treści i ich taktycznego „przenicowywania”. Równowaga strategicznej propozycji konsumpcji zostaje zachwiana, przemieniona w zaskoczenie, które taktyka wykorzystuje na swój własny użytek. Dzięki prześmiewczej formie rozmowy znaczenia komunikowane w serialu mogą zostać odwrócone, a widzowie tworzą nową wiedzę, „która ma postać czasu potrzebnego do jej zdobycia oraz niekończącego się gromadzenia szczegółowych wiadomości” (de Certeau 2008 s. 83).

Podobnie uprawiana w trakcie oglądania serialu plotka ma w sobie elementy oporu i obezwładniania dyskursywnej władzy (Szkudlarek 1999, s. 94). „Opowieści różnicują, plotki scalają” — pisze de Certeau (2008, s. 108). Plotka zrównuje dyskursy, wzmacnia i ustanawia porządek podzielany przez rozmawiających przez wytworzenie wśród nich wiary w określony punkt widzenia. Plotkować można zresztą wśród „swoich” — oglądanie serialu i toczona rozmowa stanowią więc akt włączenia do określonej społeczności, w której operując czynnikiem udziału i wykluczenia można bez końca dyskutować o możliwych konsekwencjach, komentować je i rozwijać, „odtworząc niekończące się koligacje i rodowody bohaterów” (Szkudlarek 1999, s. 94). Znaczenie tych dywagacji jest niebagatelne: legalizują dawniej zamykany w domowym „rezerwacie” emocjonalny dyskurs kobiecy, nadając mu status równorzędny z dyskursem faktograficznym, „męskim”. Uprawiane w trakcie oglądania seriali praktyki towarzyskości stają się pretekstem do negocjowania znaczeń, oczywiście w obrębie języka, który jako społecznie skonstruowany kod oznaczania ma „nad nami władzę także w sensie tradycyjnym: limituje nas, narzuca swoje kategorie jako kategorie postrzeganego przez nas świata; ale jednocześnie ten sam język umożliwia nam dystans do swych własnych konstrukcji” (Szkudlarek 1999, s. 95). Tym samym dyskusja nad rolą seriali w praktykach codziennych prowadzi nas ku praktyce dyskursywnej rozbudowy odbieranych znaczeń.

PRAKTYKI DYSKURSYWNEJ ROZBUDOWY ODBIERANYCH ZNACZEŃ

Praktyka dyskursywnej rozbudowy znaczeń symbolicznych odbieranych przez widzów jest najciekawszą z praktyk odbiorców seriali. Jest zarazem praktyką wywołującą najwięcej sporów: chociaż nie ulega wątpliwości, że widzowie oglądając serial odbierają jakieś znaczenia, w jakiś sposób je interpretują i wykorzystują w dalszych interakcjach, to wciąż dyskusyjne jest, jaka jest natura tego procesu.

Jest faktem, że serial może wywołać zmianę społeczną, często przypadkową lub niezaplanowaną, czego przykładem może być edukacyjna rola oper mydlanych w krajach latynoamerykańskich (Nowicki 2006, s. 303). Medioznawcy są jednak zgodni, że tego, czy określone treści emitowane w serialu dotrą do widzów, nie da się do końca przewidzieć ani zaplanować. Widzowie mogą entuzjastycznie pochłaniać jedne treści i jednocześnie pozwalać, żeby inne przecho-

dziły im koło ucha (Bird 2003, s. 190). „Kody czytelników różnią się od kodów autora” — mówi żelazne prawo masowej konsumpcji (Eco 1996, s. 54). „Kodując lub dekodując przekazy, jednostki wykorzystują nie tylko umiejętności i kompetencje, których wymaga technika, lecz również różne formy wiedzy oraz założenia składające się na ich doświadczenie kulturowe, które wywarły na nich wpływ w procesie wymiany znaczeń symbolicznych” (Thompson 2006, s. 30). Te formy wiedzy oraz ukształtowane kulturowo założenia mają znaczący wpływ na rozumienie oraz na to, jak odbiorcy odnoszą się do zawartej w przekazie informacji i w jaki sposób wykorzystują ją w życiu. Dlatego „proces rozumienia jest zawsze wzajemnym oddziaływaniem zakodowanych komunikatów oraz usytuowaniem ich interpretatorów, przy czym ci drudzy zawsze wnoszą do procesu dekodowania własne doświadczenia kulturowe” (Thompson 2006, s. 31).

Mamy więc do czynienia z sytuacją, w której — by odwołać się do terminologii de Certeau — praktyki codzienne widzów przeorganizowują miejsce, w którym wytwarzany jest dyskurs, a widzowie stają się wytwórcami kultury. Praktykując towarzyskość przenoszą oni treść przekazu medialnego poza oryginalny kontekst jej odbioru, gdzie może ona ulec zmianie „w ciągłym procesie opowiadania i powtarzania, interpretacji i reinterpretacji, komentowania, wyśmiewania i krytyki” (Thompson 2006, s. 47). Istotnych informacji metodologicznych i rzeczowych na temat tego, jak mogą wyglądać praktyki dyskursywnej rozbudowy serialowych treści, dostarczają badania prowadzone przez Lilę Abu-Lughod w latach dziewięćdziesiątych w Egipcie. Szczególnie istotny jest sformułowany przez badaczkę wniosek końcowy, pokazujący, że różne grupy widzów, należące do tej samej widowni, lecz różniące się kapitałem społecznym i kulturowym, mogą dokonywać zróżnicowanych interpretacji treści seriali — w dodatku całkowicie różnych od tych zamierzonych przez ich twórców.

Większość seriali produkowana jest tak, żeby odbiorca oglądał je z perspektywy wszytkowiedzącej i wszytkorozumiejącej (akceptującej) matki (Nowicki 2006, s. 241–242). Jest to więc jawne nawiązanie strategiczne do interpretowanego jako kobiecy realizmu emocjonalnego, który jednak, jak się okazuje, właśnie przez kobiecą widownię może zostać zinterpretowany w sposób zgoła zaskakujący. Abu-Lughod (2002a, 2002b, 2006) opisuje odbiór egipskiego serialu *Hilmiyya Nights*, który w zamyśle miał stanowić konserwatywną przeciwwagę dla zalewających Egipt w latach dziewięćdziesiątych produkcji amerykańskich i rzeczywiście cieszył się w społeczeństwie egipskim ogromną popularnością. Tymczasem okazało się, że pod wpływem serialu widzowie częściej poruszali kwestie nierówności społecznych, wyzysku i otrzymanej pomocy, opowiadali o kontrastach miasto–prowincja, o relacjach kobiet i mężczyzn, w tym o partnerskim stosunku wzajemnym i odpowiedzialności za rodzinę. W sposób niezamierzony przez producentów zmienił się dystans widzów do określonych problemów. Modyfikacji uległy również praktyki towarzyskie widzów: odwiedzano się w godzinach emisji serialu, wymieniano wiedzę na temat bohaterów,

aktywnie komentowano ich życiowe losy, informacje na ten temat gromadzono w sposób wręcz „kolekcjonerski”. Zmieniły się praktyki dyskursywne widzów, choć miały one charakter raczej towarzyski. Największe wrażenie zrobił na nich jednak sposób ukazania badań medycznych, stali się zdecydowanie niezadowoleni z lokalnej obsługi medycznej i zaczęli podróżować do stolicy, domagając się „telewizyjnych badań”. Jak widać, tylko określone treści zostały „przefiltrowane przez sieć lokalnych znaczeń”. Dystans widzów do problemów ukazanych w serialu został przez nich istotnie zmodyfikowany.

W opisywanym przypadku widzowie byli — używając języka de Certeau — miejscem spotkania się wielości relacyjnych określeń dotyczących opisywanych własności rzeczywistości. Widzowie legitymizowali, przemieszczali lub kontrolowali wizję rzeczywistości oferowaną im przez producentów. Tym samym tworzyła się kultura i odtwarzała określona struktura społeczna. Konsumpcja serialowej opowieści stanowi więc przede wszystkim mechanizm społeczno różnicowania i „opiera się na symbolicznym znaczeniach osadzających konsumentów w określonych przedziałach społecznej struktury” (Szkudlarek 1999, s. 62). Dzięki swej funkcji semiotycznej konsumpcja staje się „głównym medium społecznej regulacji” i społecznej strukturyzacji (Krajewski 1997).

Oczywiście opisywane praktyki zachodzą w określonym kontekście społecznym i kulturowym czy nawet lokalnym. Podstawowym punktem odniesienia są tu małe grupy i jednostki. Tym samym uzasadnione wydaje się twierdzenie, że widzowie oglądający seriale emitowane dla polskiej widowni będą również legitymizować, przemieszczać lub kontrolować serialową treść. Zrobią to oczywiście w sposób odmienny niż widzowie egipscy, co będzie uwarunkowane kontekstem miejsca i czasu, a co za tym idzie — społeczeństwa i kultury. Przykładem może być serial *Ranczo*, bardzo popularny wśród moich rozmówców z miast, niepopularny natomiast na wsi — jako prześmiewczy i ukazujący kulturę wiejską „nie tak jak powinien”. Podobnie jedna z gorzej sytuowanych rozmówczyń z małej miejscowości powiedziała mi, że nie lubi *Klanu*, serialu mającego przecież w panelu telewizyjnym status misji, ponieważ nie lubi „tego państwa hrabiostwa”, a życie ich córek uważa za niemoralne. Młodzi ludzie z kolei twierdzą z reguły, że takich produkcji jak *M jak miłość* nie da się oglądać, wybierają seriale zagraniczne, jak *Dr House* lub *Dexter*. W ten sposób określają dystans wobec konwencjonalnej kultury i produkcji zagranicznych, które są dla nich okazją do refleksji nad własnymi schematami relacji i związków.

Zwracając uwagę na opisywany przez de Certeau relacyjny charakter oddziaływań międzyludzkich warto zaznaczyć, że w praktyce życia społecznego człowiek nieustannie staje wobec problemów dostosowania i równowagi. Według Eliasa (2008), jednostki nie sposób zrozumieć bez kontekstu wspólnotowego funkcjonowania z innymi. Człowiek rodzi się w określonej sieci ludzkiej, stopniowo jest wplatanym w niewidzialną sieć społecznych powiązań i uwarunkowań — pracy, własności, instynktów i uczuć. Funkcje najrozmaitszego

rodzaju uzależniają go od innych i innych od niego. Ludzie w swoich relacjach z innymi zmieniają się, stale kształtują, modyfikują we wzajemnych oddziaływaniach. W trakcie tego procesu formułują idee, których dotychczas nie było, albo rozwijają te już obecne. Dlatego nieprzerwany rozwój jednostek w społeczeństwie jest możliwy. Indywidualność dorosłego można zrozumieć jedynie w kategoriach związków przydzielonych przez los, w powiązaniu ze strukturą społeczeństwa, w którym dorastał. Człowiek trwa „w tkance dynamicznych związków, które do teraz osadziły się w nim jako jego osobisty charakter”, i to właśnie „tę sieć związków nazywamy społeczeństwem” (Elias 2008, s. 22).

W opisywanych przez Abu-Lughod badaniach interpretacji treści seriali przez widzów mamy do czynienia z ilustracją tej tezy Eliasa: jednostki zanurzone w swoim kontekście społecznym negocjują granice swojej własnej autonomii w tkance dynamicznych społecznych powiązań. W przypadku małej społeczności te negocjacje autonomii pojawiają się wówczas, gdy grupa ludzi opierając się na określonych wartościach nie dopuszcza do znaczących zmian istotnych dla siebie sposobów zachowania. W trakcie regularnego oglądania serialu powielane są pewne wzory, które służą rodzinie i grupie jako pomoc w definiowaniu świata i legitymizowaniu ładu społecznego. Lokalna wspólnota moralna nie tylko podtrzymuje określony porządek społeczny, ale podejmuje się społecznej krytyki określonych zjawisk, jeśli wywołują odpowiednio duże napięcie. Ta krytyka może spowodować przesunięcia płaszczyzny oczywistości zjawisk społecznych, a co za tym idzie, zmianę dystansu do nich. Napięcia wywołane codziennymi wyborami powodują emocje, które można projektować na otoczenie i odreagować, jeżeli znajdzie się zrozumienie, na przykład w wydarzeniach serialowej fikcji.

Identyfikacja ze światem serialowej fikcji sprzyja również tworzeniu nowego obrazu rzeczywistości, uwspólnionej jednak nie tyle z codziennym otoczeniem społecznym, ile z fikcyjnym, ale intymnym światem poznawanym w relacji zapośredniczonej. W ten sposób jednostki stają się uczestniczkami wytwarzania pewnej zbiorowej fikcji. Zbiorowe fikcje, w odróżnieniu od wielu osobistych fantazji, zdaniem Eliasa, są społecznie skuteczne i stanowią część rzeczywistości społecznej. W ten sposób negocjowany jest dystans narzucany przez nadawcę i dystans osobisty, z którego perspektywy oglądany jest serial.

W praktyce dyskursywnej rozbudowy znaczeń może wystąpić proces uspołeczniania pewnych treści, kiedy bezpieczna przestrzeń wspólna staje się okazją do uzgodnienia najbardziej pożądanej wersji życia. Paul Ricouer (1989, s. 79) pisze wprost, że rozmowa jest aktem twórczym, w którym poprzez wymianę doświadczeń i uzgodnienie sensu tworzy się „obraz rzeczywistości”. Z identyczną sytuacją — interakcji symbolicznej — mamy do czynienia w przypadku oglądania seriali z odwołaniem się do werbalnych praktyk doświadczenia. „Odbiór form symbolicznych, w tym również produktów medialnych — pisze John B. Thompson (2006, s. 15–16) komentując hermeneutów — zawsze wymaga skontekstualizowanego i kreatywnego procesu interpretacji, podczas którego

jednostka czerpie z dostępnych sobie źródeł, aby uchwycić sens odebranego [...] czynność przyswajania [*appropriation*] jest częścią szeroko pojętego procesu samotworzenia, w którym jednostka nadaje sens nie tylko innym, lecz również samej sobie. Na ów sens składa się jej historia, miejsce na świecie i grupa społeczna, do której należy”.

Przyglądając się wynikom badań Abu-Lughod możemy dostrzec, że seriale stały się istotnym elementem gry informacyjnej i współlania pewnej wiedzy, wiedzy łatwo przyswajalnej, ale przyswajalnej w sposób dyskretny. W obu opisywanych przez nią przypadkach widzowie odbierali serial dysponując swoim kapitałem społecznym i dążąc do jego powiększenia. Również w obu przypadkach, kierując się specyficzną ekonomią kulturową, widzowie taktycznie wybierali z serialowej opowieści te treści, które były dla nich najbardziej użyteczne w codziennej praktyce społecznej. Pozostałe, jako nieadekwatne, zostały po prostu zignorowane, uznane za nieważne, ewentualnie odrzucone — jako zagrażające utrzymaniu w praktykach oglądania seriali porządkowi. Odbiór serialu odbywał się więc z perspektywy wyznaczanej przez osobisty dystans społeczny oglądających, a snuta przez widzów opowieść przeorganizowała proponowany przez seriale porządek.

PODSUMOWANIE: GRY NADAWCY–ODBIORCY WE WSPÓŁCZESNEJ POLSCE

Nie ulega wątpliwości, że seriale stały się nieodłącznym komponentem życia większości ludzi i są wszechobecnym, a zarazem zwyczajnym elementem praktyk społecznych współczesnych widzów. Zdaniem Mateusza Halawy (2006, s. 103), telewizyjny materiał symboliczny zostaje przez widzów wykorzystany do kulturowej reprodukcji wzorców męskości i kobiecości. Oglądanie telewizji stanowi kontekst rozmów między członkami rodziny, a centralnym punktem spędzania czasu w domowych realiach jest „rodziność wzmocniona przez gatunek telewizyjny”. Melodramatyzacja polskich seriali ma więc dynamikę wizyty u sąsiadów, a charakter ich oglądania wydaje się raczej powszedni niż odświętny (Liszowska-Magdziarz 2008). Baszton (2008) zauważa, że odległe konteksty są kwitowane przez jego badanych grymasem niezadowolenia. W tym wypadku potwierdza się opisywana przez McLuhana (2001) skłonność ludzi do sprowadzania całej rzeczywistości do skali własnego doświadczenia i własnych zainteresowań. Z kolei Marek Krajewski (2003) podkreśla, że w polskim kontekście oddziaływanie serialowej fikcji jest wzmocniane przez przygody swojskich bohaterów żyjących życiem codziennym w analogicznym kontekście miejsca i czasu oraz przez cykliczną możliwość porównywania doświadczeń i postaw bohaterów z własnymi. W konsekwencji serialowy model telewizyjnej powtórki pozwala widzom ocenić przeszłość i zakotwiczyć się w przyszłości, a tym samym wzmocnić poczucie ciągłości swojej egzystencji. Przeżycie to, zdaniem Krajewskiego, nie tylko pozwala nadać życiu większy sens, ale również nobilituje potoczne doświadczenie widzów.

Warto przywołać tu Przemysława Czaplińskiego (2007, s. 256), który analizując polski rynek wydawniczy zwraca uwagę, że przez uniemożliwienie wszelkiej transgresji komunikacyjnej, zarówno wśród twórców, jak i czytelników, redukuje on swój kapitał komunikacyjny i nadaje mu postać zbioru gotowych formuł porozumienia. Zwyciężają treści jak najbardziej konwencjonalne, twórcy nie tyle czują przed nimi lęk, ile z premedytacją do nich nawiązują. „Nie ma porozumienia poza zbiorem społecznych opowieści”.

Trzeba jednak zaznaczyć, że i Czapliński nie wyklucza roli odbiorców. Przekaz komunikacyjny może bowiem tyle tylko uzyskać, na ile pozwoli mu wspólnota komunikacyjna. Tendencją współczesnej kultury popularnej jest nie tyle umasowienie, ile odwołanie się przez producentów do taktyk odbiorcy, w taki sposób, by zdecydowali się oni z proponowanej oferty komunikacyjnej skorzystać (Krajewski 2003; Nowicki 2006). Strategie komunikacyjne zostają więc podporządkowane taktykom, a twórcy produktów symbolicznych muszą się liczyć z gustami i światopoglądem odbiorców. Jednostka pozostaje zawsze w kontekście swoich relacji społecznych i nie da się jej oddzielić od sieci, w której funkcjonuje (Elias 2008). Jeżeli polscy odbiorcy seriali wybierają seriele promujące model wspólnoty moralnej, oznacza to, że na co dzień ten właśnie model umożliwia im funkcjonowanie w społeczeństwie i w ich światopogląd wpisane jest, że „tak właśnie powinno być”. Jest to mechanizm, bez którego ani żaden człowiek, ani organizacja społeczna nie może funkcjonować. Wydaje się, że dyskusje intelektualistów i badaczy o kryzysie komunikacji i komunikowanego kapitału symbolicznego, jego popularyzacji, umasowieniu czy zawężeniu, aczkolwiek bardzo cenne, nie uwzględniają tego aspektu.

Światem komunikacji informacyjnej rządzą reguły walki o jak największą oglądalność. W polu informacyjnym robi się to poprzez zastosowanie specyficznych strategii tworzenia tzw. kultury. Wiadomo jednak nie od dziś, że takie działania mogą wywołać u widzów „efekt nasycenia” (Thompson 2006), poczucie bombardowania nadmiarem informacji i w konsekwencji zmęczenie chaosem medialnego spektaklu. Moim zdaniem, nie dzieje się tak w przypadku seriali, które przez powtarzalność konwencjonalnych wątków utrzymują widza w stanie pewnej stabilności poznawczej. O ile więc programy informacyjne dążą do jak największej różnorodności i są w stałej pogoni za nowością, o tyle zadaniem seriali jest odwołać się w sposób statyczny i powtarzalny do doświadczenia i wiedzy odbiorców. I to właśnie powoduje, że widzowie oddzielą treści użyteczne w ich życiu codziennym od nieużytecznych i z pomocą swej wiedzy mediują wszelkie zmiany światopoglądu.

Sposób ukazywania ludzi i ich problemów w polskich serialach się zmienia. O ile więc na przykład serial *Plebania* ukazuje idealnego księdza-pasterza na tle realistycznych konfliktów międzyludzkich, idealizując w ten sposób instytucję religijną oraz wzmagając nieufność wobec świata pozareligijnego, o tyle w serialu *Ranczo* zarysowany jest subtelnie kontrast między postawą głównej bohaterki a otaczającymi ją stereotypowymi postaciami społeczności lokalnej.

Główna bohaterka nie jest wcale idealizowana, lecz jawi się jako osoba z krwi i kości, a przesłanie serialu nie wydaje się nadmiernie optymistyczne — jednostka może zmienić otaczającą rzeczywistość, jeżeli konsekwentnie próbuje. Kontrast jest zresztą zarysowany z ogromnym poczuciem humoru i doskonałym zrozumieniem realiów podlaskiej wsi. Nie sposób nie wspomnieć również sitcomu *Świat według Kiepskich*: „bezrobotny amator «piwów» twierdzący, że «są na ziemi sprawy, o których się fizjologom nie śniło», jego dysfunkcyjna rodzina oraz lumpensąsiedzi potrafili ściągnąć przed telewizory 12 mln Polaków” (Kuligowski 2010, s. 39). Zdaniem Wiesława Godzica, cały serial podważył dominujący opis i wartościowanie kultury, będąc ich szyderczym zaprzeczeniem. Kiepscy to reprezentanci przegranych transformacji ustrojowej, mieszkańcy świata przez oficjalne teksty nieprzedstawionego.

Wydaje się, jak sugeruje Tomasz Szkuclarek (1999, s. 96), że oralność nie tylko przetrwała, ale wraz z rozwojem telewizji nabiera kolorów. Oczywiście, jest odmienna od oralności tradycyjnej. Z jednej strony została „stechnologizowana”, a z drugiej — sam fakt wejścia praktyk oralnych w rejestry kultury poddawanej szerokiej dystrybucji, zaawansowanej technologicznie (zatem „nowoczesnej”, co samo w sobie nobilituje) przemieścił relacje władzy dyskursu. Oralność, spychana na margines przez biurokratyczną władzę pisma, odnalazła się w kulturze medialnej jako legalna forma zapośredniczenia. Wzmocniona o rejestry wizualności, stała się dominującym medium współczesnej kultury. Już nie wstyd należeć do kulturowej mniejszości, nie wstyd mówić, opowiadać, plotkować, tworzyć alternatywne rzeczywistości istniejące na czas rozmowy. Spojrzenie z niekiedy odległych od siebie perspektyw wymaga sprawnego łączenia strategii konkretyzowania i uogólniania. Można to osiągnąć w języku opisującym jednocześnie konkret doświadczenia oraz typ, rodzaj i charakterystyczne cechy aktorów i relacji ich łączących. W konsekwencji język ten jest instrumentem pozwalającym na celowe konkretyzowanie i uogólnianie rozumowań oraz na sprawną koordynację tych działań w różnych, często odległych, perspektywach poznawczych. Społeczny rozwój jednostki zależny jest zatem od poziomu zaawansowania jej języka, co tak wyraziście wykazali psychologowie rozwoju Jean Piaget (1972), a zwłaszcza Jerome Bruner (1990). Jednostka rozwinięta społecznie dysponuje językiem warunkującym elastyczną perspektywę poznawczą oraz pakietem, zgodnych ze sobą i uogólnionych, a zatem szerokich, strategii społecznych. Tym samym forma i treść zastosowań językowych umożliwiają jednostkom określenie swojego dystansu w zmediatyzowanej relacji.

W dyskusjach nad kondycją polskiego społeczeństwa zwraca się uwagę, że Polakom nie daje się przemówić, wyrazić swojego zdania na temat tego, jak właściwie to społeczeństwo, które oni sami tworzą, powinno wyglądać (Marody 2006). Wydaje mi się, że znalezienie odpowiedzi na to pytanie jest możliwe właśnie przez zbadanie i analizę tego, co widzowie robią z emitowaną treścią, praktykując oglądanie serialowych historii. Badacze — zarówno zagraniczni (Herzfeld 2004; Morley 2003; Thompson 2006), jak i polscy (Halawa 2003,

2006) — są zgodni, że przydatna jest tu rzadko stosowana w socjologii polskiej etnografia mediów.

Mamy do czynienia z procesem niezwykle dynamicznym, w którym stare ściera się z nowym i z którego w rozmowach wyłania się potoczny obraz jutrzejszego społeczeństwa. Obraz ten, jak starałem się przedstawić, wyłania się w przestrzeni praktyk społecznych rozgrywających się w sferze życia codziennego. Od pewnego czasu w obszarze życia codziennego coraz większą rolę zaczynają odgrywać doświadczenia i relacje zapośredniczone. Powstający obraz rzeczywistości ma charakter konsensusowy. Nie ulega wątpliwości, że widzowie uwzględniają treści serialowe w pewnym stopniu. Skalę tych modyfikacji określa kontekst, w jakim oglądający funkcjonują w sieci społecznych znaczeń, oraz granice autonomii, które w tej tkance są zdolni wygenerować i które decydują o ich osobistym dystansie wobec oferowanych treści. Dlatego w ich interpretacji zawsze może pojawić się zaskakująca badacza taktyka.

BIBLIOGRAFIA

- Abercrombie Nick, Longhurst Brian, 1998, *Audiences: A Social Theory of Performance and Imagination*, Sage, London.
- Abu-Lughod Lila, 2002a, *The Objects of Soap Opera: Egyptian Television and the Cultural Politics of Modernity*, w: Kelly Askew, Richard R. Wilk (red.), *The Anthropology of Media: A Reader*, Blackwell Publishing, Malden, MA–Oxford.
- Abu-Lughod Lila, 2002b, *Egyptian Melodrama: Technology of the Modern Subject*, w: Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod, Brian Larkin (red.), *Media Worlds: Anthropology on New Terrain*, University of California Press, Berkley–Los Angeles–London.
- Abu-Lughod Lila, 2006, *Dramas of Nationhood: The Politics of Television in Egypt*, The University of Chicago Press, Chicago–London.
- Ang Ien, 1996, *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, Routledge, New York.
- Barnes Barry, 2001, *Practice as Collective Action*, w: Theodore R. Schatzki, Karin Knorr-Cetina, Erike von Savigny (red.), *The Practice Turn in Contemporary Theory*, Routledge, London–New York.
- Baszton Krzysztof, 2008, *Telewizja a komunikacja w przestrzeni domowej. Studium przypadku*, „Kultura Współczesna”, nr 4.
- Bielak Tomasz, Filiciak Mirosław, Ptaszek Grzegorz (red.), 2011, *Zmierzch telewizji. Przemiany medium. Antologia*, Scholar, Warszawa.
- Bird S. Elizabeth, 2003, *The Audience in Everyday Life: Living in a Media World*, Routledge, New York–London.
- Bruner Jerome, 1990, *Życie jako narracja*, „Kwartalnik Pedagogiczny”, nr 2.
- Burszta Wojciech, 1998, *Antropologia kultury. Tematy, teorie, interpretacje*, Zysk i Ska, Poznań.
- Certeau Michel de, 2008, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, tłum. Katarzyna Thiel-Jańczuk, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Czapliński Przemysław, 2007, *Powrót centrali: literatura w nowej rzeczywistości*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.

- Eco Umberto, 1996, *Superman w literaturze masowej*, tłum. Joanna Ugniewska, PIW, Warszawa.
- Elias Norbert, 2008, *Społeczeństwo jednostek*, tłum. Janusz Stawiński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Filiciak Mirosław, 2011, *TV czy nie-TV? Telewizja doby post-soap i sieci peer-to-peer*, w: Mirosław Filiciak, Barbara Giza, *Post-soap. Nowa generacja seriali telewizyjnych a polska widownia*, Scholar, Warszawa.
- Filiciak Mirosław i in., 2010, *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze. Raport Centrum Badań nad Kulturą Popularną SWPS*, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Warszawa.
- Fiske John, 1987, *TV: Re-situating the Popular in People*, „The Australian Journal of Media and Culture”, nr 1.
- Goban-Klas Tomasz, 2005, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, WSiP Warszawa.
- Godzic Wiesław, 2004, *Telewizja i jej gatunki po „Wielkim Bracie”*, Universitas, Kraków.
- Halawa Mateusz, 2003, *Wszystko w rodzinie: o potrzebie etnograficznego badania polskiej publiczności telewizyjnej*, „Kultura Popularna”, nr 1.
- Halawa Mateusz, 2006, *Życie codzienne z telewizorem*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.
- Hall Stuart, 1987, *Kodowanie i dekodowanie*, „Przekazy i Opinie”, nr 1–2.
- Herzfeld Michael, 2004, *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, tłum. Maria M. Piechaczek, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Katz Elihu, Lazarsfeld Paul Felix, Roper Elmo, 2005, *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey.
- Krajewski Marek, 1997, *Konsumpcja i współczesność. O pewnej perspektywie rozumienia świata społecznego*, „Kultura i Społeczeństwo”, nr 3.
- Krajewski Marek, 2003, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Kuligowski Waldemar, 2010, *Diagnoza Wprost: Co oglądają Polacy*, „Wprost”, nr 4.
- Lévi-Strauss Claude, 1969, *Mysł nieoswojona*, tłum. Andrzej Zajączkowski, PWN, Warszawa.
- Lévi-Strauss Claude, 1970, *Antropologia strukturalna*, tłum. Krzysztof Pomian, PIW, Warszawa.
- Liszowska-Magdziarz Małgorzata, 2008, *Media powszednie: Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Lull James, 1990, *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television Audiences*, Routledge, London–New York.
- McLuhan Marshall, 2001, *Wybór tekstów*, tłum. Ewa Różalska, Jacek M. Stokłosa, Zysk i Ska, Poznań.
- Morley David, 1986, *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Routledge, London.
- Morley David, 2003, *Być w domu w mobilnym świecie*, „Kultura Popularna”, nr 3.
- Nowicki Paweł, 2006, *Co to jest telenowela?*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa.
- Piaget Jean, 1972, *Strukturalizm*, Wiedza Powszechna, Warszawa.

- Rakoczy Marta, 2010, *Między praktykowaniem a pisaniem codzienności*, „Kultura Współczesna”, nr 4.
- Ricouer Paul, 1989, *Język, tekst, interpretacja*, tłum. Piotr Graff, Katarzyna Rosner, PIW, Warszawa.
- Schatzki Theodore R., 2001, *Introduction: Practice Theory*, w: Theodore R. Schatzki, Karin Knorr-Cetina, Erike von Savigny (red.), *The Practice Turn in Contemporary Theory*, Routledge, London–New York.
- Simmel Georg, 2005, *Towarzyskość. Przykład socjologii czystej lub formalnej*, w: Georg Simmel, *Socjologia*, tłum. Małgorzata Łukasiewicz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Skrzypczak Józef, (red.), 1999, *Popularna encyklopedia mass mediów*, Kurpisz, Poznań.
- Staniszki Jadwiga, 2006, *O władzy i bezsilności*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Steffen Vibeke, 1997, *Life Stories and Shared Experience*, „Sociology of Science and Medicine”, nr 1.
- Szkudlarek Tomasz, 1999, *Media. Szkic z filozofii i pedagogiki dystansu*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków.
- Thompson John B., 2006, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, tłum. Izabela Mielnik, Astrum, Wrocław.
- Tunstall Jeremy, 1983, *The Media in Britain*, Constable and Company Ltd, London.
- Warner Michael, 2002, *Publics and Counterpublics*, Zone Books, New York.
- Wilk Paulina, 2011, *Detronizacja telewizora*, „Rzeczpospolita”, nr 28.

TV-SERIES AS SOCIAL PRACTICES ELEMENT

Summary

The purpose of the article is to show how the TV-series — one of the most important forms of television production — is incorporated into the daily routines of the spectators. Michel de Certeau perspective of applied sociology of everyday life and critical reflection on everyday life is used as a theoretical framework. In the case of TV-series, the routines can take a form of: (1) “logging in” and “reading” TV-series, (2) movement and sociability routines, and (3) discursive development of received meanings. “Soap opera experience” consists mainly of linguistic practices cultivated while watching the series, which is a modern form of storytelling, socializing, which changes the audiences’ view of reality, its social framework for evaluation and interpretation. A viewer is critical and active; they use consumption processes as an excuse to construct their own meanings and narratives, and negotiate the meaning of what is presented to them.

Key words/słowa kluczowe

sociology of everyday life / socjologia codzienności; social practice / praktyka społeczna; TV-series, soap opera / serial; orality / oralność; language / język; socialization / uspołecznienie