

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania z siedzibą w Rzeszowie
Kolegium Mediów i Komunikacji Społecznej

R o z p r a w a d o k t o r s k a

**Media strumieniowe i ich serialowy przekaz jako czynnik wpływu na
wiedzę i postawy w zakresie problemów psychologicznych przedstawi-
cieli pokoleń cyfrowych**

Maria Rzepecka

Promotor

dr hab. Marcin Szewczyk, prof. WSiIZ

Rzeszów 2025

Spis treści

Wstęp	6
Rozdział 1	
Media XXI wieku	22
1.1. Nowe media w społeczeństwie informacyjnym	22
1.2. Internet jako medium XXI wieku	30
1.2.1. Historia powstania Internetu	31
1.2.2. Dostęp do Internetu	34
1.3. Uwarunkowania rozwoju współczesnych mediów	36
1.3.1. Globalizacja	37
1.3.1.1. Obawy związane z globalizacją	41
1.3.1.2. Media w globalizującym się świecie	42
1.3.2. Konwergencja mediów	46
1.4. Media strumieniowe	50
1.4.1. Era nowej telewizji – <i>post network</i>	50
1.4.2. Technologia strumieniowania treści medialnych	52
1.4.3. Historia streamingu	55
1.4.4. Popularność streamingu a COVID-19	58
1.4.5. Popularność telewizji strumieniowej w Polsce	59
1.4.6. Streaming a telewizja	61
1.4.7. Media strumieniowe z perspektywy konsumenta	63
1.5. Podsumowanie	66
Rozdział 2	
Młodzi odbiorcy mediów	68
2.1. Klasyfikacje pokoleń	69
2.1.1. Pokolenia sprzed ery Internetu	73
2.1.2. Charakterystyka pokoleń cyfrowych	74
2.1.2.1. Millenialsi – Pokolenie Y	74
2.1.2.2. Pokolenie Z	76
2.1.2.2.1. Smartfon – sposób łączności z siecią	77
2.1.2.2.2. Aktywność w sieci	81
2.2. Odbiór mediów przez Pokolenie Z	88
2.2.1. Telewizja w życiu Pokolenia Z	90
2.2.2. Media a kryzys zdrowia psychicznego	95
2.3. Podsumowanie	99
Rozdział 3	
Serial jako nowy gatunek telewizyjny	101
3.1. Między kinem a telewizją – rys historyczny	103
3.2. Czym jest serial?	108
3.3. Neoseriale w mediach strumieniowych	112
3.3.1. Neoseriale w czasach konwergencji – telewizja jakościowa	117
3.3.2. Gatunek neoserialu	118
3.4. Wartości w serialach	123

3.5. Funkcje serialu z perspektywy widza.....	125
3.6. Serial jako narzędzie globalizacji.....	127
3.7. Zdrowie psychiczne w produkcjach młodzieżowych.....	129
3.8. Nowe praktyki oglądania seriali.....	135
3.9 Podsumowanie	138
Rozdział 4	
Wpływ seriali na odbiorców	141
4.1. Teoretyczne koncepcje wpływu mediów	142
4.2. Wpływ mediów na kształtowanie postaw	144
4.2.1. Definicja postawy.....	144
4.2.2. Kształtowanie postaw przez media	145
4.2.2.1. Komponent poznawczy	146
4.2.2.2. Komponent emocjonalny	151
4.2.2.3. Komponent behawioralny	154
4.3. Socjalizacyjną funkcja współczesnych mediów	155
4.4. Wpływ mediów na zdrowie psychiczne.....	160
4.5. Wpływ seriali streamingowych na młodych odbiorców	164
4.5.1. Kierunki oddziaływania seriali na młodych odbiorców.....	168
4.5.1.1. Binge-watching	170
4.5.1.2. Wpływ wywierany przez binge-watching	171
4.5.2. Jak młodzi ludzie postrzegają wpływ seriali na swoje życie?	173
4.6. Podsumowanie	175
Rozdział 5	
Metodologia badań własnych	178
5.1. Organizacja i przebieg badań	179
5.2. Cel i przedmiot badań własnych	181
5.3. Problemy i hipotezy badawcze.....	184
5.3.1. Pytania badawcze	185
5.3.2. Hipotezy badawcze	185
5.4. Metody techniki i narzędzia badawcze	187
5.4.1. Analiza zawartości.....	187
5.4.2. Badania ankietowe	191
5.4.2.1. Kwestionariusz praktyk korzystania z mediów strumieniowych	192
5.4.2.2. Skala zaangażowania w seriale	192
5.4.2.3. Skali postaw wobec problemów psychologicznych.....	193
5.5. Charakterystyka respondentów	194
5.5.1. Respondenci według płci	194
5.5.2. Respondenci według wieku.....	195
5.5.3. Respondenci według miejsca zamieszkania.....	195
5.6. Podsumowanie	196
Rozdział 6	
Analiza wyników badań własnych	198
6.1. Korzystanie z mediów strumieniowych	198
6.1.1. Popularność poszczególnych portali streamingowych.....	201
6.1.2. Częstotliwość korzystania z mediów strumieniowych.....	203

6.1.3. Popularność poszczególnych produktów telewizji strumieniowych	205
6.1.4. Czas przeznaczany na konsumpcję treści telewizji strumieniowej	206
6.1.5. Liczba odcinków danego programu oglądanych pod rząd	208
6.1.6. Popularność analizowanych produkcji w badanej grupie	210
6.2. Sposób prezentacji problemów psychologicznych w serialach na podstawie analizy zawartości	213
6.2.1. Serialowi bohaterowie ze względu na wiek i płeć	214
6.2.2. Problemy psychologiczne w analizowanych produkcjach	216
6.2.2.1 Trudności psychologiczne bohaterów w poszczególnych serialach	220
6.3. Zaangażowanie badanych w oglądane seriale	231
6.3.1. Podejmowane działania	232
6.3.2. Identyfikacja z bohaterem	234
6.3.3. Interakcje społeczne	235
6.4. Postawa względem osób doświadczających problemów psychologicznych na podstawie badań CAWI	237
6.4.1. Czynniki I – Przekonania	238
6.4.2. Czynniki II – Wiedza	240
6.5. Wyniki analizy czynnikowej i analiza różnic uzyskanych wyników	245
6.5.1. Częstotliwość z jaką badani korzystają z streamingu, a zaangażowanie w seriale	245
6.5.2. Typy wybieranych produkcji, a zaangażowanie w seriale	249
6.5.3. Czas jednorazowego seansu, a zaangażowanie w seriale	251
6.5.4. Liczba oglądanych pod rząd odcinków, a zaangażowanie w seriale	252
6.6. Postawa względem osób doświadczających problemów psychologicznych	253
6.6.1.1. Euforia	254
6.6.1.2. Ginny & Georgia	255
6.6.1.3. I am not okay with this	257
6.6.1.4. Sex Education	258
6.7. Podsumowanie	260
Zakończenie	260
Bibliografia	295
Spis wykresów	313
Spis tabel	314
Streszczenie	316
Summary	317
Załącznik 1.	319
Załącznik 2.	323

Wstęp

Dla współczesnych ludzi dostęp do Internetu stał się rzeczą oczywistą i naturalną do tego stopnia, że niektóre kraje uznały go za podstawowe prawo człowieka¹. Popularyzacja Internetu doprowadziła do prawdziwej rewolucji w komunikowaniu, co spotęgowało narastanie współzależności pomiędzy mediami a społeczeństwami. Zjawisko to napędzane procesami globalizacji i postępuem technologicznym nasiliło się do tego stopnia, że przy analizie każdego fenomenu społecznego istotnym wydaje się uwzględnienie obecności i siły oddziaływania środków masowego przekazu². Pod ich wpływem zmienia ulega cały kontekst funkcjonowania człowieka w świecie, a to, co było dotychczas uznawane za podstawowe, podlega redefinicji. Media w życiu nowoczesnego człowieka stanowią ważne źródło wiedzy o świecie i otaczającej go rzeczywistości³. Jak podkreślają badacze, doświadczenia nabywane za ich pośrednictwem często dostarczają ważniejszych informacji, niż doświadczenia bezpośrednie, czy wiedza nabywana przy udziale instytucji edukacyjnych⁴.

Rozwój technologii internetowych oraz wzrost przepustowości łączy sieciowych, umożliwił płynne przesyłanie multimediów w czasie rzeczywistym, co doprowadziło do powstania mediów strumieniowych, w tym telewizji strumieniowej. Rewolucja ta wpłynęła na branżę medialną i zmianę dotychczasowych modeli biznesowych, ale przede wszystkim przyczyniła się do zmiany nawyków konsumenckich, zwłaszcza wśród młodych odbiorców, którzy zaczęli odchodzić od tradycyjnych mediów

¹ E. Milczarek, *Miejsce prawa do Internetu w krajowych porządkach prawnych*, „Przegląd Prawa Konstytucyjnego” 2023, nr 1, s. 152–154.

² T. Goban-Klas, *Diagnoza medialna jako fundament opisu stanu mediów*, [w:] *MEDIA.PL. Badania nad mediami*, T. Bielak, G. Ptaszek (red), Libron, 2016 s. 52.

³ M. McLuhan, Q. Fiore, *War and Pace in the Global Village*, McGraw-Hill, New York 1968, s.8. [za:] T. Goban-Klas, *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*, Universitas, Kraków 2011, s. 41.

⁴ M. Mrozowski, *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza Aspra, Warszawa 2001, s. 389.

masowych na rzecz personalizowanych platform dostosowanych do ich indywidualnych preferencji⁵. Telewizja strumieniowa zaproponowała swoim odbiorcom szereg udogodnień w zakresie konsumpcji treści (jak symultaniczny dostęp do ogromnej liczby filmów i seriali, brak uzależnienia od ramówki, ograniczenie reklam, dostęp do treści na różnych urządzeniach, system rekomendacji dopasowany do indywidualnych preferencji czy elastyczne plany subskrypcyjne).

Jednak na fenomen telewizji strumieniowej wpłynęła przede wszystkim bogata i różnorodna oferta programowa, a zwłaszcza powstanie unikalnych i innowacyjnych form narracyjnych – tzw. neoseriali. Jak zauważa M. Lisowska-Magdziarz, neoseriale w aspekcie produkcji, nadawania i odbioru przekraczają granice pomiędzy filmem a telewizją. Co więcej, korzystają one z możliwości tworzenia i rozpowszechniania treści, jakie oferują współczesne procesy konwergencji medialnej⁶. Ten nowy uwolniony od czasowych i komercyjnych ograniczeń produkt medialny, stał się przestrzenią do eksperymentowania z gatunkiem, tematem czy sposobem opowiadania historii. Produkcje strumieniowe rozwijają narrację na przestrzeni wielu sezonów, oferując widzowi możliwość głębszego zanurzenia w serialowej rzeczywistości. Długotrwały rozwój fabuły daje twórcom przestrzeń do reagowania na zmieniające się oczekiwania odbiorców i dostosowanie treści do ich rosnących wymagań pod względem jakości czy autentyczności.

Serial jako gatunek telewizyjny stał się przedmiotem licznych opracowań naukowych. Na polskim gruncie pisali o nim m.in.: T. Bielański, M. Filiciak, G. Ptaszek, 2011; A. Lewicki, 2011; Ł. Sokołowski, 2011; M. Bogunia-Borowska, 2012; K. Ciskała, 2014; Z. Melosik, 2014; K. Muszyńska, 2015; B. Panek, A. Wójtowicz, 2015; J. Kłeczek, 2015; A. Smoręda, 2015; A. Wójtowicz, 2015; G. Zyzik, 2015; Karasińska, A. 2016; D. Bruszewska-Przytuła, A. Naruszewicz-Duchlińska, 2016; M. Lisowska-Magdziarz, 2016; A.D. Myślak, 2017; P. Sołodki, 2018; W. Jakubowski, 2020; E. Konieczna, 2021; K. Arcimowicz, 2016; 2023; Domański, 2023.

Literatura przedmiotu podejmuje analizy tego gatunku jako złożonego zjawiska kulturowego, medialnego czy narracyjnego. Jednak jak podaje K. Arcimowicz, *neoserialne*

⁵ Tremor Video i Hulu, *Proprietary Research Study, How Gen Z Connects to TV: Exploring the Generational Divide in the Future of TV*, maj 2017, s. 5.

⁶ M. Lisowska-Magdziarz, *Od redaktora: seriale – nowa jakość czy stare w nowej odsłonie?*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków 2016, t. 59, nr 1 (225) s. 1.

[...] stanowią jedno z najbardziej interesujących i najważniejszych zjawisk współczesnego pejzażu kulturowego, jednakże wiedza dotyczące tego czym, w istocie rzeczy są neoserialne i w jaki sposób je badać wciąż jest niezadowolająca⁷. Ponadto należy podkreślić, że neoserial nazywany również serialem nowej generacji⁸ rozwija się znacznie szybciej niż tradycyjne produkcje telewizyjne. Obecność w mediach społecznościowych pozwala twórcom na błyskawiczne uzyskanie reakcji widzów tuż po premierze odcinka lub sezonu – zwłaszcza w przypadku ich jednoczesnego udostępnienia. Z tego względu prowadzenie dalszych analiz i badań nad tym formatem staje się nie tylko uzasadnione, lecz wręcz niezbędne, by móc uchwycić zmieniające się modele narracji, produkcji i odbioru.

Dzięki szerokiemu zasięgowi platform streamingowych neoseriale zdobyły popularność na skalę międzynarodową. Aby zachować uniwersalność, często podejmują tematy takie jak: miłość, przyjaźń, śmierć, szkoła czy rodzina, z którymi może identyfikować się globalny widz⁹. Twórcy neoseriali nie stronią od trudnych zagadnień, prezentując całą gamę złożonych uczuć i emocji. Postacie są kreowane w sposób wielowymiarowy i niejednoznaczny, jednak szczególnie zauważalna jest tendencja do ukazywania bohaterów jako osób zmagających się problemami psychologicznymi, zarówno tymi adaptacyjnymi czy rozwojowymi, stanowiącymi naturalne doświadczenie ludzkie, jak również wymagającymi specjalistycznego leczenia problemami psychotycznymi, behawioralnymi czy emocjonalnymi¹⁰.

Poruszanie tematyki zdrowia psychicznego w serialach nie jest zjawiskiem nowym, jednak sposób mówienia o nim wraz z pojawieniem się neoseriali uległ znaczącej zmianie. W czasach dominacji telewizji tradycyjnej wątki dotyczące terapii czy zaburzeń psychicznych często miały zwiększyć napięcie fabularne czy pełnić funkcję komediową¹¹. Badania przeprowadzone w 2000 roku wykazały, że częsta ekspozycja na tego typu przedstawienia prowadziła do wzrostu uprzedzeń wobec osób zmagających

⁷ K. Arcimowicz, *Rzecz o neoserialach – co badać i jak badać?*, „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis Studia de Cultura”, 2023, t. 15, nr 1, s. 30.

⁸ Tamże.

⁹ Z. Melosik, *Kultura popularna i tożsamość młodzieży. w niewoli władzy i wolności*, Oficyna Wydawnicza „Impuls”, Kraków 2013, s. 141.

¹⁰ K. Arcimowicz, *Antybohaterowie neoseriali – gra (z) wartościami*. „Ars inter Culturas”, 2016, nr 5, s. 35.

¹¹ J. Pirkis, *On-screen portrayals of mental illness: extent, nature, and impacts*, „Journal of Health Communication”, 2006, t. 11 nr 5, s. 531-532.

się z problemami psychicznymi. Uczestnicy badań postrzegali takie osoby jako niebezpieczne i wymagające izolacji od reszty społeczeństwa. Negatywny obraz zdrowia psychicznego w mediach przyczyniał się również do rezygnacji widzów z poszukiwania pomocy lub kontynuowania leczenia¹². Należy jednak podkreślić, że tematyka ta w erze telewizji tradycyjnej nie była tak rozpowszechniona jak obecnie.

Co więcej badacze podkreślają, że neoseriale wywierają jeszcze silniejszy wpływ na odbiorców niż wspomniane seriale tradycyjne, gdyż dzięki nowym cechom gatunkowym i innowacyjnym środkom narracyjnym wpływają na wydłużenie czasu spędzanego przed ekranem a co za tym idzie zwiększoną ekspozycję na prezentowane treści¹³. B. Dhiman zwraca uwagę na fakt, iż stały się one jednym z kluczowych narzędzi kształtowania myśli, postaw, przekonań i zachowań¹⁴. Podobną tezę formułuje K. Ciskała, wskazując, że seriale dostarczają odbiorcom wzorców życiowych, uczą sposobów rozwiązywania konfliktów oraz wpływają na kształtowanie indywidualnych systemów wartości. Serial pełni dziś funkcję edukacyjną, a poszczególni aktorzy stają się autorytetami w kwestiach relacji międzyludzkich, wychowania czy zdrowia¹⁵.

Powyższe wnioski badawcze bezpośrednio korespondują z doświadczeniami zawodowymi autorki. Podczas udzielania wsparcia psychologicznego młodym ludziom, istotnym i często powracającym tematem rozmów były nowe media, a w szczególności seriale dostępne na platformach streamingowych. Młodzi ludzie traktowali media jako ważny aspekt swojego codziennego życia – postacie z seriali często stawały się dla nich wzorem do naśladowania i stanowiły bezpośrednią motywację do podejmowania różnych działań, a samo oglądanie i korzystanie z nowych mediów pochłaniało znaczną część ich wolnego czasu. W wielu przypadkach to właśnie kontakt z serialową rzeczywistością stanowił bezpośredni impuls do refleksji nad własnym zdrowiem psychicznym i rozpoczęcia procesu terapeutycznego. Autorka zauważyła również wyraźną zmianę w postrzeganiu leczenia psychicznego przez młodych dorosłych – objawiającą się wzrostem świadomości dotyczącej dostępnych form wsparcia,

¹² Tamże

¹³ B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact of Web Series and Streaming Content: a Study on Indian Youth*, „Global Media Journal”, 2021, t.19 nr 46, s. 1.

¹⁴ Tamże

¹⁵ K. Ciskała, *Życie w rytmie serialu. Rola serialu w kształtowaniu świata wartości widzów*. (w:) A. Krawczyk-Łaskarzewska, A. Naruszewicz-Duchlińska, P. Przytuła (red.), *Seriale w kontekście kulturowym. Gatunki, konwergencja, recepcja*, Instytut Filologii Polskiej Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2014, s. 47.

większym poziomem akceptacji wobec osób zmagających się z podobnymi trudnościami oraz bardziej otwartym podejściem do samej idei terapii.

Powyższe bezpośrednie obserwacje kliniczne doprowadziły do postawienia pytań dotyczących sposobu, w jaki problemy natury psychologicznej są przedstawiane w serialach rozpowszechnianych za pośrednictwem mediów strumieniowych oraz ich potencjalnego wpływu na wiedzę, postawy i zachowania odbiorców. Prowadzi to również do refleksji nad możliwościami świadomego wykorzystania tego medium w działaniach edukacyjnych i profilaktycznych, ukierunkowanych na promowanie postaw prozdrowotnych oraz wspieranie dobrostanu psychicznego młodego pokolenia.

Powyższe zadanie wydaje się szczególnie istotne ze względu na fakt, że – jak wykazują liczne raporty (zaprezentowane w podrozdziale 2.2.2) – przedstawiciele pokoleń cyfrowych doświadczają poważnego kryzysu zdrowia psychicznego. Podobne wnioski sformułował J. Haidt na podstawie przeprowadzonych badań podłużnych, wskazując, że w latach 2010–2023 wśród przedstawicieli pokolenia Z oraz młodszych Milenialsów odnotowano 134% wzrost liczby osób doświadczających stanów lękowych oraz 106% wzrost przypadków depresji¹⁶. Co więcej, to właśnie przedstawiciele pokoleń cyfrowych najczęściej sięgają po wirtualną rozrywkę i stanowią największą grupę odbiorców mediów strumieniowych¹⁷, stanowiąc 51,5 procent wszystkich odbiorców Netflix¹⁸.

W związku z powyższym centralnym punktem niniejszej rozprawy uczyniono media strumieniowe i ich serialowy przekaz jako czynnik wpływu na wiedzę i postawy młodych odbiorców wobec problemów psychologicznych. Podjęcie tego tematu wydaje się szczególnie istotnym zadaniem z kilku powodów. Po pierwsze, jak wykazują

¹⁶ J. Haidt, *Niespokojne pokolenie. Jak wielkie przeprogramowanie dzieciństwa wywołało epidemię chorób psychicznych*, Zys i S-ka, Poznań 2025, s. 42.

¹⁷ R. Reif, U. Wiszowata, *Raport – Postpandemic generation, online czy offline, Jak kupuje generacja Z – II edycja*, Accenture, Fashion Biznes, kwiecień 2021, <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/a-com-migration/manual/r3/pdf/pdf-150/Accenture-Postpandemic-Generation-Online-Czy-Offline-PL-New.pdf> (dostęp: 11.11.2021r.)

¹⁸ Ż. Lesjak, *Statystyki dotyczące abonentów, użytkowania i przychodów Netflix w 2024r.*, 13.03.2024, <https://tridenttechnology.com/pl/statystyki-subskrybentow-netflix/>, (dostęp: 17.04.2024)

badacze¹⁹ media są ważnym źródłem informacji o świecie i otaczającej rzeczywistości, a seriale stanowią istotny aspekt paraspolecznego doświadczenia²⁰. Oglądający je młodzi ludzie identyfikują się z bohaterami, porównując własne życie z tym ilustrowanym w serialu, czy szukając rozwiązania swoich problemów²¹. Po drugie, problemy psychologiczne stanowią realne wyzwanie dla współczesnych młodych pokoleń, które coraz częściej zmagają się z trudnościami natury emocjonalnej i psychicznej. Po trzecie, nowe media – dzięki swojej dostępności i atrakcyjności – sprzyjają zwiększonej konsumpcji,²² a co za tym idzie, silniejszej ekspozycji odbiorców na dostarczane przez nie treści. Jak dowodzą badacze, to właśnie intensywność korzystania z medium jest kluczowym czynnikiem warunkującym kształtowane przez nie postawy²³.

Jak zaznaczono powyżej, seriale dostępne w mediach strumieniowych coraz częściej poruszają tematykę zdrowia psychicznego. Zmiany te, w połączeniu ze zwiększoną ekspozycją na treści medialne, mogą znacząco wpływać na sposób, w jaki młodzi ludzie postrzegają te kwestie oraz jakie postawy wobec nich przyjmują. Szczególną uwagę poświęcono roli serialu jako narzędzia komunikacyjnego w przedstawianiu tematów związanych z problemami psychologicznymi, stosunkiem do osób nimi dotkniętych oraz działaniami pomocowymi.

W związku z powyższym, głównym celem badawczym niniejszej pracy (C0.) jest określenie dyskursu mediów na temat problemów zdrowia psychicznego zawartego w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej oraz wtórne oszacowanie jego wpływu

¹⁹ E. Aronson, *Człowiek istota społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, 1978, s. 61.; W. Jakubowski, *Sex Education, czyli serial jako źródło wiedzy o świecie młodzieży*, „Studia Edukacyjne”, 2020, Wrocław, nr 57, s. 57.; M. Bogunia-Borowska, *Fenomen telewizji: Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012, s. 130 ; M. Lewicka, *Media – wartości – rodzina. Możliwości pedagogicznego wsparcia*, „Przegląd Pedagogiczny” 2021, nr 1, s. 75.; J.J. Igartua, F.J. Frutos, *Enhancing attitudes toward stigmatized groups with movies: Mediating and moderating processes of narrative persuasion*, „International Journal of Communication” 2017, nr 11, s. 158–177.; B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact of Web Series and Streaming Content: a Study on Indian Youth*, „Global Media Journal”, 2021, t.19 nr 46, s. 1.; F. Yang, B. Bergh, *Movies Influence on Country Concept*, (w:) J.A. Fullerton i in. *Shaping International Public Opinion a Model for Nation Branding and Public Diplomacy*, Peter Lang, Nowy Jork 2017, s. 113–133.; K. Cikała, *Życie w rytmie...* s. 47.

²⁰ D. Horton, R. Wohl, *Komunikacja masowa i paraspoleczna interakcja. Uwagi o intymności na odległość*, [w:] A. Gwóźdź (red), *Pejzaże audiowizualne. Telewizja. Wideo. Komputer*, Wydawnictwo Universitas, Kraków, 1997, s. 77.

²¹ C. Hoffner, M. Buchanan, *Young Adults' Wishful Identification With Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes*, „Media Psychology”, 2005, t. 7. nr 4, s. 325–351.

²² B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact...*, s. 1.

²³ T. Prauzner, *Wpływ nowoczesnych mass mediów na osobowość człowieka*, „Edukacja – Technika – Informatyka / Wybrane problemy edukacji informatycznej i informacyjnej” 2010, nr 1, cz. 2, s.49.

wu na wiedzę i postawy młodych odbiorców. Powyższy cel został osadzony w trzech typach celów badawczych według klasyfikacji Earla Babbiego²⁴: eksploracyjnym, opisywającym oraz wyjaśniającym. Realizacja celu eksploracyjnego pozwoliła na wstępne rozpoznanie sposobu, w jaki problemy zdrowia psychicznego są prezentowane w serialach oferowanych przez platformy streamingowe, jak również określenie praktyk konsumenckich młodych odbiorców tych mediów. Powyższe działanie przyczyniło się do wstępnego zrozumienia badanego zjawiska, lepszego poznania obszaru prowadzonych badań oraz sformułowania hipotez badawczych.

Realizacja celu opisowego polega na zebraniu danych jakościowych i ilościowych na podstawie których dokonany zostanie szczegółowy opis dyskursu mediów na temat zdrowia psychicznego w wybranych serialach, z uwzględnieniem sposobu przedstawiania postaci zmagających się z problemami psychicznymi, kontekstu narracyjnego, częstotliwości występowania określonych problemów oraz technik zaradczych stosowanych przez bohaterów. Ponadto pozyskane dane umożliwią scharakteryzowanie sposobów korzystania z platform strumieniowych przez badanych oraz określenie ich wiedzy i postaw na temat problemów zdrowia psychicznego.

Cel wyjaśniający zostanie zrealizowany poprzez analizę możliwych związków między ekspozycją młodych odbiorców na treści dotyczące zdrowia psychicznego w serialach a ich wiedzą, postawami i potencjalnymi zmianami w percepcji tego zagadnienia. Celem jest określenie, w jakim stopniu przedstawienia medialne mogą wpływać na społeczne postrzeganie zdrowia psychicznego wśród młodzieży.

Cele szczegółowe pracy przedstawiają się następująco:

- C1. Ocena częstotliwości tematyki problemów psychologicznych w treściach medialnych kierowanych do młodych odbiorców;
- C2. Scharakteryzowanie sposobu prezentacji problemów psychologicznych w serialach młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej;
- C3. Identyfikacja zakresu problemów psychicznych obserwowanych w serialach i populacji;
- C4. Określenie roli treści, dostarczanych przez telewizję strumieniową w życiu polskich przedstawicieli pokoleń cyfrowych;

²⁴ E. R. Babbie, *The Practice of Social Research*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, (Rozdział 4: cele badań – eksploracja, opis i wyjaśnianie) s. 89.

- C5. Ocena popularności seriali młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej w życiu polskich przedstawicieli pokoleń medialnych;
- C6. Scharakteryzowanie różnorodności nadawców telewizji strumieniowej wybieranych przez młodych odbiorców;
- C7. Ustalenie związku pomiędzy sposobem prezentacji problemów zdrowia psychicznego w serialach a postawami przedstawicieli pokoleń cyfrowych;
- C8. Określenie zależności pomiędzy sposobem prezentacji problemów zdrowia psychicznego w serialach a wiedzą młodych odbiorców na temat sposobów radzenia sobie z trudnościami natury psychicznej.

Powyższy cel główny, a także cele szczegółowe, realizowane były poprzez opracowany projekt badania naukowego, którego założeniem było uzyskanie rzetelnych odpowiedzi na zaprezentowane poniżej pytania badawcze.

Główne pytanie badawcze dotyczyło wpływu seriali dostępnych na platformach telewizji strumieniowej na kształtowanie wiedzy oraz postaw młodych odbiorców wobec problemów zdrowia psychicznego. Odnosiło się ono do tego, czy tematyka psychologiczna stanowi istotny element treści tych seriali oraz w jaki sposób przedstawiane w nich wątki mogą wtórnie wpływać na postrzeganie i rozumienie zagadnień związanych ze zdrowiem psychicznym przez młodych widzów. W związku z tym główny problem badawczy polegał na określeniu, jaka jest treść przekazu medialnego na temat zdrowia psychicznego zawartego w produkcjach tworzonych z myślą o młodym widzu i dostępnych w telewizji strumieniowej oraz jak wtórnie treści te wpływają na wiedzę i postawy odbiorców względem problemów zdrowia psychicznego.

Sformułowano następujące pytania badawcze pomocnicze:

- P1. Czy bohaterowie seriali dostępnych na platformach streamingowych często zmagają się z problemami natury psychicznej?
- P2. Jakie strategie radzenia sobie z problemami psychicznymi stosują bohaterowie seriali? Czy są one konstruktywne, czy niekonstruktywne?
- P3. Jakie problemy psychiczne są najczęściej portretowane w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej?

- P4. Czy seriale są najczęściej wybieranym typem treści wśród młodych użytkowników platform streamingowych?
- P5. Jaką rolę odgrywają seriale streamingowe w życiu społecznym młodzieży?
- P6. Czy treści zawarte w serialach dostępnych na platformach streamingowych odzwierciedlają problemy psychiczne i emocjonalne charakterystyczne dla młodego pokolenia?
- P7. Czy młodzi odbiorcy postrzegają seriale streamingowe jako atrakcyjne i popularne źródło rozrywki?
- P8. Czy młodzi widzowie świadomie wybierają oglądane seriale, czy też ograniczają się do treści proponowanych przez subskrybowaną platformę?

Przed przystąpieniem do realizacji projektu badawczego postawione zostały hipotezy badawcze, których weryfikację uczyniono główną osią podsumowania całości rozprawy. Główna hipoteza badawcza bezpośrednio nawiązuje do głównego celu badawczego i została sformułowana w następujący sposób: seriale wpływają na wiedzę i postaw młodych odbiorców względem zdrowia psychicznego. Zaprezentowane poniżej hipotezy szczegółowe pełniły wobec niej funkcję służebną a ich niemalże w pełni pozytywna weryfikacja przyczyniła się do jej wzmocnienia oraz naukowego potwierdzenia jej zasadności. Spełnienie warunków określonych w hipotezach szczegółowych było konieczne w celu potwierdzenia mocy dowodowej hipotezy głównej.

- H1. Znacząca większość produkcji streamingowych prezentuje bohaterów zmagających się z problemami psychicznymi;
- H2. Bohaterowie seriali stosują różnorodne techniki radzenia sobie z problemami psychicznymi, nie zawsze konstruktywne;
- H3. Do najczęściej portretowanych w serialach problemów psychicznych należą Zespół Stresu Pourazowego (PTSD), uzależnienia, trudności relacyjne, depresja, żaloba;
- H4. Seriale są najczęściej wybieranym typem produkcji w telewizji strumieniowej przez przedstawicieli młodego pokolenia;

- H5. Produkcje streamingowe stanowią ważny element życia społecznego polskich przedstawicieli pokoleń cyfrowych;
- H6. Seriale dostępne w telewizji strumieniowej stanowią ilustrację kondycji psychicznej młodego pokolenia;
- H7. Seriale dostępne za pośrednictwem telewizji strumieniowej, stanowią popularne źródło rozrywki dla młodych widzów;
- H8. Młode pokolenie nie różnicuje odbieranych treści medialnych, ograniczając się do treści zamieszczanych przez nadawcę, którego subskrypcję posiada.

W celu weryfikacji postawionych powyżej hipotez przeprowadzony został projekt badawczy, który został podzielony na następujące etapy. Pierwszy etap badań obejmował analizę danych zastanych, której celem było możliwie najpełniejsze zapoznanie się z literaturą przedmiotu. Umożliwiło to zdefiniowanie oraz opisanie dynamicznie rozwijającego się zjawiska, jakim jest telewizja strumieniowa, a także powiązanego z nią gatunku medialnego – serialu – oraz jego odbiorców, ich zwyczajów konsumpcyjnych i wpływu, jaki wywierają na nich treści audiowizualne. Etap ten pozwolił lepiej zrozumieć specyfikę badanego medium, co z kolei pomogło uniknąć błędów przy konstruowaniu klucza kategoryzacyjnego do analizy treści oraz pytań zawartych w sondażu diagnostycznym. Przeprowadzony desk research odegrał również istotną rolę w dalszym etapie badań – umożliwił weryfikację wszystkich postawionych hipotez poprzez zestawienie danych literaturowych z wynikami badań empirycznych.

Drugi etap polegał na określeniu dyskursu mediów na temat problemów zdrowia psychicznego, co zostało dokonane na podstawie przeprowadzonej analizy zawartości seriali pod kątem prezentowanych w nich problemów psychologicznych²⁵. Analiza uwzględniała treść dziesięciu popularnych produkcji dostępnych w portalach streamingowych w latach 2019-2021. Dobór seriali do badanej próby został dokonany na podstawie miejsca uzyskanego w rankingach opiniotwórczych portali filmowych i forów internetowych²⁶, a także ze względu na platformę na której został

²⁵ Dyskurs mediów jak podaje M. Lisowska - Magdziarz rozumiany jest jako: *treść przekazów mediów; zbiór tematów i narracji medialnych w wypowiedziach różnych podmiotów*, w przeciwieństwie do dyskursu medialnego ujmowanego jako: *zespół sposobów celowego, nieprzypadkowego używania języka do komunikowania informacji, opinii, wartości, koncepcji, poglądów mediów na różne tematy*.

Por. M. Lisowska-Magdziarz, *Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006, s. 8.

²⁶ Filmweb – www.filmweb.com; IMDB – <https://www.imdb.com>

opublikowany. Analizie poddano wszystkie odcinki wchodzące w skład jednego sezonu każdej z wybranych produkcji. W celu zapewnienia obiektywizmu badań, analiza treści opierała się o klucz kategoryzacyjny, który został opracowany przez autorkę w oparciu o posiadaną wiedzę psychologiczną oraz kryteria diagnostyczne zawarte w klasyfikacjach DSMV²⁷ i iCD11²⁸, co pozwoliło na precyzyjne rozpoznanie trudności psychicznych bohaterów²⁹.

Kolejnym krokiem było przeprowadzenie badań ankietowych (CAWI), które pozwoliły na scharakteryzowanie praktyk konsumenckich oraz postaw i wiedzy osób badanych. W tym celu wykorzystana została stworzona na potrzeby pracy *Skala wpływu mediów strumieniowych na wiedzę i przekonania na temat problemów psychologicznych*. Składała się ona z czterdziestu pytań podzielonych na trzy części: *Kwestionariusza praktyk korzystania z mediów strumieniowych*, *Skali zaangażowania w seriale* oraz *Skali postaw wobec problemów psychologicznych*. Kwestionariusz badań został poprzedzony pisemną instrukcją co miało na celu poprawę jego odbioru i właściwe zrozumienie treści badania.

Ostatnim krokiem było określenie zależności pomiędzy sposobem prezentacji problemów zdrowia psychicznego w serialach dostępnych za pośrednictwem telewizji strumieniowej, a wiedzą i przekonaniami badanych co zostało uzyskane przy pomocy zastosowanych analiz statystycznych.

²⁷ American Psychiatric Association, *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*, Fifth Edition, American Psychiatric Publishing, Arlington 2013.

²⁸ Ministerstwo Zdrowia, *Międzynarodowa Klasyfikacja Chorób i Problemów Zdrowotnych (11. rewizja)*, dostępna online: <https://icd.who.int/browse/latest-release/mms/pl>, Warszawa 2023

²⁹ W niniejszej pracy autorka powołuje się na najnowsze nozologie ICD 11 i DSM V. Klasyfikacja DSM V została opracowana w 2013 roku, natomiast w 2022 powstała jej zrewidowana wersja i jest to najczęściej wykorzystywana klasyfikacja w pracach naukowych. ICD-11 została zatwierdzona przez WHO i weszła w życie globalnie 1 stycznia 2022 r., jednak w Polsce proces jej wdrażania nadal trwa. Autorka zdecydowała się na najnowsze klasyfikacje ze względu na bardziej precyzyjny i pogłębiony opis trudności psychicznych najczęściej rozpoznawanych u młodych ludzi. Zwłaszcza w odniesieniu do zaburzeń związanych z tożsamością płciową. W nowej klasyfikacji są one określane mianem „Niezgody płciowej” (gender incongruence) i zostały przeniesione do rozdziału o zdrowiu seksualnym, tym samym nie są już klasyfikowane jako zaburzenie psychiczne. Podobnie w odniesieniu do zaburzeń związanych z używaniem substancji w ICD 10 były dwa główne rozpoznania: używanie szkodliwe i uzależnienie. ICD-11 prezentuje dokładniejsze podziały, w tym nowe kategorie jak: szkodliwe używanie bez uzależnienia czy zaburzenia spowodowane używaniem wielu substancji.

Grupę badawczą stanowiły osoby z pokoleń cyfrowych: Y i Z, w wieku 18-35 lat, zaliczane w psychologii rozwojowej do kategorii *young adults*³⁰. Wybór ten był podyktowany kilkoma czynnikami.

Po pierwsze, podział na poszczególne pokolenia opiera się głównie na relacji danej grupy z medium oraz sposobie i intensywności ich użytkowania³¹. Przedstawiciele pokoleń cyfrowych, nazywani również cyfrowymi tubylcami (*digital natives*) są pierwszą generacją wchodzącą w dorosłość w środowisku cyfrowym³². Fakt ten stawia ich w roli interesującej grupy badawczej, która kształtowała swoją wiedzę i opinie na temat różnych zjawisk społecznych, w tym zdrowia psychicznego, będąc aktywnymi użytkownikami nowych mediów.

Po drugie, jak zaznaczono powyżej to właśnie przedstawiciele pokoleń cyfrowych najchętniej korzystają z platform stramingowych i stanowią największą grupę wszystkich użytkowników Netflixa, który jest najpopularniejszą platformą strumieniową w Polsce³³.

Po trzecie jako osoby pełnoletnie mają możliwość samodzielnego podejmowania decyzji w zakresie korzystania z mediów, w przeciwieństwie do dzieci czy młodzieży, których decyzje są w znacznej mierze zależne od decyzji rodziców. Co więcej, finansowe i prawne aspekty związane z wiekiem pozwalają na pełną swobodę wyboru i korzystania z różnorodnych produktów, w tym platform strumieniowych.

Po czwarte, ze względu na wiek rozwojowy, cechuje ich wyższa samoświadomość i zdolność krytycznego myślenia, która pozwala na refleksję oraz dokonanie analizy własnych praktyk konsumenckich.

Po piąte interesującą cechą tej grupy jest jej podejście do dorastania. Jak wykazuje J. M. Twenge, przedstawiciele generacji cyfrowych dorastają wolniej, a przełomowe wydarzenie wieku młodzieńczego, takie jak uzyskanie niezależności od rodziców osiągają później niż wcześniejsze pokolenia. Dotyczy to zarówno przyjemności

³⁰ E. H. Erikson, J. M. Erikson, *The Life Cycle Completed: Extended Version*, W. W. Norton, 1998, s. 106-112.

³¹ J. Grubicka, *Cybermedia jako istotne narzędzie kreujące przestrzeń społeczno-kulturową współczesnej młodzieży*, (w:) *Dzieci i młodzież w XXI w. – ujęcie społeczne*, M. Maciąg, K. Maciąg (red.), Wydawnictwo Naukowe Tygiel, Lublin 2017, s. 238.

³² J. Twenge, *i Gen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe – i zupełnie nieprzystosowane do dorosłości i o to oznacza dla nas wszystkich*, Wydawnictwo Smak Słowa, Sopot 2019, s. 10.

³³ Ż. Lesjak, *Statystyki dotyczące...*

dedykowanych osobom dorosłym, jak seks czy alkohol, jak również obowiązków, takich jak praca czy prowadzenie samochodu. Fakt ten znajduje odzwierciedlenie w ich preferencjach dotyczących treści medialnych³⁴. Produkcje przygotowane z myślą o młodym odbiorcy, w których głównymi bohaterami są nastolatki czy młodzi dorośli cieszą się w tej grupie dużą popularnością³⁵.

Rozprawa składa się z siedmiu rozdziałów, które w sposób kompleksowy podejmują próbę scharakteryzowania dyskursu mediów na temat problemów psychologicznych zawartego w serialach dostępnych w mediach strumieniowych oraz analizują temat wpływu tych treści na wiedzę i postawy młodych ludzi w kontekście problemów zdrowia psychicznego.

W pierwszym rozdziale zatytułowanym *Media XXI wieku*, przedstawiono kluczowe aspekty współczesnych mediów, wpływające na kształt społeczeństwa informacyjnego XXI wieku. Szczególna uwaga została poświęcona Internetowi a zwłaszcza roli jaką odegrał w procesie ewolucji współczesnych środków masowego przekazu. Ponadto omówione zostały uwarunkowania rozwoju nowożytnych mediów w tym ich globalizacja i konwergencja. Znaczna uwaga została poświęcona mediom strumieniowym, ze szczególnym uwzględnieniem telewizji streamingowej, której powstanie znacząco wpłynęło na przemiany w strukturze medialnej jak również preferencje i zachowania widzów.

Drugi rozdział zatytułowany *Odbiorcy mediów*, koncentruje się na użytkownikach mediów, a zwłaszcza przedstawicielach pokoleń cyfrowych – generacjach Y i Z. Główny akcent został położony na ich aktywności w sieci oraz sposoby korzystania z mediów cyfrowych. Podkreślona została zmieniająca się rolę telewizji oraz wzrastającą popularność mediów strumieniowych w tej grupie. Ponadto rozdział porusza kwestię kryzysu zdrowia psychicznego obserwowanego w tej grupie i jego związku z dorastaniem w środowisku cyfrowym.

³⁴ J. Twenge, *i Gen. Dlaczego dzieciaki...*, s. 49

³⁵ E. Sangster, *As adults, why are we obsessed with teen dramas?*, „Bazaar”, <https://harpersbazaar.com.au/why-are-we-obsessed-with-teen-dramas/> (dostęp: 18.02.2025r.); S. Sahagian, *The important questions: Is it okay for adults to watch and enjoy TV shows for and about teens?*, „National Post”, <https://nationalpost.com/entertainment/television/the-important-questions-is-it-okay-for-adults-to-watch-and-enjoy-tv-shows-for-and-about-teens>, (dostęp 18.02.25.); S. Carson, *Elite on Netflix: why are adults so obsessed with watching high school teenagers on TV?*, „The Paper”, <https://inews.co.uk/culture/television/elite-netflix-high-school-tv-teen-drama-adults-obsessed-205911?srltid=AfmBOoqSOuAx31VMb-NV-nfTGzzIV1Duq0JEg0YMGyWPvI0b1GsRiBxM>; (dostęp 18.02.25)

Rozdział trzeci zatytułowany *Serial jako nowy gatunek telewizyjny* omawia fenomen współczesnych seriali. Autorka prezentuje rys historyczny, ukazujący ewolucję serialu w kontekście kinematografii i telewizji. Przedstawiona została definicja serialu, oraz powstanie telewizji jakościowej. Rozdział omawia zmiany jakie nastąpiły w tej formie audiowizualnej, zwłaszcza w zakresie prezentowanych wartości. Ponadto zaprezentowane zostały funkcje neoserialu z perspektywy widza, nowe praktyki oglądania jak również jego rola jako narzędzia globalizacji. Na końcu scharakteryzowany został sposób w jaki o zdrowiu psychicznym opowiadają współczesne seriale.

Czwarty rozdział noszący tytuł *Wpływ seriali na odbiorców* rozpoczyna się od przedstawienia teorii wpływu mediów na jednostkę oraz ich roli w kształtowaniu postaw z uwzględnieniem ich trzech komponentów: poznawczego, emocjonalnego i behawioralnego. Kolejna część rozdziału dotyczy roli środków przekazu w procesie socjalizacji, z naciskiem na ich wpływ na rozwój społeczny, kulturowy oraz na zdrowie psychiczne odbiorców. Następnie scharakteryzowany został kierunek wpływu seriali seriali dostępnych w mediach strumieniowych a zwłaszcza związanych z nimi nowych praktyk oglądania ze szczególnym uwzględnieniem *binge-watchingu*. Na koniec zaprezentowano jak młodzi ludzie postrzegają wpływ seriali na swoje życie.

W piątym rozdziale zatytułowanym *Metodologia badań własnych* sformułowano cel i przedmiot badań, jak również wynikające z niego pytania badawcze. Postawiono hipotezę główną i osiem hipotez szczegółowych pełniących w stosunku do niej funkcję służebną, których weryfikacja pozwoliła na wzmocnienie oraz umożliwiła naukowe potwierdzenie zasadności hipotezy głównej. W rozdziale opisano również wykorzystane techniki i narzędzia badawcze oraz szczegółową organizację i przebieg badań. Ponadto autorka dokonała charakterystyki osób badanych ze względu na płeć, wiek i miejsce zamieszkania.

Rozdział szósty zatytułowany: *Analiza wyników badań własnych* zawiera szczegółową prezentację wyników uzyskanych podczas przeprowadzonych badań. Omówione zostały główne wnioski z przeprowadzonej analizy zawartości oraz badań ankietowych CAWI, które zostały uzupełnione informacjami pozyskanymi podczas analizy danych

zastanych . W następnym kroku zostały opracowane poszczególne zagadnienia badawcze na podstawie wyników badań.

W rozdziale siódmym noszącym tytuł *Podsumowanie* autorka odniosła się do realizacji głównego celu badawczego jak również celi szczegółowych. Na podstawie uzyskanych wyników badań udzielono odpowiedzi na postawione powyżej pytania badawcze oraz zweryfikowano postawione hipotezy badawcze. Ponadto w końcowej części przedstawiono praktyczne rekomendacje wynikające z wniosków z rozprawy uzyskanych w toku badań.

Na poziomie ogólnym badania przedstawione w tej rozprawie mają na celu przyczynienie się do lepszego zrozumienia roli, jaką odgrywają media w kształtowaniu wiedzy i postaw młodych odbiorców, a także do wskazania potencjalnych kierunków dla przyszłych analiz w zakresie mediów cyfrowych i ich wpływu na przedstawicieli pokoleń cyfrowych.

Z perspektywy teoretycznej, praca łączy zagadnienia z zakresu nauki o mediach, psychologii oraz zdrowia publicznego, tworząc kompleksową ramę analityczną dla badania roli mediów w kształtowaniu wiedzy i postaw zdrowotnych. Scharakteryzowanie dyskursu mediów na temat problemów psychologicznych w serialach dostępnych za pośrednictwem telewizji strumieniowej oraz odpowiedź na pytanie o wpływ seriali na postawy młodych odbiorców będzie miała znaczenie nie tylko dla rozwoju badań nad mediami, ale również dla praktyki edukacji zdrowotnej, która może korzystać z takich narzędzi w celu poprawy wiedzy i świadomości zdrowotnej młodszych pokoleń.

W kontekście rosnącej roli mediów strumieniowych w codziennej konsumpcji treści przez młodych ludzi, analiza ta jest szczególnie istotna, by zrozumieć, jakie mechanizmy wpływają na postawy wobec zdrowia psychicznego i jakie działania mogą zostać podjęte, aby skutecznie wykorzystać potencjał mediów w promowaniu zdrowia psychicznego wśród młodszych pokoleń.

Dostarczone informacje mogą posłużyć jako istotna podstawa do dalszych badań nad związkiem pomiędzy prezentacją zaburzeń psychicznych w mediach a obserwowanym wzrostem liczby diagnoz stawianych zarówno w Polsce, jak i na świecie. Zjawiska będące przedmiotem niniejszej rozprawy są na tyle nowe i dynamiczne, że dotychczas nie zostały wyczerpująco opisane w literaturze naukowej. Realizacja tych badań stano-

wić będzie istotny wkład w ogólnoświatową dyskusję na temat roli mediów w promowaniu zdrowia psychicznego. Jednocześnie może dostarczyć cennych argumentów w toczącej się debacie publicznej dotyczącej odpowiedzialności mediów za kondycję psychiczną dzieci i młodzieży oraz możliwości jej wspierania poprzez formułowanie odpowiednich komunikatów medialnych.

Warto również podkreślić aktualność badanego zagadnienia. Postępująca globalizacja i dynamiczny rozwój technologiczny prowadzą do powstawania zjawisk bez precedensu, które nieustannie ulegają przemianom . W związku z tym każde badanie podejmujące te kwestie stanowi cenny wkład w rozwój wiedzy dotyczącej zarówno zdrowia psychicznego młodych ludzi w zmieniającym się świecie, jak i społecznej odpowiedzialności zyskujących na znaczeniu mediów strumieniowych.

Rozdział 1

Media XXI wieku

1.1. Nowe media w społeczeństwie informacyjnym

Współczesne media są integralnym elementem nowoczesnych społeczeństw. Pierwotnie stanowiące narzędzie masowego rozpowszechniania informacji, z czasem ewoluowały, stając się technologią pozwalającą nie tylko na powielanie, lecz także dwustronną komunikację, dodatkowo uczącą się zachowań i preferencji użytkownika³⁶. Media i społeczeństwa przenikają się i wzajemnie na siebie oddziałują³⁷, środki przekazu biorą udział w znacznej części wytworów kulturowych człowieka oraz uczestniczą w niemal wszystkich jego działaniach społecznych³⁸. Nowoczesne media stanowią podstawowy system informacyjny, umożliwiają publiczną prezentację i analizę spraw powszechnych; stymulują rozwój cywilizacyjny, kształtują indywidualną wyobraźnię odbiorców, tworzą sektor życia zbiorowego jak też stanowią instrument władzy społecznej³⁹. Środki przekazu wraz ze swym zwiększającym się zasięgiem umożliwiają wspólną percepcję społecznej rzeczywistości a ich rola i znaczenie stale rośnie⁴⁰.

Ewolucja komunikacji masowej, wynikająca głównie z rozwoju technologii elektronicznej, oddziałuje na kształt i charakter stosunków społecznych i praktycznie wszystkie sfery życia ludzkiego. Pod jej wpływem zmianie ulega cały kontekst funkcjonowania człowieka w świecie, a to, co było dotychczas uznawane za podstawowe podlega

³⁶ B. Kicior, *Po co nam media – po co my mediom? Funkcje i oddziaływania mediów masowych w społeczeństwie*, „Konteksty Społeczne” 2018, t. 6, nr 1, s. 55.

³⁷ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, PWN, Warszawa 2008, s. 114.

³⁸ T. Goban-Klas, *Diagnoza medialna jako...*, s. 52.

³⁹ T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, WSiP, Warszawa 2005, s. 25.

⁴⁰ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie...*, s. 114.

redefinicji⁴¹. Nowe technologie informacyjne stają się zasadniczym czynnikiem wpływającym na specyfikę i charakter społeczeństwa informacyjnego⁴², które traktując informację jako towar i usługę – cenniejszą od dóbr materialnych – przyczynia się do rozwoju mediów, zwłaszcza tych elektronicznych⁴³.

Perspektywa interakcjonistyczna zakłada, że komunikowanie się stanowi podstawę funkcjonowania społeczeństwa. Zmiany zachodzące w odniesieniu do wymiany informacji, stosowanych narzędzi czy też przekazywanych treści stanowią symptom głębszych przekształceń mających miejsce w samym społeczeństwie⁴⁴. Nowe media poprzez siłę oddziaływania kulturowego są odpowiedzialne za tworzenie autoświadomości naszej epoki. Świadczy o tym mnogość nazewnictwa wykorzystywanego na określenie współczesnego społeczeństwa a odnoszącego się do nowych technologii. Jest ono określane jako informacyjne, cybernetyczne, postindustrialne, medialne, sieciowe, komputerowe, wirtualne, wysokiej techniki, masowe, globalne, ryzyka, uczące się, innowacyjne, synergetyczne czy wiedzy. Funkcjonują również nazwy takie jak e-społeczeństwo, e-stado czy e-zbiorowość⁴⁵, gdzie wykorzystywana jako przedrostek litera *e* bezpośrednio nawiązuje do ogromnej roli Internetu, uznawanego za najważniejsze medium XXI wieku⁴⁶.

Nic więc dziwnego, że mówiąc o współczesnych środkach przekazu na pierwszy plan wysuwa się właśnie Internet, który ze względu na swoje specyficzne cechy komunikacyjne⁴⁷, przez wielu badaczy utożsamiany jest z pojęciem nowych mediów⁴⁸.

⁴¹ M. McLuhan, Q. Fiore, *War and Pace...*, s. 8. [za:] T. Goban-Klas, *Wartki nurt...*, s. 41

⁴² K. Stasiuk-Krajewska, *O (nie)nowych konsekwencjach nowych mediów. Szkic krytyczny*, „Nowe Media. Studia i Rozprawy”, 2012, nr 3, s. 35.

⁴³ P. Bałydas, *Medialny zawrót głowy. Znaczenie mediów dla człowieka w XXI wieku*, „Media i Społeczeństwo”, 2017, nr 7, s. 11.

⁴⁴ B. Przywara, I. Leonowicz-Bukała, *Bądźmy w kontakcie. Współczesna cyfrowa komunikacja permanentna*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2020, nr 3, s. 10.

⁴⁵ L.W. Zacher, *Etykietowanie przyszłych społeczeństw – kryteria, określenia, ewaluacje*. [w:] M. Sołowski, *U progu wielkiej zmiany. Media w kulturze XXI wieku. Nurty – kategorie – idee*. Oficyna Wydawnicza „Kastalia”, Olsztyn 2005 s. 26

⁴⁶ Przedrostek *e* w nazwach, bezpośrednio nawiązujący do Internetu (e-mail, e-bilet, e-PIT itp.) pochodzi od nierozwijanej już przeglądarki internetowej Internet Explorer (IE), opracowanej przez amerykańską firmę Microsoft, której symbolem graficznym była niebieska litera *e*. Zadebiutowała ona w 1996 roku razem z IE 3, a za wzór posłużyła litera *e* z kroju pisma Helvetica, wybranego ze względu na symetrię tej litery, <https://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/e-jak-internet-czyli-psychologia-pewnej-przegladarki/ddwzm9b>, 14.08.21.

⁴⁷ M. Szpunar, *Czym są nowe media – próba konceptualizacji*, „Studia Medioznawcze”, 2008, nr 4, s. 33.

⁴⁸ K. Stasiuk-Krajewska, *o (nie)nowych konsekwencjach...*, s. 35.

Przez wzgląd na coraz większe możliwości ich zastosowania, nowe media mogą być wykorzystywane w prawie każdej dziedzinie życia. Jednak rola i znaczenie mediów są najbardziej widoczne w życiu najmłodszych pokoleń. Jak wykazują badania realizowane zarówno w Polsce jak i zagranicą, Internet dla najmłodszych generacji jest na tyle istotny, że mają one problem w funkcjonowaniu bez dostępu do sieci i urządzeń mobilnych, bazujących na łączności internetowej⁴⁹.

W tym kontekście badając współczesne media szczególnie ważne wydaje się zwrócenie uwagi na ich rolę w życiu najmłodszych pokoleń. Jak twierdzi S. Ciszewski sam termin *pokolenie* (w odniesieniu do nowych generacji) jest nieadekwatny i nie możemy już mówić o pokoleniu w aspekcie historycznym, a raczej o pokoleniach medialnych, będących sztucznym produktem marketingowo-popkulturowym i charakteryzowanych ze względu na odmienne podejście do mediów⁵⁰.

Termin *nowe media* funkcjonuje w przestrzeni publicznej już od lat 60. XX wieku i jest przykładem bardzo pojemnej kategorii pojęciowej, a w literaturze rzadko spotyka się jego jednoznaczną definicję. Granica pomiędzy nowymi a starymi mediami jest płynna i często zależy od pokoleniowej przynależności badacza⁵¹. Niemniej jednak należy zwrócić uwagę, że mówienie o nowych mediach w czasie intensywnego rozwoju technologicznego (nie podlegającego precedensowi w historii cywilizacji), nie jest tym samym co mówienie o nowych mediach u początków ich powstawania. Druga dekada XX wieku to czas intensywnych zmian kulturowych wywołanych rozwojem technologii, która stała się nieodzownym elementem funkcjonowania kultury o nieoszacowanym potencjale kulturotwórczym, a ekran bywa określany mianem jej centralnego medium⁵².

Pośród wielu proponowanych obecnie definicji nowych mediów warto zwrócić uwagę na ich wspólny mianownik – determinizm technologiczny, który można dostrzec nawet w skrajnie różnych podejściach definicyjnych. Każde medium, zaliczane do kategorii nowych mediów, jest immanentnie związane z rozwojem technologicznym, wymagającym zarówno od nadawcy jak i odbiorcy konkretnej wiedzy i umiejętności związanych z przynajmniej podstawami obsługi technicznej urządzeń elektronicznych.

⁴⁹ B. Przywara, I. Leonowicz-Bukała *Bądźmy w kontakcie...*, s. 11.

⁵⁰ S. Ciszewski, *Popkultura a kryzys...*, s. 423.

⁵¹ M. Szpunar, *Czym są nowe...*, s. 32.

⁵² R. Konik, *Najnowsze nowe media i stare nowe media. Spór o definicję nowych mediów*, "DYS-KURS: Pismo Naukowo Artystyczne ASP", Wrocław 2016, t. 22, s. 21.

Kontekst cyfryzacji jest najpopularniejszym i najbardziej intuicyjnie przyjmowaną cechą nowych mediów. Jak podaje M. Lister *pod pojęciem cyfryzacji rozumiemy wszystkie te metody i praktyki społeczne związane z komunikowaniem się, reprezentacją i ekspresją, jakie rozwinęły się dzięki cyfrowemu, multimedialnemu, usieciowionemu komputerowi, jak również wszelkie innowacje, jakie za sprawą komputera zostały wprowadzone do innych mediów*⁵³. Podobnie D. McQuail definiując nowe media pisał o nich jako o zestawie technologii komunikacyjnych dostępnych właśnie dzięki cyfryzacji i powszechnie wykorzystywanych do użytku osobistego⁵⁴. Jednakże konstrukcja definicji bazująca jedynie na sposobie archiwizacji przekazu cyfrowego, bagatelizuje nowe media w odniesieniu do ich używania.

Nowe media można rozpatrywać w różnych kontekstach np. użytkowym, socjologicznym, komunikacyjnym, estetycznym czy technologicznym. Jednakże niemożliwym jest odizolowanie tych kontekstów, gdyż przenikają się one wzajemnie, determinują i wpływają na siebie⁵⁵.

Dlatego, w konceptualizacji tak szerokiego pojęcia konieczne jest uwzględnienie w definicji zarówno narzędzia technicznego, sposobu jego użycia, odbioru, a także kontekstu zmian spowodowanych za jego przyczyną w sferze społeczno-kulturowej.

W pracy *Język nowych mediów*⁵⁶ L. Manovich podejmuje się szerszego zdefiniowania terminu nowe media. Autor ujmuje je jako skonwertowane do postaci cyfrowej media analogowe, a za ich najważniejszą cechę uznaje swobodny dostęp do danych oraz możliwość ich kopiowania bez utraty jakości. Dodatkowo jako ich ważną cechę wskazuje interaktywność.

Powstanie nowych mediów wpłynęło na zmiany w obszarze komunikacji medialnej. Odbiorca przestał być biernym adresatem treści medialnych a stał się ich co najmniej współtwórcą. Internet pozwolił na aktywną wymianę, produkcję, przetwarzanie, przechowywanie i rozpowszechnianie komunikatów medialnych⁵⁷.

⁵³ M. Lister i in. *Nowe Media. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, s. 19.

⁵⁴ D. McQuail, *McQuail's Mass Communication Theory*, Sage Publications, Londyn 2010, s. 116.
<http://docshare04.docshare.tips/files/28943/289430369.pdf> (dostęp: 09.2021r.)

⁵⁵ R. Konik, *Najnowsze nowe ...*, s. 21.

⁵⁶ L. Manovich, *Język nowych mediów*, WAiP, Warszawa 2006, s. 92-118.

⁵⁷ M. Szpunar, *Czym są nowe...*, s. 33.

Według L. Manovicha kluczowe cechy nowych mediów można sprowadzić do pięciu podstawowych własności: reprezentacji numerycznej, modularności, automatyzacji, wariacyjności oraz transkodowania. Lista powyżej wymienionych cech została uporządkowana logicznie i jak pisze autor: *Ostatnie trzy zasady wywodzą się z dwu pierwszych. Podobnie funkcjonuje logika aksjomatyczna, opierająca się na nie wymagających dowodu założeniach, za pomocą których dowodzi się prawdziwości kolejnych twierdzeń*⁵⁸.

Reprezentacja numeryczna to cecha pozwalająca na nazwanie nowych mediów mediami cyfrowymi i odnosząca się do języka medium. Nowe media są opisane językiem formalnym (kodem matematycznym) oraz poddane edycji algorytmicznej. Cecha ta pozwala na dokonywanie niezliczonych edycji takiego obiektu przy zastosowaniu odpowiedniego algorytmu. Przy tym zmiana kodu, opisującego dany obiekt medialny, pociąga za sobą zmianę samego obiektu. Nowe media są więc, w odróżnieniu od mediów *starych*, programowalne. Kolejną wymienioną przez autora własnością jest modularność, która mówi o budowie obiektów nowych mediów. Każdy obiekt medialny składa się z modułów, posiadających autonomiczną tożsamość oraz składających się z osobnych, niezależnych elementów aż do niepodzielnych *atomów* (m.in. piksele, znaki tekstowe, punkty 3D). Taka budowa ułatwia edycję medium, umożliwia usuwanie elementów lub ich zmianę. Automatyzacja nowych mediów, rozumiana jako zahamowanie pewnych intencjonalności użytkownika odnosi się do procesu ich tworzenia. Dzięki tej właściwości produkcja medium jest mniej czasochłonna poprzez zautomatyzowanie procesu przygotowania, obróbki i udostępniania. Analizując ten proces możemy go podzielić na automatyzację nisko i wysokopoziomową. o automatyzacji niskopoziomowej mówi się, kiedy program automatycznie wykonuje za nas pewne czynności np. automatyczne wyostrenie fotografii. Natomiast automatyzacja wysokopoziomowa odnosi się do prac nad sztuczną inteligencją. Następną cechą nowych mediów jest wariacyjność, ujmowana jako występowanie nieskończonej ilości odmiennych od siebie wersji obiektu. Obiekt nowych mediów nie jest czymś stałym i niezmiennym, ustalonym raz na zawsze, lecz może występować w wielu wydaniach. Autor danego obiektu medialnego dostępnego

⁵⁸ L. Manovich, *Język nowych...*, s. 91.

w mediach cyfrowych nie decyduje o jego ostatecznej formie. Użytkownicy w znacznym stopniu mogą wpływać na kształt danego przekazu medialnego. Ostatnią wyróżnioną przez L. Manovicha cechą nowych mediów jest transkodowanie kulturowe, silnie związane z reprezentacją numeryczną nowych mediów. Media te są równocześnie obiektami kultury i programami, plikami komputerowymi. Nowe media stanowią składową dwóch warstw – komputerowej i kulturowej – i mogą być w ich obrębie dowolnie transferowane. Ponadto, obie warstwy wzajemnie na siebie oddziałują, co w rezultacie prowadzi do powstania nowej kultury – komputerowej mieszanki znaczeń ludzkich i komputerowych⁵⁹.

Odminną perspektywę przy charakteryzacji nowych mediów przyjął wspomniany wcześniej McQuail⁶⁰. Ten teoretyk mediów, analizuje je z perspektywy zmian jakie zaszły dla odbiorcy mediów – użytkownika. Badacz podaje, że w porównaniu ze *starymi mediami* wyróżniają je takie cechy jak: interaktywność, obecność społeczna, bogactwo środka przekazu, autonomia, ludyczność, prywatność oraz personalizacja. Interaktywność rozumiana jest jako informacyjne sprzężenie zwrotne pomiędzy użytkownikiem a medium (lub inną osobą wykorzystującą medium). Obecność społeczna inaczej socjalność, to poczucie osobistego kontaktu z innymi osobami za pośrednictwem medium. Bogactwo środka przekazu jest określane jako potencjał nowych mediów do redukcji niejednoznaczności, dostarczania wskazówek, większego angażowania zmysłów odbiorcy. Autonomia rozumiana jest jako zakres poczucia swobody użytkownika w kontekście przyjmowania treści oraz kontroli nad źródłem ich przekazu, niezależnie od nadawcy. Ludyczność przejawia się w wykorzystywaniu nowych mediów w celach rozrywkowych, w odróżnieniu od użycia instrumentalnego – skoncentrowanego na użyteczności. Prywatność pojmowana jest jako możliwość osobistego korzystania z medium, jak i dowolnego kształtowania przekazywanej treści. Personalizacja wyraża się w swobodnym dostosowaniu zawartości i sposobów jej prezentacji do oczekiwań konkretnego użytkownika⁶¹.

Pomimo trudności definicyjnych istnieje szereg specyficznych cech nowych mediów, co do których w literaturze występuje konsensus tj.: multimedialność,

⁵⁹ L. Manovich, *Język nowych...*, s. 96.

⁶⁰ D. McQuail, *McQuail's Mass...*, s. 144.

⁶¹ D. McQuail, *Teoria komunikowania...*, s. 58. [za:] M. Szpunar, *Czym są nowe...*, s. 32.

indywidualizacja, interaktywność, niematerialność, przenośność (wielofunkcyjność), trwałość komunikatu, dostępność oraz aspekt społeczny, scharakteryzowanych poniżej:

1. multimedialność rozumiana jest jako zaangażowanie różnych modalności zmysłowych w procesie kodowania i dekodowania komunikatów;
2. indywidualizacja oznacza, że komunikat medialny jest spersonalizowany i dedykowany konkretnej grupie odbiorców (*ang. narrowcasting*);
3. interaktywność to wytworzenie informacyjnego sprzężenia zwrotnego, czyli uzyskania w czasie rzeczywistym informacji zwrotnej o reakcji odbiorcy na przesłany komunikat;
4. niematerialność oznacza, że obiekty medialne są zapisane w formie cyfrowej, cechującej się długim cyklem życia;
5. przenośność inaczej rozumiana jako wielofunkcyjność, to możliwość przesyłania i kopiowania treści bez utraty ich jakości (kompatybilność), oraz korzystania z treści cyfrowej za pośrednictwem różnych platform;
6. trwałość komunikatu oznacza, że informacja jest dostępna nawet przy upływie czasu;
7. dostępność inaczej mobilność to brak ograniczeń odnośnie czasu i miejsca w odbiorze informacji;
8. aspekt społeczny to możliwość ciągłego kontaktu z innymi podmiotami, dające poczucie więzi i przynależności⁶².

P. Levinson jako egemplifikację nowych mediów podaje blogowanie i googlowanie oraz serwisy takie jak: Wikipedia, Facebook, YouTube. Do nowych mediów zalicza się także mikroblogi, blogi, media społecznościowe, wirtualną rzeczywistość oraz mikromedia. W książce *New New Media* Levinson podkreśla wpływ jaki nowe media wywierają na setki milionów ludzi na całym świecie. Zmieniają one prawie każdy aspekt kultury od głosowania w wyborach po sposób w jaki oglądamy telewizję⁶³.

Nowe media wpływają na zmiany w modelu komunikacji typowym dla mediów masowych. Współczesna era multimediów, zaawansowanych technologii informacyjno-komunikacyjnych oraz kultury wizualnej wpływa na generowanie nowych schematów

⁶² O. Witczak, *Nowe Media w Budowaniu Marki i Wizerunku Przedsiębiorstwa*, "Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach", Katowice 2013, nr140, s. 84-85.

⁶³ P. Levinson, *New, new media*, Penguin Academics, Nowy Jork 2014, s. 178-180.

komunikacji, równocześnie pod wieloma względami powielając modele właściwe starym mediom⁶⁴. Ich użytkownik już nie jest biernym odbiorcą treści, lecz uprawnionym podmiotem posiadającym możliwość aktywnego reagowania na nią. Użytkownik sam pełni rolę medium, poprzez publikację zdjęć i informacji na własny temat. Jak pisze M. Łuczak następuje *przeniesienie do rzeczywistości wirtualnej coraz większego fragmentu rzeczywistości realnej*. Sieć umożliwia stworzenie alternatywnego wirtualnego życia (*second life*) w cyberprzestrzeni i utożsamianie tego wykreowanego wizerunku z rzeczywistością⁶⁵.

Media elektroniczne w dzisiejszym świecie spotykamy nie tylko w (prawie wszystkich) społeczeństwach na całym globie, ale też w mniejszych społecznościach lokalnych, a ich rozwój znacząco wpływa na charakter życia społecznego. Poprzez rozpowszechnienie smartfonów dostęp do Internetu (jeszcze nie tak dawno ograniczony względami technicznymi czy ekonomicznymi) stał się powszechny.

Przez pierwszą dekadę XXI wieku panowało przeświadczenie, że nowe media wyprą stare media, takie jak telewizja. Ta wszechobecna perspektywa przesłaniała jednak to, co wydarzyło się naprawdę. Pojawienie się nowych mediów nie wyeliminowało tych znanych dotychczas⁶⁶. Jak podaje Szpunar *Nowe media raczej konwergują z mediami tradycyjnymi, zacierając granice pomiędzy dotychczas odrębnymi mediami funkcjonującymi w różnych niszach*⁶⁷.

Obserwujemy regularną ewolucję systemów dystrybucji wykorzystywanych do rozpowszechniania mediów, posiadających różne afordancje. Wiąże się to z daleko idącymi zmianami zachodzącymi w procesach produkcji i konsumpcji mediów. Dopiero w ostatnich latach, jak podaje A. D. Lotz nowe media, w odniesieniu do telewizji, przestają być postrzegane jako media, lecz jako zbiór platform, technologii, systemów przesyłania wiadomości i praktyk gromadzenia danych. Rewolucyjny wpływ nowych mediów na telewizję nie doprowadził do powstania medium o charakterze zastępczym,

⁶⁴ M. Szpunar, *Nowe-Stare Medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2012, s. 7.

⁶⁵ M. Łuczak, *Rola nowych technologii w ewolucji globalizacji. Studia Ekonomiczne*. „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, 2017, nr 317, s. 6.

⁶⁶ A.D. Lotz, *Portals: a Treatise on Internet-Distributed Television*. Ann Arbor, MI: Maize Books 2017; <https://quod.lib.umich.edu/m/maize/mpub9699689/1:3/--portals-a-treatise-on-internet-distributed-television?rgn=div1;view=fulltext> (dostęp: 10.09.21)

⁶⁷ M. Szpunar, *Czym są nowe...*, s. 40.

lecz nowego mechanizmu dystrybucji, który umożliwia ewolucję starszych firm i stworzenie sektora telewizji rozpowszechnianej w internecie⁶⁸.

Konstytutywne cechy nowych mediów wskazują, że stanowią one nową jakość medialną. Dając swoim odbiorcom tak szerokie możliwości zastosowania, że przeobrażają niemalże wszystkie sfery działalności człowieka, uczestniczą w procesach komunikacyjnych, zmieniają charakter stosunków międzyludzkich, wpływają na spędzanie wolnego czasu, przeobrażają stosunki pracy a nawet wpływają na sferę duchowości. Jak wykazuje T. Goban-Klas o ich znaczeniu można było przekonać się podczas trwającej pandemii koronawirusa kiedy dostęp do mediów elektronicznych umożliwił izolację społeczną z równoczesnym wypełnianiem obowiązków zawodowych, korzystaniem z edukacji, dostępem do rozrywki czy – wydawałoby się najistotniejszym – utrzymywaniem relacji społecznych⁶⁹.

1.2. Internet jako medium XXI wieku

Jak wskazano w poprzednim podrozdziale nowe media przez wielu badaczy są utożsamiane z Internetem⁷⁰, dlatego dla pełnego zrozumienia kontekstu funkcjonowania współczesnych mediów, konieczne jest zdefiniowanie pojęcia Internet, określonego jako medium XXI.

Literatura przedmiotu proponuje wiele definicji pojęcia Internet, jednakże używanie go w różnych aspektach oraz dynamiczny rozwój tego medium wpływają na występujące w tym zakresie niejasności. T. Goban-Klas zwraca uwagę na paradoksy pojawiające się w odniesieniu do Internetu, które jego zdaniem ujawniają kontradykcyjną naturę tego medium i wpływają na trudności w jednoznacznym zaklasyfikowaniu i ujęciu w znanych powszechnie kategoriach⁷¹.

W *Słowniku terminologii medialnej* Internet definiowany jest jako *ogólnoświatowa sieć komputerowa używająca wspólnego protokołu TCP/IP łącząca ogromną liczbę lokalnych sieci i indywidualnych komputerów w globalną „pajęczynę”*⁷². Sama nazwa

⁶⁸A.D. Lotz, *Portals: a Treatise on Internet-Distributed Television...*

⁶⁹T. Goban Klas, *Media w płynnej pandemii 2020. Komunikacja w czasie lockdownu: oddzielnie, ale razem*, „Studia Medioznawcze”, 2020, nr 4, s.724.

⁷⁰D. McQuail, *Teoria komunikowania...*, s. 58. [za:] M. Szpunar, *Czym są nowe...*, s. 32.

⁷¹T. Goban-Klas, *Internet jako paradoks...*, [w:] M. Szpunar (red.): *Paradoksy internetu. Konteksty społeczno-kulturowe*, Toruń 2011, s. 9–20.

⁷²W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej*, Wydawnictwo Universitatis, Kraków 2012, s. 84.

Internet po raz pierwszy została użyta w 1974 roku przez V. Cerfa i R. Kahna⁷³ i stanowi skrót od angielskiego *International network* – międzynarodowa sieć lub od słowa *interconnect* – łączyć, połączyć.

Internet umożliwia nie tylko produkcję i dystrybucję treści medialnych, lecz pozwala na ich wymianę, przetwarzanie oraz przechowywanie. Służy zarówno do komunikacji prywatnej jak i publicznej. Dlatego też Internet postrzegany jako medium znacznie różni się od tradycyjnych instytucji medialnych⁷⁴. Jak podaje M. Szpunar powyższe cechy Internetu wpływają na jakość udostępnianych w nim przekazów, możliwość ich monitorowania, kontroli czy manipulowania pojawiającymi się treściami. Internet jest postrzegany jako jedyne prawdziwie wolne i autonomiczne medium, pozwalające na artykulację indywidualnych potrzeb czy wyrażanie sprzeciwu⁷⁵.

Goban-Klas zwraca uwagę na specyficzne cechy tego medium. Podkreśla on synkretyczny charakter Internetu przejawiający się w możliwości jego integracji z telefonią, prasą czy telewizją. Internet nie eliminuje poprzednich systemów komunikacyjnych lecz harmonijnie z nimi współistnieje. Taki rodzaj synergii stanowi podstawę pogłębiania i dalszego rozwoju poprzednich systemów komunikacji⁷⁶.

Internet obejmuje radio, prasę, film czy telewizję i pokonuje typowe dla nich ograniczenia poprzez: umożliwienie wielu symultanicznych rozmów, możliwość jednoczesnego odbioru, edycji i przesyłania treści, odejście od terytorialnie zlokalizowanych działań komunikacji narodowej na rzecz nowoczesnych przestrzennych relacji, zapewnienie natychmiastowej globalnej łączności, zastosowanie nowoczesnych rozwiązań w maszynie połączonej z siecią⁷⁷.

1.2.1. Historia powstania Internetu

W literaturze przedmiotu przyjmuje się, że początki Internetu sięgają lat 60. XX w. i są związane z wojskowym projektem sieci komputerowej gwarantującej możliwość komunikacji w razie ataku nuklearnego. Sieć ta miała służyć, jako narzędzie

⁷³ Tamże, s. 84.

⁷⁴ D. McQuail, *McQuail's Mass...*, s. 12.

⁷⁵ M. Szpunar, *Czym są nowe...*, s. 34.

⁷⁶ T. Goban-Klas, *Spółczesność medialna*, Wydawnictwo WSiP, Warszawa 2005, s. 155.

⁷⁷ D. McQuail, *McQuail's Mass...*, s. 36.

porozumiewania się komputerów, a cel komunikacji miał mieć charakter militarny . WW związku z powyższym, wojskowi badacze zainteresowali się konstrukcją sieci komputerowej złożonej z równoprawnych elementów, pozbawionej jakiegokolwiek centrum dowodzenia, a jednocześnie działającej elastycznie i skutecznie⁷⁸. Dlatego u podstaw idei Internetu leży postulat jego decentralizacji. Centrum Internetu składa się z działających na bardzo szybkich łączach węzłów głównych, zwanych hostami, mieszczących w sobie tysiące mniejszych sieci komputerowych. Taka konstrukcja umożliwia sprawne funkcjonowanie i zapewnia łączność nawet przy zniszczeniu znacznej części węzłów⁷⁹. Kolejnym rozwiązaniem zastosowanym przy konstrukcji sieci jest fragmentaryzacja przesyłanych pakietów, które są przekazywane do odbiorcy najszybszą dostępną drogą i następnie powtórnie scalane⁸⁰. Architektura sieci internetowej znacznie odbiega od budowy sieci telefonicznej, a każdy komputer niezależnie od swojej lokalizacji może zostać do niej podłączony⁸¹.

Pierwsza sieć komputerowa ARPANET⁸² powstała w 1967 roku a 1969 roku zaczęła działać, łącząc ze sobą cztery amerykańskie uniwersytety: University of California w Los Angeles i w Santa Barbara, University of Utah i Stanford Research Institute w Menlo Park . W 1973 roku Internet pokonał granicę Stanów Zjednoczonych umożliwiając łączność z Wielką Brytanią i Norwegią. Z uwagi na to, że ARPANET szybko zaczął pełnić funkcję komunikacyjną ośrodków naukowych pojawiła się konieczność odseparowania działań militarnych od cywilnych . W 1983 podjęto decyzję o podziale ARPANET (pozostawionego na potrzeby naukowe) i powstaniu MILNET koncentrującego się na działaniach militarnych⁸³. Przełomowym wydarzeniem w historii Internetu stało się opracowanie języka HTML, które umożliwiło powstanie graficznych przeglądarek WWW, stanowiących podstawowy środek przekazu informacji w sieci . W latach 90. Internet stał się medium masowym o stale rosnącym

⁷⁸ E. Szczepanowska, M. Fiedler, *Internet jako medium o doniosłym wpływie na zdrowie człowieka u progu dorosłości*, „Studia Periegetica” 2010, nr 4, s. 195.

⁷⁹ R. Holt, *Dialogue On the Internet: Language, Civic Identity, and Computermediated Communication Civic Discourse for the Third Millennium*, Greenwood Publishing Group, Londyn 2004, s. 3.

⁸⁰ W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej...*, s. 84.

⁸¹ A. Briggs, P. Burke, *Společna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 353.

⁸² nazwa ARPANET pochodzi od nazwy amerykańskiej agencji rządowej ARPA – *Advanced Research Project Agency*, która finansowała i nadzorowała prace związane z powstaniem podstaw pierwszej sieci. (E. Szczepanowska, M. Fiedler, *Internet jako...*, s.195.)

⁸³ M. Castells, *Společzeństwo sieci*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 58-59.

zasięgu, umożliwiającym łatwą komunikację, nieograniczony dostęp do danych oraz interaktywność⁸⁴

U podstaw powstania Internetu leży odwieczna tęsknota ludzka za wspólnotowością, egalitaryzmem i libertariańskimi ideałami, która idealnie wpisuje się potrzebę przewycięzania ograniczeń czasu i przestrzeni⁸⁵. Cechą go wyróżniającą na tle innych mediów jest również szybkość jego popularyzacja. Osiągnięcie 60 mln użytkowników zajęło mu zaledwie 3 lata. Dla porównania radiu udało się to po 30 latach, natomiast telewizji zajęło 15 lat⁸⁶. Przesyłane i odbieranie informacji nigdy nie było szersze i szybsze, a użytkownik zyskał możliwość sprzężenia zwrotnego, wchodzenia w rolę nadawcy czy swobodnego wyrażania swoich opinii⁸⁷. Treści medialne są dostępne w dowolnym czasie i miejscu, a ich konsumpcja jest ograniczona jedynie przez dostęp do sieci internetowej i posiadanie urządzenia mobilnego lub stacjonarego (np. smartfonu, komputera czy tabletu). Nic więc dziwnego, że w bardzo krótkim czasie dzięki dostępowi do globalnej sieci dokonała się prawdziwa rewolucja.

Liczba osób korzystających z Internetu stale rośnie. Pod koniec lat 80. korzystało z niego 90 tysięcy użytkowników, w 1993 roku było to już 1,3 miliona, w 1996 roku 9,5 miliona, a w 1997 roku 19,5 miliona użytkowników⁸⁸. W 2011 roku dostęp do Internetu miały ponad 2 miliardy osób na całym świecie, co stanowiło około 30% światowej ludności. W 2021 roku z Internetu korzystało 4,66 miliarda internautów (59,5% światowej populacji). Natomiast z danych z 2024 roku wynika, że dostęp do Internetu posiada 5,35 miliarda użytkowników (66,2% światowej populacji). Liczba osób korzystających z sieci stale rośnie, a od 1990 roku nie było roku, w którym liczba użytkowników Internetu byłaby niższa względem roku poprzedniego⁸⁹.

Roczny wzrost liczby internautów szacuje się na 7,3% co stanowi 316 milionów osób rocznie. Średni dzienny czas spędzany w sieci przez jednego użytkownika to

⁸⁴ W. Pisarek, *Słownik terminologii medialnej...*, s. 84.

⁸⁵ M. Szpunar, *Czym są nowe...*, s. 11.

⁸⁶ Tamże, s. 31.

⁸⁷ P. Bałydas, *Medialny zawrót głowy...*, s. 11.

⁸⁸ L. Gorman, D. McLean, *Media i społeczeństwo. Wprowadzenie historyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010, s. 275.

⁸⁹ We are Social, *Special report – Digital 2024 – Your ultimate guide to the evolving digital world* <https://wearesocial.com/us/blog/2024/01/digital-2024/> (dostęp: 12.01.25)

6 godzin i 54 minuty, z czego 92,6% łączy się z Internetem za pomocą smartfona⁹⁰. Dodatkowo media społecznościowe, portale strumieniowe, gry wideo czy handel elektroniczny w czasie pandemii COVID-19 odnotowały znaczny wzrost. Wpływając na zwiększenie zysków światowych korporacji informacyjnych, które stale rosną⁹¹. Jedynie w Polsce przychody z branży rozrywki i mediów w Polsce w 2024 roku osiągnęły wartość 64,8 miliardów złotych, przy średniej stopie wzrostu 3,8% CAGR⁹².

Milionowy przyrost nowych użytkowników odnotowały aplikacje umożliwiające wideokonferencje takie jak Zoom, Skype, FaceTime czy Google Hangouts. Z platformy Microsoft Teams w czasie pandemii dziennie korzystało 75 milionów użytkowników, co daje 50% wzrost w porównaniu z okresem przed pandemią. Globalne korporacje wchodzące w skład GAFA (Google, Amazon, Facebook i apple) dzięki pandemii zyskały na zamówieniach z zakresu telemedycyny, telepracy i teleinwigilacji. COVID-19 zapewnił największym korporacjom nowe kontrakty rządowe⁹³.

1.2.2. Dostęp do Internetu

Jak pokazuje raport Głównego Urzędu Statystycznego z październik 2024 roku, w Polsce dostęp do szerokopasmowego Internetu, jest udziałem 95,9% gospodarstw domowych. Co więcej w przypadku gospodarstw domowych z dziećmi było to 99,9%⁹⁴. Internet stał się źródłem informacji, rozrywki i narzędziem komunikacji. Polacy tak jak samo jak mieszkańcy Europy czy Ameryki Północnej korzystają z sieci do robienia zakupów, płacenia rachunków, komunikacji z instytucjami użyteczności publicznej, nauki czy wymiany poglądów⁹⁵.

⁹⁰ Ł. Majchrzyk, *Mobile i digital w 2021 r. – 5,22 mld ludzi na świecie używa telefonów komórkowych*, <https://mobirank.pl/2021/01/28/mobile-i-digital-w-2021-r-522-mld-ludzi-na-swiecie-uzywa-telefonow-komorkowych/> (dostęp: 02.02.21)

⁹¹ T. Goban Klas, *Media w płynnej pandemii 2020...*, s. 724.

⁹² PwC, Raport: Perspektywy rozwoju branży rozrywki i mediów w Polsce 2023-2027, Warszawa 2023, <https://www.pwc.pl/pl/publikacje/perspektywy-rozwoju-branzy-rozrywki-i-mediow-w-polsce-2023-2027.html> (dostęp: 10.01.25)

⁹³ Tamże, s. 725.

⁹⁴ Główny Urząd Statystyczny, *Spółeczeństwo Informacyjne w Polsce w 2024r.*, Warszawa, Szczecin 2024r. s. 24.

⁹⁵ M. Kopsztejn, *Komunikacja językowa w internecie na przykładzie Facebooka*, [w:] K. Walotek-Ściańska, M. Szyszka (red.) *Komunikowanie się ludzi młodych we współczesnym świecie*, Wyższa Szkoła Administracji, Bielsko Biała 2014, s. 142,

Internet już od ponad dekady jest uznawany za istotne źródło informacji, do którego dostęp powinien być fundamentalnym prawem każdego człowieka⁹⁶. W przeprowadzonej w 2010 roku ankiecie na zlecenie stacji BBC 79% ankietowanych z 26 krajów opowiedziało się za tym postulatem⁹⁷.

Co prawda prawo do dostępu do Internetu nie zostało do tej pory uwzględnione w żadnym ważnym akcie prawa międzynarodowego, jednak jego wartość została potwierdzona w niewiążącej rezolucji Komisji Praw Człowieka Organizacji Narodów Zjednoczonych, która blokowanie dostępu do Internetu określiła jako pogwałcenie praw człowieka. Podobnie sądownictwo międzynarodowe dostęp do Internetu czyni podstawą swoich orzeczeń, podkreślając jego rolę w umożliwieniu jednostkom korzystania z przysługującego im prawa do wolności w przekazywaniu i odbieraniu informacji lub idei⁹⁸. Ten środek komunikacji pełni tak istotną rolę w funkcjonowaniu społeczeństw, że część krajów postanowiła uregulować jego status w swoim prawodawstwie. Jak przykład mogą posłużyć: Grecja, Malta, Estonia, Finlandia, Hiszpania, Francja, Indie czy Kostaryka⁹⁹. Co więcej Europejski Trybunał Praw Człowieka dokonał powiązania norm związanych z dostępem do Internetu z innymi normami obowiązującymi w systemie ochrony praw człowieka, a sądownictwo konstytucyjne w wielu krajach dokonuje analogicznego wnioskowania w swoich przepisach konstytucyjnych¹⁰⁰.

Jednak o tym jaką wartość dla współczesnego człowieka stanowi dostęp do Internetu nie świadczą jedynie akty prawne, lecz również coraz to nowe rozwiązania technologiczne mające na celu zapewnienie globalnego dostępu do sieci. Jednym z nich jest Starlink czyli telekomunikacyjny system satelitarny firmy SpaceX należącej do Elona Muska. Dzięki nowym konstelacjom satelitów na niskiej orbicie okołoziemskiej satelitarny dostęp do Internetu staje się alternatywą dla tradycyjnych technologii stacjonarnych i bezprzewodowych o porównywalnej przepustowości i opóźnieniach. Jak wykazują analizy funkcjonowania Starlink, opóźnienia przesyłu danych pozostają niskie a w porównaniu z innymi komercyjnymi firmami oferującymi dostęp do sieci za

⁹⁶ K. Jakubowicz, *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Poltext, Warszawa 2011, s. 172.

⁹⁷ Tamże s. 172.

⁹⁸ Wyrok ETPC z 1 grudnia 2015 r., *Cengiz i inni v. Turcja*, § 49 i 52. [za:] E. Milczarek, *Miejsce prawa...*, s. 151.

⁹⁹ Tamże, s. 152–154.

¹⁰⁰ Tamże, s. 155.

pomocą satelity geostacjonarnego osiąga on wyższą przepustowość TCP i zapewnia szybsze przeglądanie stron internetowych¹⁰¹.

1.3. Uwarunkowania rozwoju współczesnych mediów

Internet wydaje się niezbędnym medium umożliwiającym funkcjonowanie współczesnych nowoczesnych społeczeństw. Pomimo, że narastanie współzależności pomiędzy mediami a społeczeństwami towarzyszy ludzkości od wieków, o prawdziwej rewolucji w komunikowaniu zaczęto mówić dopiero w drugiej połowie XX wieku, gdy dostęp do mediów przybrał prawdziwie masowy charakter i stał się udziałem większości ludzi na świecie¹⁰². Zjawisko to napędzane procesami globalizacji i postępową technologią nasiliło się do tego stopnia, że przy analizie każdego zjawiska społecznego istotnym wydaje się uwzględnienie obecności, siły i oddziaływania środków masowego przekazu¹⁰³. Istotny wkład w debatę na temat rosnącej roli mediów włożył wybitny teoretyk komunikacji masowej Marshall McLuhan. W wydanej w 1962 roku książce pt. *Guttenberg Galaxy (Galaktyka Guttenberga)* wprowadził termin *Global Village* obrazujący wpływ rozwoju mediów i nowych technologii na proces społecznego komunikowania się. Autor opisał jak elektryczne środki przekazu znoszą przestrzenną władzę człowieka, umożliwiając komunikację między oddzielnymi skupiskami ludzi na niespotykaną dotąd skalę. W efekcie tych działań bariery komunikacyjne zacierają się a świat staje się globalną wioską¹⁰⁴. Pokonując fizyczne bariery media stają się przedłużeniem zdolności zmysłowych oraz umysłowych człowieka. Środki przekazu kształtują postrzeganie świata przez odbiorcę, dlatego jak podkreślał M. McLuhan rola mediów jest kluczowa do zrozumienia przemian społecznych i kulturowych¹⁰⁵. Ten kanadyjski naukowiec twierdził, że narastanie współzależności wydaje się procesem nieuniknionym i niemożliwym do zatrzymania. Teoria ta pierwotnie nawiązywała do telegrafu, jednakże przyglądając się przemianom współczesnych mediów masowych (a zwłaszcza

¹⁰¹ F. Michel, M. Trevisan, *a first look at Starlink performance*, „IMC '22: Proceedings of the 22nd ACM Internet Measurement Conference” 25.10. 22, Nicea, Francja.

¹⁰² A. Briggs, P. Burke, *Spoleczna historia...*, s. 11.

¹⁰³ T. Goban-Klas, *Diagnoza medialna jako...*, s. 52.

¹⁰⁴ M. McLuhan; *Zrozumieć media: Przedłużenia człowieka*; WNT, Warszawa 2004, s. 330.

¹⁰⁵ T. Sznajderski, *Człowiek w świecie wszechobecnych mediów*, „Media i społeczeństwo” 2017, nr 7 s. 55.

rozwojowi Internetu), odnosi się wrażenie, że nie traci swojej aktualności¹⁰⁶. Telegraf – nazywany współcześnie Internetem epoki wiktoriańskiej jako pierwszy wpłynął na dewaluację znaczenia odległości¹⁰⁷. Zarówno nadzieje jak i obawy wysuwane niegdyś wobec telegrafu znajdują swoją analogię w obecnej epoce Internetu¹⁰⁸.

W książce *Społeczna historia mediów*¹⁰⁹ A. Briggs i P. Burke podobnie jak Levinson w *Miękkim ostrzu* śledzą przemiany środków masowego przekazu. Przyjmując perspektywę historyczną udowadniają, że powstanie nowych mediów było naturalną konsekwencją procesów wzrostu współzależności świata, gdyż procesy te nie są zjawiskiem nowym, lecz historyczną tendencją. Chociaż przemiany te odbywają się na różnych płaszczyznach, świat globalizuje się od zawsze¹¹⁰. J. van Dijk mówiąc o postępie technologicznym dokonującym się w obszarze komunikacji, również zwraca uwagę na jego raczej ewolucyjny niż rewolucyjny charakter. W innowacjach widzi on połączenie rozwiązań wykorzystywanych przez wcześniej istniejące techniki¹¹¹. Co więcej, pojawienie się nowego medium nie jest tożsame z rezygnacją ze starszych. W wielu wymiarach używanie nowego medium jest analogią korzystania z jego poprzednika¹¹².

To właśnie rozwojowi komunikacji przypisuje się zasadniczą rolę w procesach globalizacyjnych, gdyż bez dostępu do środków masowego przekazu i nowoczesnych technologii informacyjnych globalizacja w obecnej formie nie byłaby możliwa¹¹³.

1.3.1. Globalizacja

Przy próbie zrozumienia kształtu i charakteru współczesnych mediów nie sposób pominąć zjawisko globalizacji. Jak podaje Z. Rutovic: *Globalizacja w najogólniejszym znaczeniu to fenomenologiczne środowisko przemysłu medialnego. Natomiast globali-*

¹⁰⁶ P. Prufer, N. Stachowicz, *Natura globalizacji kulturowej i jej technologiczne narzędzia*, „Zeszyty Naukowe Ruchu Studenckiego” 2013, nr 1, s. 16-25.

¹⁰⁷ T. Standage, *The Victorian Internet: The Remarkable Story of the Telegraph and the Nineteenth Century's On-line Pioneers*, Berkley Books, Nowy Jork 1998, [za:] M. Szpunar, *Nowe-Stare...*, s. 14.

¹⁰⁸ Tamże, s. 14.

¹⁰⁹ A. Briggs; P. Burke; *Społeczna historia mediów od Gutenberga do Internetu*; Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010

¹¹⁰ J. Mikułowski-Pomorski, *Media wobec zjawisk współczesnej globalizacji*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie”, 2004, nr 654, s. 41.

¹¹¹ Dijk, J. van., *Społeczne aspekty nowych mediów*, Warszawa 2010., Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 13.

¹¹² A. Briggs; P. Burke, *Społeczna historia mediów...*, s. 12-13.

¹¹³ Z. Rutovic, *Economic aspects of media globalization*, „Journal of International Studies”, 2016, t. 9, nr 2, s. 234.

zacja mediów to złożony zbiór wielu obecnych przemian: kulturowych, ekonomicznych, komunikacyjnych, instytucjonalnych (przede wszystkim własnościowych) i innych¹¹⁴.

Nieodzwonną rolę w akceleracji tego procesu odegrał postęp techniczny i powstanie nowych mediów, a te ostatnie będąc katalizatorem globalizacji same uległy przeobrażeniom pod jego wpływem.

Jak podaje wielu badaczy¹¹⁵, ostatnie trzy dekady to okres nowego rozwoju historycznego, charakteryzującego się zmianami paradygmatycznymi zachodzącymi nierównomiernie w hybrydowych i heterogenicznych procesach uniwersalizacji przepływów ekonomicznych, technologicznych, medialnych, instytucjonalnych czy kulturalnych. Procesy te są często przeciwstawne i sprzeczne, a równocześnie obejmują swym zasięgiem wszystkie aspekty życia człowieka¹¹⁶. Pojęciem wykorzystywanym w celu wyjaśnienia tych bezprecedensowych zjawisk jest globalizacja¹¹⁷. Termin ten – pomimo braku jednoznaczności – stanowi jedno z lepszych narzędzi używanych do opisu rzeczywistości¹¹⁸. Globalizacja jest traktowana jako *ultima causa* wyjaśniająca wszystkie tendencje rozwojowe na świecie a dodatkowo przypisywany jest jej dogmatyczny charakter samowystarczającego i naturalnego procesu rozwoju świata¹¹⁹.

Jak podaje *Encyklopedia PWN*: *globalizacja to charakterystyczne i dominujące w końcu XX i na początku XXI w. tendencje w światowej ekonomii, polityce, demografii, życiu społecznym i kulturze, polegające na rozprzestrzenianiu się analogicznych zjawisk, niezależnie od kontekstu geograficznego i gospodarczego zaawansowania regionu*¹²⁰.

Definicja ta wykazuje, że globalizacja jest zjawiskiem wieloaspektowym odnoszącym się do różnych dziedzin ludzkiego życia. J. A. Scholte proponuje pięć ujęć tego procesu¹²¹:

¹¹⁴ Tamże, s. 235.

¹¹⁵ J. Powell, L. Khan, *Ageing and Globalization: a Global Analysis*, „Journal of Globalization Studies”, 2013, t. 4, nr 1 s.7.

¹¹⁶ Z. Rutovic, *Economic aspects...*, s. 234.

¹¹⁷ S. Burlacu, C. Gutu, *Globalization – Pros and cons*, „Quality – Access to Success”, 2018. t. 19, nr S1 s. 122-125.

¹¹⁸ M. Łuczak, *Media jako katalizator globalizacji*, „Media i Społeczeństwo”, 2016, t. 6, s. 16.

¹¹⁹ Z. Rutovic, *Economic aspects...*, s. 235.

¹²⁰ Encyklopedia Internetowa PWN <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3905881/globalizacja.html%20target=> (dostęp: 18.11.20).

¹²¹ J.A. Scholte, *Globalizacja krytyczne wprowadzenie*, Humanitas, Katowice 2013, s. 289.

- globalizacja jako wyższy etap procesu internacjonalizacji – po przekroczeniu pewnego poziomu umiędzynarodowienia gospodarki, staje się ona zglobalizowana a wzrost wymiany handlowej między państwami skutkuje wzrostem ich współzależności;
- globalizacja związana z zanikaniem koncepcji terytorium – odchodzenie od jednolitych obszarów przynależnych do danego kraju, czy też formowanie się terytorium globalnego;
- globalizacja jako uniwersalizm – rozpowszechnianie zjawisk typowych dla jednej kultury na skalę światową, skutkujące scalaniem kultur;
- globalizacja jako mcdonaldyzacja – inaczej globalizacja powiązana z westernizacją czyli rozpowszechnianiem się konsumpcyjnego modelu życia, wzorowanego na rozwiniętej gospodarce amerykańskiej, stąd określenie tego procesu jako kalifornizacja bądź amerykanizacja;
- globalizacja jako konsekwencja gospodarki liberalnej – znoszenie barier i ograniczeń w handlu międzynarodowym i migracji ludzi, skutkuje integracją gospodarki międzynarodowej, a co za tym idzie optymalizacją alokacji zasobów, obniżeniem poziomu inflacji czy zwiększeniem zatrudnienia oraz dochodów pracowników i przedsiębiorców¹²².

Początkowo termin globalizacja był używany do opisywania wpływu nowych technologii i rozwiązań komunikacyjnych na życie człowieka. Obecnie pojęcie to stało się centralną kategorią opisującą doświadczenia ludzi związane z kurczeniem i ujednolicaniem się ogólnoświatowych tendencji¹²³. Oznacza ono ciągłą ekspansję i intensyfikację stosunków gospodarczych, politycznych, społecznych, kulturowych i sądowych wykraczających poza granice państw¹²⁴. Oprócz rewolucji w technologiach informacyjnych i komunikacyjnych oraz innowacjach technologicznych, sprzyjają temu obniżone koszty transportu, ułatwiające interakcję między osobami, firmami i krajami. Wraz ze wzrostem globalizacji rośnie też konkurencja międzynarodowa, która z kolei stymuluje roz-

¹²² R. Wolniak, *Istota Procesów Internacjonalizacji Przedsiębiorstw*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej”, Katowice 2018, t. 118, s. 665.

¹²³ M. Wojewoda, *Aspekty globalizacji w ujęciu Zygmunta Baumana na tle polskich dyskusji*, [w:] T. Czakon, D. Ślęczek- Czakon (red.), *Współczesna filozofia społeczna w Polsce: wybrane problemy*, Wydawnictwo Śląsk, Katowice 2014, s. 288.

¹²⁴ B.J. Christensen, C. Kowalczyk (red.), *Introduction to Globalization: Strategies and Effects*, Springer, Berlin – Heidelberg 2017, s. 1-16.

wój technologiczny i dalszą globalizację¹²⁵. M. Mandelbaum rozwój globalizacji postrzega jako tożsamy element zintegrowanej gospodarki światowej i porównuje ten proces do nowoczesnego pojazdu mogącego na różne sposoby transportować siedem miliardów pasażerów¹²⁶.

Pomimo, że złoty wiek globalizacji przypada na lata 1990-2010 koncepcje globalizacyjne dalej ewoluują i nabierają nowego znaczenia¹²⁷. Z. Bauman mówi o nich jako o nieuniknionym losie świata, nieodwracalnym procesie dotyczącym każdego człowieka w takim samym stopniu¹²⁸. Określa współczesność mianem płynnej, a do zobrazowania swojej teorii wykorzystuje metaforę cieczy. Analizując przemiany społeczeństwa zachodnioeuropejskiego wykazuje, że kluczowe wartości dla mieszkańców krajów wysokorozwiniętych tj.: wolność, indywidualizm, czas, przestrzeń, praca czy wspólnotowość ulegają przeobrażeniom od jasnych reguł i wyraźnych granic do wspomnianej płynności. Płyny nie zachowują swojego kształtu i są nieustannie gotowe do przeobrażenia i przyjęcia innej formy. Według autora koncepcji, ciała stałe to wszystko to, co trwa niezmiennie w czasie, natomiast uwolnienie społeczeństwa następuje poprzez ich roztopienie. Jednakże celem tego procesu nie jest całkowite wyzbycie się tego co stałe, lecz zrobienie przestrzeni dla nowych, lepszych i doskonalszych ciał stałych, nie wymagających zmian. Roztapianie tego co stałe, doprowadziło do uwolnienia gospodarki od etycznych, kulturowych czy politycznych zależności i powstania nowego porządku definiowanego w kategoriach ekonomicznych. Współczesne wzorce i porządki nie są już oczywiste a ich mnogość i wzajemny antagonizm wpływają na nasze codzienne życie. Moce roztopiające przeniosły się z poziomu systemu na poziom społeczeństwa, co w efekcie dało zindywidualizowaną i sprywatyzowaną wersję nowoczesności. Globalizacja jest zjawiskiem wieloaspektowym, polegającym na *kurczeniu się czasu i przestrzeni*, które dotyka różnych dziedzin od polityki, przez ekonomię po kulturę¹²⁹.

¹²⁵ S. Torp, J. Reiersen; *Globalization, Work, and Health: a Nordic Perspective*; „International Journal of Environmental Research and Public Health”, Borre 2020, s.1.

¹²⁶ M. Mandelbaum, *The Road to Global Prosperity*, Simon & Schuster. Nowy Jork 2014, s. 176-177.

¹²⁷ W. Hubner, *Świat, Chiny i globalizacja: bieżące tendencje i szok epidemii*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, 2020, nr 1, s. 5-9.

¹²⁸ Bauman Z., *Globalizacja. i co z tego dla ludzi wynika*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2000, s. 84.

¹²⁹ M. Łuczak, *Rola nowych...*, s. 6.

1.3.1.1. Obawy związane z globalizacją

Dla ludzi żyjących w latach sześćdziesiątych obraz globalnej wioski był interesującym konceptem poznawczym. Rozwój komunikacji i przepływ informacji między różnymi narodami miał skutkować wzmocnieniem solidarności i wzrostem współzależności. Narodzenie się wielokulturowości miało stać się źródłem globalnej współpracy bazującej na szacunku i wspólnych wartościach takich jak demokracja, dobrobyt gospodarczy czy znane z czasów rewolucji francuskiej: wolność, równość, braterstwo¹³⁰. Jednakże globalizacji od samego początku towarzyszył również niepokój. Papież Pius XII już w 1950 roku poruszał kwestię rozwoju komunikacji mówiąc: *Przyszłość współczesnego społeczeństwa oraz stabilność jego życia wewnętrznego zależy w dużej mierze od zachowania równowagi między oddziaływaniem technik komunikacji a zdolnością jednostki do reagowania na nie*¹³¹.

Na początku obecnego wieku J. Mikułowski Pomorski o hipotezie globalnej wioski pisał jako o fatalistycznym obrazie świata zanurzonego w *medialnej fikcji*, od którego nie ma ucieczki.¹³² Również papież Franciszek w encyklice *Laudato si* zwracał uwagę na potrzebę korekty mediów, które przyczyniają się do zaśmiecania świata w jego kulturowym wymiarze¹³³: [...] *dynamika mediów i świata cyfrowego, gdy staje się wszechobecna, nie sprzyja rozwojowi zdolności do mądrego życia, głębokiego myślenia, wielkodusznego miłowania (...) Równocześnie istnieje tendencja do zastąpienia realnych relacji z innymi, ze wszystkimi związanymi z nimi wyzwaniami, przez pewien typ komunikacji za pośrednictwem Internetu. (...). Nie powinno więc dziwić, że wraz z przytłaczającą podażą tych produktów narasta głęboka melancholia i niezadowolenie w relacjach międzyosobowych czy też niebezpieczna izolacja*¹³⁴.

Proces globalizacji do dziś budzi kontrowersję. Niezaprzeczalnie pomaga ona ludziom w komunikacji. Instytucje humanitarne mogą szybciej reagować w sytuacjach kataklizmów czy klęsk żywiołowych. Dzięki zanikaniu barier wzrasta ilość osób studiujących za granicą a zaawansowane leki ratujące życia setkom osób są łatwiej

¹³⁰ C. Sorana Matei, *Globalization – An Anthropological Approach*, „Procedia – Social and Behavioral Sciences”, Lumen 2014, nr 149, s. 542 – 546,

¹³¹ M. McLuhan, *Zrozumieć Media...*, s.52.

¹³² J. Mikułowski Pomorski, *Media wobec...*, s. 38.

¹³³ T. Goban-Klas, *Rwący nurt mediów. Mediocen – nowa fala mediatyzacji życia społecznego*, WSiIZ, Universitas, Rzeszów- Kraków 2020, s. 366.

Encyklika *Laudato si'* Ojca Świętego Franciszka poświęcona trosce o wspólny dom, [za:] ¹³⁴ T. Goban-Klas, *Rwący nurt...*, s. 366.

dostępne¹³⁵. Jednakże pojawiają się również obawy, związane z wypieraniem kultury lokalnej przez kulturę obcą, zagrażając tożsamości narodowej i odrębności kulturowej poszczególnych społeczeństw. Dominacją potężnych międzynarodowych koncernów stojących ponad państwem narodowym.

Postępująca homogenizacja świata dotycząca aspektu kulturowego, z jednej strony wpływa to na rozpowszechnianie się dobrych standardów, z drugiej strony budzi niepokój, gdyż wraz z ujednolicaniem się proponowanych modeli na coraz większym terytorium pojawiają się zjawiska negatywne z etycznego punktu widzenia¹³⁶.

Globalizacja wpływa na polityczne decyzje dotyczące deregulacji, wolnego handlu i integracji rynków. Zmienia warunki życia ludzi na całym świecie, oferując niektórym nowe możliwości, ale innym ryzyko i zagrożenie. Metamorfozom ulegają strategie i style życia. Zmienia się sposób w jaki się komunikujemy, przemieszczamy, robimy zakupy, spędzamy wolny czas, pracujemy czy wychowujemy dzieci¹³⁷. Świat stoi przed wyzwaniami związanymi z odpowiedzią na globalizację, dlatego też jest ona przedmiotem zainteresowań osób, firm, rządów i organizacji międzynarodowych, które zostały wyjęte z ram państwa narodowego tak jak Bank Światowy, Organizacja Narodów Zjednoczonych, Unia Europejska czy firmy międzynarodowe¹³⁸ w tym miejscu warto podkreślić, że od strony etycznej globalizacja jest oceniana neutralnie, natomiast jej skutki mogą mieć zarówno charakter pozytywny jak i negatywny w zależności od dóbr, które przy jej pomocy są pozyskiwane¹³⁹.

1.3.1.2. Media w globalizującym się świecie

Jak wspomniano powyżej zjawisko globalizacji nieodzownie łączy się z rozwojem mediów. Inaczej proces ten wyglądał w epoce mediów tradycyjnych, inaczej po pojawieniu się mediów elektronicznych a zwłaszcza upowszechnieniu Internetu. Jak podaje M. Łuczak w odniesieniu do procesów globalizacyjnych pojawienie się Internetu było zdarzeniem na tyle istotnym, że współcześnie powinno się mówić nie o globalizacji lecz megaglobalizacji. Dodatkowo wartym zauważenia jest nierozzerwalny stosunek mediów

¹³⁵ P. Prufer, N. Stachowicz, *Natura globalizacji kulturowej...*, s. 16-25.

¹³⁶ M. Łuczak, *Rola nowych...*, s. 9.

¹³⁷ S. Torp, J. Reiersen, *Globalization, Work, and Health...*, s. 2.

¹³⁸ B.J. Christensen, C. Kowalczyk, *Introduction to Globalization...*, s. 2.

¹³⁹ M. Łuczak, *Rola nowych...*, s. 6

i technologii, im wyższy poziom wykorzystywanych przez media rozwiązań technicznych, tym większe tempo zmian, a każdorazowe pojawienie się nowego wynalazku wpływa na nierównomierne przyspieszenie zjawiska globalizacji¹⁴⁰. Pomimo, że pod względem jakości globalizacji nie odnotowujemy większych zmian, zjawisko to ulega imponującemu przyspieszeniu, a emisja informacji spotyka się z natychmiastową recepcją i dotyczy coraz większej liczby osób na coraz większym obszarze¹⁴¹.

Badacze w historii rozwoju mediów elektronicznych¹⁴² wyróżniają trzy fazy. Pierwsza z nich to faza silnych mediów, którą można było obserwować w latach 30. XX wieku. Charakteryzowała się ona mocnym, jednokierunkowym i determinującym wpływem środków przekazu wywieranym na biernych odbiorców. Druga faza właściwa dla lat 50 i 60. XX wieku to etap bezradności mediów. Wiązał się on z wybiórczym i fragmentarycznym oddziaływaniem na odbiorcę. Trzecia faza, obserwowana w ostatnim ćwierćwieczu XX wieku to etap wzajemnego oddziaływania na siebie mediów i odbiorców¹⁴³. Jak podaje M. Szpunar analizując historię mediów, a w szczególności mediów masowych obserwujemy przejście od etapu wszechpotężnych mediów, które w sposób jednostronny i deterministyczny oddziałują na odbiorców, do etapu mediów *miękkich*, które łatwo dają się modyfikować a swojego użytkownika traktują jak równorzędnego partnera dyskursu, tym samym ich wpływ na konsumentów jest częściowy¹⁴⁴.

Gwałtowny rozwój branży medialnej, towarzyszący globalizacji wpłynął na transformacje we wszystkich jej segmentach od różnorodności form nadawania czy publikacji po rozrywkę i reklamę. Zwiększona komercjalizacja środków masowego przekazu, którą można obserwować od końca lat 70. XX wieku doprowadziła do zmian w ich komponentach funkcjonalnych i wartościowych. Zauważa się również ich

¹⁴⁰ Tamże, s. 6-7,

¹⁴¹ Tamże, s. 6-7.

¹⁴² Jednym z centralnych pojęć pracy jest pojęcie mediów. Warto przypomnieć, że począwszy od lat 60. XX wieku termin ten jest utożsamiany z mediami masowymi – radiem i telewizją a od lat 90 również Internetem. w takim też znaczeniu jest ono wykorzystywane przez Zarazińskiego przy opisie trzech faz rozwoju mediów. Jednakże termin medium posiada również inne znaczenia. Z łaciny słowo medium oznacza środek a medius *będący pomiędzy*. w naukach przyrodniczych oznaczał podstawowy materiał/pierwiastek jak woda, szkło czy powietrze. Natomiast do końca lat 50. XX wieku medium stanowiło określenie ezoterycznych uzdrowicieli. w historii spotykamy się z szerokim polem znaczeniowym tego terminu, co wpływa na trudność w sformułowaniu precyzyjnej definicji. Szerzej na temat ewolucji pojęcia pisze D. Mersch, *Teorie mediów, Sic!*, Warszawa 2010, s. 16-26.

¹⁴³ G. Zaraziński, *Komunikacja i media. Wprowadzenie*, Wydawca Zaraziński Grzegorz, Siedlce 2008, s. 103-107.

¹⁴⁴ M. Szpunar, *Nowe- Stare...*, s. 18.

zwiększoną koncentrację na generującym zyski przemyśle reklamowym oraz większą kontrolę nad produkcją medialną, dystrybucją czy analizą potrzeb publicznością. i chociaż podstawowymi funkcjami mediów pozostały: informacyjna, rozrywkowa i edukacyjna, doszło do modyfikacji w sposobie ich realizacji¹⁴⁵.

Powyższe tendencje pojawiające się w kontekście ekonomicznej homogenizacji przemysłu medialnego, stawiają środki masowego przekazu w roli ważnego czynnika wpływającego na gospodarcze i polityczne globalne zjednoczenie. Ściśle powiązane procesy globalizacji i globalizacji mediów są blisko związane z gospodarką światową, siłami rynkowymi, systemami politycznymi oraz relacjami dominacji i zależności między krajami i kulturami¹⁴⁶. Poprzez rozbudowę sieci kabli światłowodowych, łącz satelitarnych i infrastruktury internetowej z równoczesną deregulacją systemów kodowania granice państw narodowych, kontrolujące działanie instytucji medialnych w tradycyjnym systemie, tracą na znaczeniu¹⁴⁷. Globalizacja środków masowego przekazu wpływa na modelowanie i przekształcanie różnych kultur do wymagań zachodniego systemu korporacyjnego i konsumpcjonizmu¹⁴⁸. Szczególnie istotny w tym aspekcie jest przekaz amerykański warunkowany wysoką pozycją amerykańskich przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym oraz ich oferty programowej¹⁴⁹.

Jednakże metaforyczny zanik granic umożliwia przede wszystkim globalne rozprzestrzenianie informacji, komunikatów perswazyjnych i propagandowych oraz marketingowych strategii. Kategoria państwa narodowego, która stała się na wiele dziesięcioleci synonimem społeczeństwa, uważana jest za coraz mniej użyteczną do opisywania dzisiejszego, kurczącego się świata. Zewnętrznym symptomem wspominanego procesu jest niewątpliwie zanikanie granic w ich geograficznym rozumieniu¹⁵⁰. Trudno się zatem dziwić, że państwa niedemokratyczne wpływają na ograniczenie dostępu do Internetu swoich obywateli. W przypadku braku przeszkód ekonomicznych czy technologicznych (przykład Kuby) reglamentują dostęp do Internetu przez wysokie ceny czy techniczne uniemożliwienie podłączenia¹⁵¹.

¹⁴⁵ Z. Rutovic, *Economic aspects...*, s. 240.

¹⁴⁶ Tamże, s. 240 – 241.

¹⁴⁷ L. Gorman, D. McLean, *Media i społeczeństwo. Wprowadzenie historyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010, s. 305.

¹⁴⁸ Z. Rutovic, *Economic aspects...*, s. 234.

¹⁴⁹ L. Gorman, D. McLean, *Media i społeczeństwo...*, s. 313.

¹⁵⁰ Z. Rutovic, *Economic aspects...*, s. 237 – 238.

¹⁵¹ M. Łuczak, *Rola nowych...*, s. 12.

Media w dominujących procesach globalizacyjnych pełnią nie tylko funkcje pośrednika w polityce, gospodarce czy kulturze, ale same stały się centralnymi podmiotami posiadającymi własne interesy handlowe.

Koncentracja mediów stała się szczególnie widoczna w krajach rozwiniętych, gdzie doprowadziła do wygaśnięcia tradycyjnego monopolu usług publicznych i powstania równoległego nadawania komercyjnego. Skoncentrowana własność mediów znajduje się rękach siedmiu międzynarodowych korporacji medialnych: Disney, AOL Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom, Vivendi i Bertelsmann. Z czego wszystkie plasują się na liście 300 największych niefinansowych firm świata¹⁵².

Powstanie i rozwój konglomeratów medialnych wywołał problemy związane z ekonomicznymi ograniczeniami wiadomości, informacji i opinii, zwiększeniem komercjalizacji wszystkich mediów poprzez sensację (która służy przyciągnięciu publiczności), kierowaną krytykę i cenzurę idei politycznych i społecznych. Natomiast komercjalizacja mediów doprowadziła do ograniczenia funkcji edukacyjnych i informacyjnych oraz zwiększenia orientacji na rozrywkę, wirtualność, a nawet przemoc.

W związku z powstaniem konglomeratów i komercjalizacją mediów koniecznym stało się poruszanie kwestii stymulowania pluralizmu mediów oraz regulacji i zapobieganie monopolowi oraz ścisłej kontroli monopolizacji mediów, które są elementem oficjalnej polityki Unii Europejskiej.

Postęp technologiczny stał się warunkiem *sine qua non* dla masowego przepływu informacji ponad granicami państw, z czego korzystają globalne i quasi globalne przedsiębiorstwa multimedialne. Koncentracja korporacji medialnych wpłynęła na produkcję ujednoliconych formatów programów, dostępnych na całym świecie dzięki konwergencji nowych mediów¹⁵³. Można zaobserwować szeroką ekspansję światowego rynku produktów medialnych np. programów telewizyjnych, seriali, filmów, wiadomości, gier czy reklam.

Jednak wraz z postępującą konwergencją technologiczną dążącą do podniesienia mobilności przeobrażeniu uległy wzorce korzystania z Internetu. Niegdyś głównym miejscem łączenia się z siecią był domowy komputer stacjonarny (nierzadko dzielony z innymi członkami rodziny), bądź sprzęt publiczny dostępny w szkołach i na

¹⁵² Z. Rutovic, *Economic aspects...*, s. 239.

¹⁵³ Tamże, s. 237.

uczelniach. Połączenie z siecią odznaczało się nieciągłością i nierzadko było wyczekiwane przez użytkowników planujących aktywność w sieci w czasie offline. Jednakże wraz ze zintegrowaniem technologii mediów społecznościowych z telefonami komórkowymi oraz dostępem do mobilnego Internetu zmieniły się wzorce zanurzenia w medialnej rzeczywistości a czas spędzony na korzystaniu z mediów znacząco wzrósł¹⁵⁴.

Dostęp do treści medialnych stał się na tyle istotny, że jest coraz częściej uznawany za decydujący czynnik rozwoju kulturalnego, politycznego czy gospodarczego¹⁵⁵. Powstanie mediów elektronicznych sprawiło, że komunikacja ma ogólnosiątkowy zasięg a dostęp do informacji jest natychmiastowy i stały¹⁵⁶.

1.3.2. Konwergencja mediów

Kolejną cechą współczesnych mediów jest ich przenikanie. Jak podaje T. Kowalski obserwujemy *wielowymiarowy proces przemian mediów prowadzący do ich stopniowego upodobnienia i integracji, na wspólnej płaszczyźnie cyfrowej*¹⁵⁷. Radio, prasa i telewizja uzupełniają się wzajemnie konstruując podobne treści medialne zarówno te informacyjne jak i reklamowe.

Zjawisko to nazywane konwergencją mediów jest określane jako rewolucja technologicznej przełomu XX i XXI wieku i stanowi ono przedmiot zainteresowań polskich i zagranicznych medioznawców od co najmniej pięćdziesięciu lat . W tym czasie powstały liczne kategoryzacje i typologizacje oraz próby definiowania tego zjawiska zarówno w wąskim jaki szerokim zakresie¹⁵⁸.

Konwergencja miała miejsce jeszcze na etapie tzw. *starych mediów*, jednak powstanie i błyskawiczny rozwój Internetu wpłynęły na jej ponowne zdefiniowanie. Użytkownikom została udostępniona platforma wymiany myśli (niewymagająca

¹⁵⁴ M. Łuczak, *Rola nowych...*, 12.

¹⁵⁵ U. Carlsson, *Youth. Media. Globalisation, Foreword*, UNESCO, Goteberg 2002, s. 7-11.

¹⁵⁶ J.B. Thompson, *Media i nowoczesność. Społeczna historia mediów*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław, 2001 s. 153.

¹⁵⁷ T. Kowalski, *Komunikacja w czasach Internetu – powrót do źródeł?* [w:] A. Adamski, S. Gawroński, M. Szewczyk (red.) *Nauki o mediach i komunikacji społecznej, Krystalizacja dyscypliny w Polsce, Tradycje, nurty, problemy, rezultaty*, Oficyna wydawnicza ASPRA, Rzeszów-Warszawa 2017, s. 325.

¹⁵⁸ M. Jabłońska, *Współczesna konwergencja mediów w perspektywie użytkowników — modele oraz metody pomiaru*, „Studia i Perspektywy Medioznawcze”, 2020, nr 2, s. 127.

dodatkowego ponoszenia kosztów), która wzbudziła w nich potrzebę uczestnictwa i aktywnego kształtowania rzeczywistości medialnej.

Interaktywna forma komunikacji towarzysząca nowym mediom przyczyniła się do stworzenia nowego paradygmatu w odniesieniu do komunikacji masowej¹⁵⁹. Jak pisze A. Pawlik: *Internet jest platformą, w ramach której mogą funkcjonować wszystkie istniejące już media – telewizja, radio, telefonia, gazety, książki. Wprowadzając nowe kanały przekazu tych samych treści, udostępnia je w nowych obszarach aktywności ludzkiej. Umożliwia także mariaż mediów tradycyjnych z nowymi mediami*¹⁶⁰. Świadczy o tym fakt, że stacje radiowe i telewizyjne są obecne w nowych mediach i aktywie komunikują się z konsumentami za pomocą mediów społecznościowych. Współczesne media nie ograniczają się do jednego środka przekazu lecz wykorzystują wszystkie możliwe dostępne kanały komunikacji.

Medioznawcy postrzegają jednak zjawisko konwergencji znacznie szerzej niż tylko jako połączenie mediów tradycyjnych i internetu¹⁶¹. *Słownik terminologii medialnej* definiuje je jako *postępujące wzajemne powiązanie i przenikanie się sieci telekomunikacyjnych, audiowizualnych i informatycznych. Podstawą, punktem wyjścia dla tych procesów jest technologia cyfrowa, wdrażana przez wyżej wymienione sektory, a konsekwencją stopniowe zacieranie się różnic między nimi. Przykładem konwergencji jest m.in. oferowanie programów telewizyjnych przez operatorów telekomunikacyjnych lub usług telekomunikacyjnych w sieciach operatorów kablowych*¹⁶².

W definicji pojawia się również informacja o podobieństwie oferty mediów publicznych i komercyjnych co przyczyniło się do powstania nowej formuły – *infotainment* łączącej informację z rozrywką.

H. Jenkins podkreśla, że konwergencja nie jest jedynie zmianą w zakresie wykorzystywanej technologii, lecz zmianą w relacjach pomiędzy technologią, przemysłem, rynkiem, gatunkami i odbiorcami. Wpływa ona na przekształcenie logiki działania przemysłów medialnych wykorzystywanej przez odbiorców do przetwarzania

¹⁵⁹ Tamże, s.127-128.

¹⁶⁰ A. Pawlik, *Seriale radiowe w internecie – sztuka audialna w procesie konwergencji*, [w:] Z. Oniszczyk, M. Wielopolska-Szymura (red.), *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, Uniwersytet Śląski, Katowice, 2012, t. 1, s. 282- 283

¹⁶¹ A. Szynol, *Konwergencja mediów w praktyce*, „Media-Kultura-Społeczeństwo”, 2012-2013, nr 7-8 s. 7.

¹⁶² W. Pisarek (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Wydawnictwo Universitas, Kraków 2012, s. 105.

informacji i rozrywki¹⁶³. Współczesne media przekraczają ograniczenia technologiczne, organizacyjne czy kompetencyjne przekształcając się w przedsięwzięcia wielomediowe¹⁶⁴. Dlatego też zdaniem M. Jachimowskiego *Konwergencja mediów musi być postrzegana jako nadająca sens kulturze medialnej – zaciera granice w przestrzeni medialnej między różnymi kanałami przepływu treści, formami i formatami, segmentami przedsiębiorstw medialnych, czynnościami produkcji i konsumpcji przekazów. Dokonała ponadto jeszcze jednej istotnej zmiany w kulturze medialnej – spowodowała zmiany w sposobie korzystania z mediów przez adresatów mediów – z biernego na czynny*¹⁶⁵. Cytowany autor dodaje, że termin konwergencja mediów służy do identyfikacji trendów obecnych w kulturze medialnej i nie powinna być używana hasłowo¹⁶⁶. Badacze wydają się zgodni co do tego, że zjawisko konwergencji jest wielowymiarowe i posiada wiele różnych aspektów¹⁶⁷. Z. Kantyka pisze o kontekście technologicznym, ekonomicznym, dziennikarskim, społeczno-kulturowym, społeczno-strukturalnym, kulturowym, prawnym, psychologicznym, filozoficzno-etycznym i politycznym. Jednak najistotniejszy wydaje się kontekst technologiczny¹⁶⁸. Jednak jak dodaje K. Jakubowicz konwergencja wpływa również na rewizję regulacji prawnych. Łączenie poszczególnych sektorów wymusza uwzględnienie prawa kartelowego, ochrony konsumentów czy ochrony konkurencji. W niektórych państwach usługi i treści medialne są regulowane przez odrębne akty prawne. Jednak jak podkreśla wspomniany autor wzrasta liczba przypadków łączenia organów regulacyjnych¹⁶⁹.

Oprócz klasycznego przykładu konwergencji jakim jest aktywność mediów tradycyjnych w cyberprzestrzeni na arenie międzynarodowej pojawiły się firmy medialne działające tylko i wyłącznie w sieci, tym samym nie posiadające swoich analogowych odpowiedników i nie prowadzące tradycyjnej polityki redakcyjnej. Pełnią

¹⁶³ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, s. 21.

¹⁶⁴ T. Kowalski, *Komunikacja w czasach...*, s. 326.

¹⁶⁵ M. Jachimowski, *Wpływ konwergencji mediów na kształtowanie się przestrzeni medialnej*, „Rocznik Prasoznawczy” 2012, nr 6, s. 39- 40.

¹⁶⁶ Tamże s. 39.

¹⁶⁷ A. Szynol, *Konwergencja mediów...*, s. 8.

¹⁶⁸ Z. Kantyka, *Konwergencja mediów a polityczna sfera życia społecznego*, [w:] Z. Oniszczyk, M. Wielopolska-Szymura (red.), *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2012, t 1, s. 100.

¹⁶⁹ K. Jakubowicz, *Mediatyzacja Internetu i internetyzacja mediów: wybrane aspekty regulacyjne* „Transformacje” 2007, nr 1/4/2008, nr 1/2, s. 332-333.

one rolę platform, które obok własnych produkcji rozpowszechniają i agregują zawartości wytwarzane przez inne media¹⁷⁰.

Konwergencja przyczyniła się do masowego wytwarzania treści medialnych przez użytkowników (*user generator content*). Zarówno amatorzy publikujący sporadycznie i przypadkowo, półprofesjoniści prowadzący regularną działalność jak i przedstawiciele nowych zawodów medialnych zyskali nową przestrzeń ekspresji¹⁷¹. Jednak jak podaje K. Jakubowicz zwiększenia aktywności medialnej użytkowników jest często pozorne a internauci w wielu wymiarach powtarzają schematy odbioru medialnego charakteryzującego media masowe. Ich aktywność niejednokrotnie zostaje sprowadzona do quasi-aktywności gdyż jest ograniczona przez możliwości interfejsu czy zredukowane opcje udostępnione przez twórcę systemu¹⁷².

Dzięki konwergencji media zaczęły kierować swoje przekazy do globalnego widza, a korporacje takie jak np. CNN, MTV, Netflix, HBO i wiele innych dostarczają rozrywkę odbiorcom na całym świecie, również młodzieży, identyfikującej się z uniwersalnymi globalnymi symbolami popkultury¹⁷³ w sieci cybernetycznej współrzędne geograficzne i strefy czasowe nie odgrywają roli, a przesyłane informacje, stają się symultanicznie dostępne jej użytkownikom.¹⁷⁴ Dostęp do treści w czasie rzeczywistym jest możliwy dla każdej osoby posiadającej urządzenie z dostępem do Internetu, co wpływa na szybkie rozpowszechnianie trendów i tendencji.

Szybki przepływ informacji stanowiący motor postępu technicznego współczesnego świata, wpływa na stale rosnące zapotrzebowanie na transfer za pośrednictwem sieci telekomunikacyjnych oraz zwiększanie ilości przesyłanych danych. Dzięki zwiększeniu prędkości łączы internetowych możliwe stało się strumieniowe przesyłanie treści multimedialnych o dużym rozmiarze tj. filmów czy muzyki, które zrewolucjonizowało podejście do oglądania telewizji czy słuchania muzyki. Działania te stale zyskują na popularności¹⁷⁵.

¹⁷⁰ T. Kowalski, *Komunikacja w czasach...*, s. 325.

¹⁷¹ Tamże, s. 325 – 326.

¹⁷² K. Jakubowicz, *Nowa ekologia...*, s. 152.

¹⁷³ W. Burszta, *Globalizacja*, [w:] Encyklopedia Internetowa PWN <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3905881/globalizacja.html%20target=> (dostęp: 18.11.20).

¹⁷⁴ M. Marczyk, *Cyberprzestrzeń jako nowy wymiar aktywności człowieka – analiza pojęciowa obszaru*, „Przegląd Teleinformatyczny”, Warszawa 2018, nr 1-2, s. 59.

¹⁷⁵ W. Sulej, M. Ziolkowska, *Efektywność mediów strumieniowych*, „Biuletyn Instytutu Automatyki i Robotyki”, 2011, nr 30, s. 92.

1.4. Media strumieniowe

1.4.1. Era nowej telewizji – *post network*

W odniesieniu do branży telewizyjnej upowszechnianie i rozwój streamingu jest postrzegany jako zmiana nazywana erą post-telewizji (*post-television*) lub post-sieci (*post-network*). Termin ten został wprowadzony przez A. D. Lotz¹⁷⁶ i zdefiniowany przy użyciu pięciu C: *choice, control, convenience, customization, and community*. Te pięć haseł odnosi się do możliwości jakie zyskali widzowie wraz z nastaniem nowej ery telewizji, oferującej: wybór, kontrolę, wygodę, personalizację i wspólnotowość. Wymienione powyżej cechy według A.D. Lotz definiują współczesną telewizję w której widzowie zyskali szerszy dostęp do treści medialnych i możliwość korzystania z nich na własnych warunkach. W tym miejscu warto podkreślić, że Internet nie wyparł dawnych mediów. Zostały one skonwertowane uzyskując nowe możliwości i sposoby docierania do odbiorców. Podlegająca tym procesom telewizja przeszła swoistą zmianę dopasowując się do nowych możliwości i typu odbiorczego wynikającego z globalizacji mediów i cech charakterystycznych Internetu. Koncepcja post-sieci odnosi się do rewolucji dokonującej się w obszarze telewizji na przestrzeni dwóch ostatnich dekad pod kątem postępu technologicznego, praktyk przemysłowych, norm biznesowych, czy zachowań konsumenckich. Według badaczki samo określenie *telewizja* przeszło ogromną zmianę i obecnie odnosi się do zupełnie innego środka masowego przekazu niż w czasach M. McLuhana czy nawet w latach 70. XX w. Aby lepiej zobrazować proces przemian badaczka charakteryzuje trzy epoki w rozwoju telewizji: erę sieci, erę przejścia wielokanałowego i erę postsieciową.

Era sieci trwała od wczesnych lat pięćdziesiątych do wczesnych lat osiemdziesiątych i charakteryzującą się dostosowaniem metod tworzenia treści medialnych, dystrybucji, reklamy i oglądalności do ówczesnego kontekstu w którym funkcjonowało medium telewizyjne. Era przejścia wielokanałowego jako sposobu funkcjonowania telewizji trwała od połowy lat osiemdziesiątych do końca lat dziewięćdziesiątych. Charakteryzowała się pojawieniem w tym czasie nowych rozwiązań technologicznych takich jak magnetowid, pilot telewizyjny czy dostępności

¹⁷⁶ P. Zrzavy Book Review: Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, NYU Press, Nowy Jork 2007, s. 85.

praktyk nadawczych drogą kablową. Ery postsieciową definiuje się poprzez cyfryzację treści medialnych i wynikającą z niej konwergencję nowych rozwiązań komputerowych i telewizyjnych. Telewizja w tym okresie napędzana jest przez innowacje takie jak przenośne urządzenia wideo (iPod, PSP2, telefony komórkowe) oraz rozwiązania umożliwiające odbiór treści wideo na żądanie (TiVo, DVR), a także pojawienie się w sieci serwisów umożliwiających samodzielne publikowanie treści w sieci (YouTube, Myspace) czyli technologie rozwijające się w kontekście środowiska Web 2.0. Każda wymieniona powyżej era wpływała na poszerzenie możliwości telewizji i nasycanie treściami medialnymi coraz większej liczby aspektów życia codziennego, przy jednoczesnej erozji swojej uprzedniej funkcji *ogniska kulturowego zrzeszającego społeczeństwo*. Jednocześnie doświadczenie wspólnego oglądania telewizji ustąpiło miejsca programom niszowym, oglądanym przez węższe grupy a stanowiące symbol telewizji ery post-sieciowej¹⁷⁷. Na fragmentaryzację widowni ogromny wpływ miało przejście na wielokanałowość (*multi-channel transition*) i dostęp do setek kanałów telewizyjnych. Upowszechnienie DVD a następnie popularyzacja streamingu dały dostęp do ogromnej ilości programów ze wszystkich okresów istnienia telewizji, a amatorskie wideo udostępniane w sieci zyskało oglądalność porównywalną do treści dostępnych w telewizji tradycyjnej¹⁷⁸.

Zmiany dokonujące się w sposobach oglądania, doświadczania i korzystania z telewizji wpływają na postrzeganie telewizji i jej roli w kulturze. Rozbicie audytorium pomiędzy programy, kanały i sposoby rozpowszechniania wpływa na zmniejszenie oddziaływania treści pojedynczego producenta i kształtowania świadomości rzeszy widzów. A. D. Lotz dodaje, że *choć telewizja wciąż odgrywa rolę środka masowego przekazu, najczęściej czyni to w stosunku do konstelacji publiczności niszowych*¹⁷⁹.

Badaczka ta ujmuje telewizję postsieciową jako trwałą instytucję we współczesnej kulturze amerykańskiej pełniącą rolę elektronicznej sfery publicznej. Portale zawierające treści tworzone przez użytkowników (*user-generated content – USG*) jak YouTube czy Vimeo dają możliwość stworzenia *własnej telewizji* pozwalającej na

¹⁷⁷ P. Zrzavy, *Book Review...*, s. 85-86.

¹⁷⁸ A.D. Lotz, *Zrozumieć telewizję u progu ery post sieci*, [w:] T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, (red.), *Zmierzch telewizji. Przemiany medium. Antologia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2011, s.86.

¹⁷⁹ A.D. Lotz, *Zrozumieć telewizję...*, s. 87.

komunikowanie się z określoną społecznością/grupą odbiorców¹⁸⁰. Chociaż koncepcja post-sieci Lotz została szeroko przyjęta przez innych badaczy warto nadmienić, że pojawiła się również względem niej krytyka. C.A. Scolari uważa, że termin post-telewizja zakłada śmierć telewizji i proponuje własne określenie pozwalające na właściwsze zdefiniowanie współczesnego systemu telewizyjnego – hipertelewizja. Badacz podkreśla, że hipertelewizja nie jest kolejnym elementem ewolucji tego medium, lecz nową konfigurację systemu medialnego. Proponuje szersze podejście do tego zjawiska gdyż zmianom nie ulega samo medium lecz również jego odbiorcy. Współcześni widzowie zyskali hipertekstualne doświadczenia dotyczące produkcji i praktyk odbiorczych a ich praktyki medialne mają fragmentaryczny, zatomizowany i nieciągły charakter¹⁸¹.

1.4.2. Technologia strumieniowania treści medialnych

Słownik terminologii medialnej definiuje przesyłanie strumieniowe jako technologię przesyłu plików multimedialnych pozwalającą na ich odtwarzanie na komputerze odbiorcy w czasie rzeczywistym. Skompresowane dane przesyłane są do komputera, następnie dekodowane i odtwarzane w miarę napływania przez specjalne oprogramowanie. Podstawową zaletą przesyłania strumieniowego jest wyeliminowanie konieczności ściągnięcia całego pliku w celu jego odtworzenia¹⁸². H. Storstein Spilker i T. Colbjørnsen podają, że na poziomie technicznym streaming to pobieranie i transmisja treści cyfrowych, które są zapisywane i przetwarzane na serwerze zdalnym. Zawartość jest tymczasowo przechowywana w pamięci podręcznej, bez konieczności trwałego magazynowania jej na dysku użytkownika. Natomiast realizacja transmisji odbywa się za pośrednictwem sieci cyfrowych opartych na protokole TCP/IP (podstawowym protokole transmisji internetowych). Ze względu na przesyłanie zawartości w małych sekwencyjnych pakietach danych (a nie na otwartych nieprzerwanych liniach, tak jak miało to miejsce w przypadku tradycyjnych form

¹⁸⁰ P. Zrzavy *Book Review...*, s. 86.

¹⁸¹ C.A. Scolari, *The Grammar of Hypertelelevision: An Identikit of Convergence – Age. Fiction Television (Or, How Television Simulates New Interactive Media)*, „Journal of Visual Literacy”, 2009, t 28, nr 1, s. 34.

¹⁸² W. Pisarek, *Słownik terminologii...*, s. 167.

nadawania), metoda ta znana jest jako zasada *przełączanie pakietów*¹⁸³. Opracowanie tego rozwiązania technologicznego wpłynęło na wzrost popularności streamingu oraz umożliwiło szereg niedostępnych do tej pory funkcji.

Za najistotniejszą cechą technologii przesyłu strumieniowego uznaje się możliwość odtwarzania danych już w momencie ich odbierania. Technologia przesyłu strumieniowego (inaczej nazywana strumieniowaniem multimedialnym) pozwala na symultaniczne przesyłanie obrazu i dźwięku w czasie rzeczywistym. Dane te są wysyłane w formie ciągłego, cyfrowego strumienia bitów a strumieniowany materiał może być transmitowany *na żywo* lub zostać nagrany wcześniej¹⁸⁴. Do dodatkowych udogodnień związanych ze strumieniowaniem zaliczamy przesuwanie w czasie treści na żądanie, dostęp do ogromnych katalogów multimedialnych oraz nieograniczonej liczby kanałów, jak i możliwość odtwarzania treści na różnych urządzeniach¹⁸⁵.

Przed upowszechnieniem tej metody, w celu obejrzenia filmu czy przesłuchania utworu dostępnego w internecie, użytkownik był zmuszony pobrać plik w całości, zapisać na swoim komputerze a następnie odtworzyć zawartość. Takie podejście wiązało się z koniecznością oczekiwania na odtworzenie treści. Dodatkowo pobierane pliki były przechowywane na komputerze lokalnym i zajmowały określoną ilość miejsca w pamięci urządzenia¹⁸⁶.

W. Sulej i M. Ziółkowska wyróżniają kilka typów strumieniowanych treści medialnych, do których można zaliczyć: audio, audio ze slajdami, wideo, animacja, emisja programów na żywo. Audio to najłatwiejsze do strumieniowania media. Przesyłanie sygnału audio nie wymaga wizualizacji dlatego jest wykorzystywane do przesyłu muzyki, podcastów, wywiadów czy przemówień. Audio ze slajdami, inaczej nazywane *ilustrowanym nagraniem audio* (ang. *illustrated audio*) pozwala na odbiór nagrania audio i statycznego obrazu nawet przy transmisji o małej przepływności i jest wykorzystywane w nauczaniu zdalnym. Wideo to najbardziej skomplikowane do przesyłu media strumieniowe, wymagające największych kosztów i dużej przepustowości sieci. Animacja oznacza połączenie obrazu ruchomego z tekstem lub

¹⁸³ T. Colbjørnsen, H. Storstein Spilker, *The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept*, „Media, Culture & Society”, 2020, t 42, s. 1211.

¹⁸⁴ W. Sulej, M. Ziółkowska, *Efektywność mediów...*, s. 90.

¹⁸⁵ T. Colbjørnsen, H. Storstein Spilker, *The dimensions of...*, s. 1211.

¹⁸⁶ W. Sulej, M. Ziółkowska, *Efektywność mediów...*, s. 89.

zsynchronizowanego z nagraniem audio. Ten typ mediów strumieniowych wymaga wyspecjalizowanych narzędzi wspierających przesył danych. Emisja programów *na żywo* w sieci jest wykorzystywana przy transmisji konferencji lub telewizji internetowej. Przesył tego typu mediów w dobrej jakości wymaga wysokich nakładów kosztów i dużej przepustowości sieci¹⁸⁷.

Autorzy podają, że przesyłanie strumieniowe treści multimedialnych może być realizowane na trzy sposoby, są to: strumieniowanie właściwe (prawdziwe), pobieranie oraz metoda hybrydowa.

Strumieniowanie za pomocą serwerów strumieniowych – tzw. *prawdziwe strumieniowanie* (ang. *true streaming*) to metoda spełniająca wszystkie założenia mediów strumieniowych. Dzięki niej treści są dostępne w czasie rzeczywistym (ang. *live streaming*) oraz na życzenie (ang. *on demand*), natomiast do przesyłu danych wykorzystywane są serwery strumieniowe i oprogramowanie klienckie. Transmisja strumieniowa umożliwiła równoczesne występowanie procesów pobierania, przetwarzania i prezentowania treści bez tworzenia kopii na dysku użytkownika. Korzystanie z tej metody przesyłania strumieniowego wymaga wykorzystania specjalistycznej infrastruktury obejmującej serwery strumieniowe oraz hosty z odpowiednim oprogramowaniem. Strumieniowanie prawdziwe umożliwia użytkownikowi natychmiastowy dostęp do treści.

Strumieniowanie przy użyciu protokołu HTTP – (ang. *HyperText Transfer Protocol*) to rodzaj strumieniowania polegający na przesyłaniu danych z serwera WWW do przeglądarki WWW. W tym przypadku nie następuje zamknięcie połączenia po przesyłaniu danych, serwer pozostaje w gotowości na kolejne żądanie danego użytkownika co umożliwia natychmiastowe udostępnianie treści. Metoda ta nie wymaga skomplikowanego oprogramowania i jest dostępna już z poziomu przeglądarki. Od strony technicznej opisana metoda nie jest strumieniowaniem, lecz jego imitacją.

Metoda hybrydowa – stanowi połączenie dwóch metod opisanych powyżej i jest nazywana *postępującym pobieraniem* (ang. *progressive downloading*) polega na umożliwieniu dostępu do treści przed ich całkowitym pobraniem. Odtwarzane dane są

¹⁸⁷ Tamże, s. 92

zapisywane na dysku lokalnym a następnie usuwane, dlatego ta metoda nazywana jest *quasi-strumieniowaniem*, gdyż daje wrażenie strumieniowania właściwego.

1.4.3. Historia streamingu

Przesyłanie strumieniowe zajmuje ważne miejsce w dyskursie internetowym i medialnym ostatniej dekady. Termin ten został po raz pierwszy użyty w latach 70, jednakże jako koncepcja był powszechnie wykorzystywany w odniesieniu do ruchu i dystrybucji danych w sieci od co najmniej lat 80. Streaming początkowo miał charakter lokalny¹⁸⁸, co wynikało z ograniczeń sieci rozległych, pozwalających w tamtym czasie jedynie na transmisję czystego tekstu¹⁸⁹.

O przesyłaniu strumieniowym najczęściej mówi się w odniesieniu do przemysłów filmowego, telewizyjnego i muzycznego, jednak analizując typy przesyłanych plików z perspektywy historycznej na pierwszy plany wysuwa się transmisja audio. Pierwszy tego typu przesył miał miejsce w 1991 roku a co za tym idzie – przemysł radiowy jako pierwszy wykorzystał tę metodę. Audycje radiowe zaczęły być udostępniane w internecie na zasadzie niskobudżetowego dodatku. Pojawiły się internetowe stacje radiowe, które z czasem poszerzały swoje usługi. Słuchacze stopniowo zyskiwali możliwość wyboru muzyki według gatunku czy konstruowania własnych list odtwarzania.

Jak podaje J.W. Morris internetowe stacje radiowe były krokiem pośrednim na drodze pomiędzy tradycyjnymi stacjami radiowymi a popularnymi obecnie platformami strumieniującymi muzykę na żądanie¹⁹⁰. Pojawiły się platformy takie jak Rhapsody i Last FM dające swoim użytkownikom coraz większe możliwości. Rozwiązania te, nie posiadając jasnej podstawy prawnej swojego funkcjonowania, napotykały na liczne ograniczenia i opór branży muzycznej. Pierwszym legalnym przedsięwzięciem w dziedzinie muzyki cyfrowej było utworzone w 2003 roku iTunes Store. Prawdziwy przełom w streamingu muzyki nastąpił w 2008 roku, wraz z powstaniem Spotify, który spotkał się z dobrym przyjęciem i do dziś zajmuje pozycję lidera na rynku. W lipcu 2018 roku portal miał 183 miliony aktywnych użytkowników miesięcznie, w tym 83 miliony subskrybentów. Na fali sukcesu Spotify, zaczęły pojawiać się kolejne usługi cyfrowego

¹⁸⁸ Na przykład umożliwiał oglądanie wideo na komputerze podczas jego nagrywania.

¹⁸⁹ T. Colbjørnsen, H. Storstein Spilker, *The dimensions of...*, s. 1211.

¹⁹⁰ J.W. Morris, *Selling Digital Music: Formatting Culture*, University of California Press, Oakland 2015, s. 45.

przesyłu muzyki t.j. Apple Music (drugi co do wielkości serwis z ponad 50 milionami subskrybentów), Tidal czy YouTube Music¹⁹¹.

Dochód z transmisji strumieniowych muzyki stanowi obecnie więcej niż pozostałe formy jej sprzedaży detalicznej łącznie. Jak podaje D. Nordgård przychody ze streamingu treści audio stale rosną w szczególności w Skandynawii¹⁹², gdzie stanowią 80% wszystkich przychodów z muzyki¹⁹³. Biorąc pod uwagę wygodę tego rozwiązania, konsumenci widzą coraz mniej powodów do zakupu treści audio na fizycznych nośnikach, a usługi strumieniowego przesylu stają się bezpośrednim tego substytutem. Prognozuje się, że za wyjątkiem kilku specjalistycznych dziedzin, w przyszłości streaming całkowicie zastąpi jej tradycyjną sprzedaż. Na tym etapie strumieniowanie muzyki nie wpływa na popularność radia tradycyjnego, jednak jak podają specjaliści w przyszłości sytuacja ta może ulec zmianie¹⁹⁴. Jak wykazał w swoich badaniach R. Chudy konsumpcja muzyki w erze mediów cyfrowych uległa znaczącej zmianie. i chociaż z nośników cyfrowych korzystają przedstawiciele wszystkich pokoleń najczęstszym konsumentem tych technologii jest najmłodszy odbiorca¹⁹⁵.

Kolejny typ plików przesyłanych strumieniowo to wideo. Przesyłanie tych treści wiązało się z większym wyzwaniem niż przesył plików audio, ze względu na wymaganą większą szerokość pasma dla realizacji tej usługi. Do pierwszych inicjatyw strumieniujących wideo należały WebTV i telewizja interaktywna (iTV), które pomimo, że stanowiły zapowiedź zmian, ostatecznie nie osiągnęły sukcesu.

W połowie lat dziewięćdziesiątych transmisja wideo stało się opcją dostępną w internecie dzięki rozszerzeniu łączności szerokopasmowych, opracowaniu wydajniejszych technologii kompresji plików i protokołów przesyłania. Najważniejszym wydarzeniem w historii strumieniowego przesylu wideo było powstanie portalu YouTube, który szybko stał się jedną z najczęściej odwiedzanych

¹⁹¹ D. Herbert, A. D. Lotz L. Marshall, *Approaching Media Industries Comparatively: A Case Study of Streaming*, „International Journal of Cultural Studies”, 2019, t. 22, nr 3 s. 4.

¹⁹² Państwa Skandynawskie charakteryzują się najwyższym w Europie odsetkiem osób posiadających dostęp do Internetu. W Norwegii jest to 99,6%, Dania 96%, Szwecja 93%. Dane na rok 2018 według Internet World Statistic, *Usage and Population Statistic*, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (dostęp: 15.09.21)

¹⁹³ D. Nordgård, *Lessons from the world's most advanced market for music streaming services*, [w:] P. Wikström, P. DeFillippi (red.) *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham 2016, s. 180.

¹⁹⁴ D. Herbert, A.D. Lotz, L. Marshall, *Approaching media...*, s.4

¹⁹⁵ R. Chudy, *Wpływ procesów mediatyzacji na rynek muzyczny w Polsce*, [Rozprawa doktorska, Wyższa Szkoła Informatyki i zarządzania z siedzibą w Rzeszowie] Rzeszów 2021, s. 312.

witryn internetowych i obecnie stanowi największą usługę tego typu. YouTube będący początkowo kolekcją amatorskich filmów dodawanych przez użytkowników, obecnie obfituje w profesjonalnie wyprodukowane treści. Co więcej nie ingeruje on w rodzaj i typ pojawiającej się zawartości, działa więc jako dystrybutor z otwartym dostępem, a ograniczenia w publikowaniu dotyczą jedynie treści szkodliwych i niebezpiecznych¹⁹⁶. Pomimo ogromnego sukcesu komercyjnego portal w dalszym ciągu pozostaje na marginesie w stosunku do przemysłu filmowego i telewizyjnego¹⁹⁷.

Wraz z upowszechnieniem streamingu usługi tradycyjnych nadawców krajowych zaczęły być kwestionowane na rzecz modeli dystrybucji treści medialnych bazujących na technologii internetowej¹⁹⁸. Za przykład może posłużyć powstały w 1997 roku Netflix, który u początków swej działalności działał jako wypożyczalnia płyt DVD, a jego przekształcenie w serwis streamingowy nastąpiło w 2007 roku. Netflix reprezentuje odmienny model biznesowy od wspomnianego wcześniej YouTube'a, oferując swoim użytkownikom odpłatne usługi w ramach których klienci mają dostęp do wyselekcjonowanych katalogów, profesjonalnie wyprodukowanych filmów i seriali. Chociaż stanowi on powszechny punkt odniesienia jest jedną z wielu podobnych usług¹⁹⁹. Jak podaje D. Herbert do 2015 roku w Stanach Zjednoczonych działało blisko 100 różnych serwisów streamingowych. Do najbardziej rozpoznawalnych należą Hulu, Amazon Prime czy HBO GO²⁰⁰. Jednak streaming w zakresie przesyłania wideo zyskał na popularności nie tylko w przemysłach filmowym i telewizyjnym ale dzięki platformie Twitch stał się on popularny również w branży gier²⁰¹.

Nowszym rozwiązaniem w zakresie wykorzystania strumieniowania jest przesyłanie mediów tekstowych takich jak książki, gazety czy czasopisma. Prekursorem w tej dziedzinie był amerykański Scribd uruchomiony w 2007 roku a oferujący swoim klientom

¹⁹⁶ YouTube zezwala na publikację filmów przedstawiających niebezpieczne zachowania w przypadku gdy mają charakter edukacyjny, dokumentalny, naukowy bądź artystyczny, jednak posiadają one ograniczenia wiekowe. w przypadku niedostosowania się do zasad portalu treści są usuwane a na konto użytkownika może zostać nałożona kara. Więcej informacji o zasadach dotyczących treści szkodliwych i niebezpiecznych na YouTube: <https://support.google.com/youtube/answer/2801964?hl=pl>. (dostęp 15.09.21r.)

¹⁹⁷ T. Colbjørnsen, H. Storstein Spilker, *The dimensions of...*, s. 1214.

¹⁹⁸ A.D. Lotz, *We Now Disrupt This Broadcast: How Cable Transformed Television and the Internet Revolutionized It All*, The MIT Press, Cambridge 2018, s. 14.

¹⁹⁹ T. Colbjørnsen, H. Storstein Spilker, *The dimensions of...*, s. 1214.

²⁰⁰ D. Herbert, A.D. Lotz, L. Marshall, *Approaching media...*, s. 4.

²⁰¹ M. R. Johnson, J. Woodcock, *The impacts of live streaming and Twitch.tv on the video game industry*. „Media, Culture & Society”, 2019, t 41, nr 5, s. 678. <http://oro.open.ac.uk/68726/3/Woodcock%20The%20impacts%20of%20live%20streaming%20and%20Twitch.tv%20on%20the%20video%20game%20industry.pdf> (dostęp: 21.03.20)

e-booki, audiobooki, komiksy czy samodzielnie publikowane dzieła (UGC – *user generated content*). Na rynku europejskim szczególnie ekspansywny jest założony w 2005 roku szwedzki Storytel. Natomiast na rynku światowym zdecydowanie największym graczem jest Amazon, który w 2014 roku wprowadził Kindle Unlimited. Cyfrowe książki w formacie audio stały się do tego stopnia popularne, że największe platformy strumieniujące do tej pory muzykę jak Spotify czy Soundcloud rozszerzyły swoje usługi właśnie o audiobooki²⁰².

Strumieniowanie jako usługa stale ewoluuje a platformy streamingowe różnią się pod kątem oferowanych możliwości. Balansują one pomiędzy najlepszymi rozwiązaniami technicznymi, funkcjonalnością platform a szeregiem różnorodnych zastosowań. Analizując pojawiające się na rynku zapotrzebowania i działania konkurencji serwisy poszerzają i optymalizują swoje funkcje²⁰³. Świadczy o tym chociażby możliwość dodania relacji live w większości mediów społecznościowych. Instagram, Twitter, Facebook czy YouTube Live eksperymentują ze streamingiem UGC, w przeciwieństwie do usług na żądanie bazujących na treściach profesjonalnych. Netflix czy choćby HBO w ograniczonym stopniu wykorzystują funkcjonalności mediów społecznościowych. Na początku swojej działalności również Spotify próbowało tworzyć społeczności oferując taką funkcję, jednak te rozwiązania nie odniosły sukcesu²⁰⁴.

1.4.4. Popularność streamingu a COVID-19

Rynek mediów strumieniowych cieszy się stale wzrastającą popularnością, jednak wzrost zainteresowania streamingiem stał się szczególnie widoczny w okresie pandemii COVID-19. Jak wykazuje badanie przeprowadzone przez firmę Deloitte²⁰⁵ pod koniec 2020 roku badani abonenci posiadali średnio cztery płatne subskrypcje a kwoty wydawane przez nich na tego typu usługi były wyższe niż kiedykolwiek. W grudniu 2020 roku 80% Amerykanów płaciło za co najmniej jedną subskrypcję w porównaniu do badań z przed pandemii, kiedy stanowili oni 73% ankietowanych. Przytoczone badania

²⁰² T. Colbjørnsen, H. Storstein Spilker, *The dimensions of...*, s. 1214.

²⁰³ T. Gillespie, *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*, New Haven, Yale University Press, 2018 [za:] T. Colbjørnsen, H. Storstein Spilker, *The dimensions of...*, s. 1220.

²⁰⁴ A.N. Hagen, M. Lüders, *Social streaming? Navigating music as personal and social*, „Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies” 2017, t. 23 nr 6, s. 643–659. [za:] T. Colbjørnsen, H. Storstein Spilker, *The dimensions of...*, s. 1220.

²⁰⁵ Deloitte, *Digital media...*, s. 8.

wykazują również, że od początku epidemii do końca 2020 roku 23% ankietowanych osób dodało przynajmniej jedną nową płatną usługę strumieniowego przesyłania wideo. Badani deklarowali, że głównym motywem nabycia kolejnej subskrypcji w czasie pandemii była zwiększona ilość wolnego czasu, którą mogli poświęcać na rozrywkę. Przed pandemią COVID-19, 38% amerykańskich konsumentów oglądało telewizję strumieniową przez średnio 4,2 godziny na sesję. Jednak autorzy raportu wykazują, że w związku z globalnymi ograniczeniami w produkcji wynikającymi z pandemii dostawy treści strumieniowych stają przed wyzwaniem utrzymania swojej publiczności. Stąd też duża koncentracja takich firm na tworzeniu treści oryginalnych, których nie można znaleźć nigdzie indziej oraz poszerzanie swoich katalogów o stare popularne produkcje.

1.4.5. Popularność telewizji strumieniowej w Polsce

Platforma Netflix nie podaje do wiadomości publicznej szczegółowych danych odnośnie subskrypcji dla poszczególnych rynków, dlatego też przy analizie popularności platformy należy sięgnąć po dane firm zewnętrznych. Firma Comapritech na podstawie przeprowadzonych przez siebie analiz szacuje, że pod koniec marca 2020 roku Netflix miał 879 tysięcy subskrypcji w Polsce i osiągnął 27,4 milionów dolarów wpływu w ciągu pierwszego kwartału 2020 . W listopadzie 2020 roku z przeglądarkowej wersji serwisu Netflix korzystało 5,98 milionów użytkowników, natomiast w grudniu wynik ten wynosił 6,07 milionów . W trakcie pierwszej fali COVID-19 datowanej na marzec 2020 roku serwis został odwiedzony przez 5,38 milionów internautów, podczas gdy w kwietniu było to 5,68 milionów²⁰⁶.

Dla globalnego Netflixu rok 2020 był rekordowy . W czwartym kwartale liczba subskrypcji wzrosła o 8,5 miliona do 203,66 milionów. Na polskim rynku Netflix deklasuje konkurencję, jednak w pierwszej dziesiątce najpopularniejszych serwisów streamingowych znalazły się HBO GO (w styczniu 2021 zarejestrowano 2,86 milionów odwiedzających) oraz będące własnością Amazona – Prime Video (1,15 milionów użytkowników). CDA Premium, jedyny polski wydawca notowany na giełdzie, który publikuje oficjalne statystyki dotyczące subskrypcji we wrześniu 2020 zanotował 285

²⁰⁶ T. Wojaś, *Netflix już z 7 mln polskich użytkowników, Prime Video z 1,1 mln. w górę także Player i HBO GO*, WirtualneMedia.pl., <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/netflix-w-polsce-jak-korzystac-rekord-serwisy-vod-oferta>, (dostęp: 10.02.21)

tysiący subskrybentów, o 53,3 tysiące więcej niż na koniec 2019 roku. Na trzecim miejscu zestawienia znalazł się Player stanowiący własność Grupy TVN. Pod koniec sierpnia 2020 roku firma deklarowała 375 tysięcy subskrypcji i tym samym wyprzedza HBO GO. Na dalszych pozycjach zestawienia znalazło się TVP VOD (2,74 mln), WP.pl VOD (2,73 mln), [VOD.pl](#) (1,88 mln), [ipla.tv](#) (1,22 mln), [canalplus.com](#) VOD (1,18 mln), [primevideo.com](#) (1,15 mln).

Badania Mediapanel zrealizowane, na początku stycznia 2021 roku wykazują, że stronę Netflixu z poziomu przeglądarki internetowej odwiedziło 6,94 milionów polskich internautów, co stanowi 23,88% wszystkich osób posiadających wówczas dostęp do Internetu w Polsce. Serwis ten okazał się najczęściej odwiedzaną usługą przesyłania strumieniowego w Polsce i przewyższył o 3 miliony zajmujący kolejną pozycję CDA Premium (ok. 3,87 miliona użytkowników) czy będący na trzeciej pozycji Player (3,85 miliona użytkowników) należący do TVN Grupa Discovery²⁰⁷. Szczegółowe dane zostały zaprezentowane w Tabeli 1.

Wspomniane powyżej badanie Mediapanel wykazało, że Netflix w Polsce w ciągu miesiąca zyskał 872,8 tysięcy (14,4%) użytkowników, dla Playera było to 360,3 tysiące (10,3%), dla HBO GO 175 tysięcy (6,5%) natomiast CDA Premium (1,5%). Zdecydowanie najwięcej zyskał Prime Video zwiększając zasięgi z 787,7 tysięcy do 1,15 miliona (47%). Z kolei liczba odwiedzających Canal plus zmalała o 256,6 tysięcy użytkowników (17,8%).

Tabela 1. Czołowe serwisy VOD w styczniu 2021 roku

Czołowe serwisy VOD w styczniu 2021 r. (badanie Mediapanel) WIRTUALNEMEDIA.PL					
Domena	Audyt	Grudzień 2020		Styczeń 2021	
		Użytkownicy	Zasięg	Użytkownicy	Zasięg
netflix.com	nie	6 070 464	20,88%	6 943 320	23,88%
cda.pl – premium	nie	3 811 536	13,11%	3 870 504	13,31%
player.pl	tak	3 493 368	12,02%	3 853 656	13,25%
hbogo.pl	nie	2 682 072	9,23%	2 857 032	9,83%

²⁰⁷ Tamże

Czołowe serwisy VOD w styczniu 2021 r. (badanie Mediapanel) WIRTUALNEMEDIA.PL					
tvp.pl – vod	tak	2 744 280	9,44%	2 744 928	9,44%
wp.pl – vod	tak	2 588 760	8,90%	2 730 672	9,39%
vod.pl	tak	1 837 080	6,32%	1 884 384	6,48%
ipla.tv	tak	1 285 632	4,42%	1 227 960	4,22%
canalplus.com – vod	nie	1 441 800	4,96%	1 185 192	4,08%
primevideo.com	nie	784 728	2,70%	1 153 440	3,97%

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Badanie Mediapanel (Gemius/PBI) opublikowane przez wirtualnedia.pl*. T. Wojtas, <https://www.wirtualnedia.pl/arttykul/netflix-w-polsce-jak-korzystac-rekord-serwisy-vod-oferta> (dostęp: 10.02.21)

Dane za II kwartał 2024 roku jasno wykazują, że Netflix utrzymuje pozycję lidera posiadając 34% udziału w polskim rynku streamingu online (SVOD). Kolejna platforma Max (HBO Max w czerwcu 2024r. zmieniło nazwę) posiada 15%, natomiast trzecie miejsce zajmuje Amazon Prime z różnicą zaledwie 2% w stosunku do Disney+ i apple TV²⁰⁸. §

Powyższe dane jednoznacznie wykazują, że polska jest chłonnym streamingowo rynkiem a popularność powyższych usług wzrasta, co stanowi istotny argument za prowadzeniem badań mających na celu zarówno określenie treści medialnych publikowanych przez platformę jak również praktyk konsumenckich użytkowników.

1.4.6. Streaming a telewizja

Największe serwisy strumieniujące wideo na swoich platformach oferują zarówno treści telewizyjnych, wśród których między innymi znajdują się nie tylko telewizyjne filmy, co powoduje nakładanie się tych dwóch form medialnych. Jednak pod względem przemysłowym film i telewizja pozostają odrębnymi produktami. Będąc ich właścicielami konglomeraty medialne jak i nadrzędne dla nich instytucje pełniące rolę regulacyjno-kontrolną jak Motion Picture Association of America czy Federalna

²⁰⁸ B. Supernak, *Netflix pozostaje liderem SVOD w Polsce z 34% udziału w rynku w II kw. 2024*, 10.07.2024, <https://inwestycje.pl/biznes/netflix-pozostaje-liderem-svod-w-polsce-z-34-udzialu-w-ryнку-w-ii-kw-2024/> (dostęp: 12.07.24).

Komisja Łączności różnicują je. Dlatego też skutki rozpowszechnienia streamingu są inne w każdej z nich²⁰⁹.

W przypadku przemysłu filmowego dystrybucja kinowa pozostaje kluczową dla sukcesu finansowego i wpływu kulturowego danej produkcji. Jak podaje Herbert, od 2016 roku przychody branży kinowej ustabilizowały się na poziomie 11 miliardów dolarów i sprzedaży 1,3 miliona biletów rocznie. W odniesieniu do przemysłu filmowego przesyłanie strumieniowe najbardziej wpłynęło na *rozrywkę domową*. Streaming prawie całkowicie wyparł tradycyjne wypożyczalnie filmów. Jak podaje A. Wallenstein w 2016 roku usługi przesyłania strumieniowego zarobiły 6,2 miliardy dolarów podczas gdy w tym samym roku zyski ze sprzedaży płyt wyniosły 5,4 miliardy dolarów. Autor dodaje, że w porównaniu z rokiem poprzednim ilość płatnych subskrypcji wzrosła o 23% natomiast sprzedaż płyt spadła o 10%²¹⁰.

Dodatkowo pandemia koronawirus postawiła branżę filmową w bardzo trudnej sytuacji. Restrykcje sanitarne a następnie całkowite zamknięcie kin poskutkowało tym, że premierowe tytuły zaczęły pojawiać się wyłącznie na platformach streamingowych. Również obserwowany po pandemii wzrost cen związany z inflacją spowodował odpływ widzów z kin. Jednak raport Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej z czerwca 2024 roku wykazuje optymistyczne *odbicie* i powrót Polaków do kin. 75% badanych zadeklarowało, że w ciągu ostatniego pół roku przynajmniej raz wybrali się na film. Wspomniany raport wykazuje również mocną pozycję streamingu, gdyż 83% badanych przyznało, że korzysta z serwisów streamingowych²¹¹.

Telewizja strumieniowa ciągle się rozwija, jednak pozostaje ona daleka od zastąpienia linearnej telewizji tradycyjnej. Chociaż w 2017 roku połowa amerykańskich gospodarstw domowych miała dostęp do Netflixa to ten typ usługi był wykorzystywany jako dodatek w stosunku do klasycznej telewizji. Wspomniany wcześniej Herbert podaje, że w 2017 roku przeciętny Amerykanin spędzał 24 godziny i 26 minut tygodniowo oglądając telewizję na żywo, 2 godziny i 47 minut poświęcał na oglądanie

²⁰⁹ D. Herbert, A.D. Lotz, L. Marshall, *Approaching media...*, s. 5.

²¹⁰ A. Wallenstein, *Home Entertainment 2016 Figures: Streaming Eclipses Disc Sales for the First Time*, „Variety”, 06.01.17 <https://variety.com/2017/digital/news/home-entertainment-2016-figures-streaming-eclipses-disc-sales-for-the-first-time-1201954154/> (dostęp: 15.02.21)

²¹¹ Polski Instytut Sztuki Filmowej, *Segmentacja widzów kina. Raport z 6 fali badania ilościowego. Czerwiec 2024, cz. 1.* — *Kontakt z Kulturą*, https://pisf.pl/wp-content/uploads/2024/06/PISF_Segmentacja-Q6_part1p-kontakt-z-kultura.pdf (dostęp: 27.05.24)

wideo na komputerze lub smartfonie oraz 3 godziny i 18 minut korzystając z telewizji strumieniowej. Netflix będący najczęściej wybraną platformą streamingową, w 2016 roku zajął czwarte miejsce pod kątem czasu oglądania, wyprzedzając kanały należące do CBS, Viacom, Time Warner czy Discovery²¹².

Przesył strumieniowy plików wideo pełni coraz ważniejszą rolę na rynku, wywierając tym samym presję na dostawcach usług linearnych i odciągając od nich uwagę. Różnorodność oferty telewizji tradycyjnej wyróżniająca się obecnością kanałów informacyjnych czy sportowych być może nigdy nie pozwoli telewizji strumieniowej na zdominowanie oferty linearnej, jednak streaming stał się na tyle znaczącą praktyką, że wpływa na zmiany w przemyśle medialnym²¹³.

1.4.7. Media strumieniowe z perspektywy konsumenta

Przejsie od mediów tradycyjnych do streamingu niewątpliwie wiąże się ze zmianą zachowań konsumenckich. Praktyki oparte niegdyś na własności, obecnie zmieniają się w kierunku praktyk polegających na wykupieniu dostępu do katalogu treści, za zryczałtowaną opłatą²¹⁴. Dzięki takiemu rozwiązaniu użytkownicy zyskali możliwość korzystania ze znacznie szerszej biblioteki multimedialnych niż w przypadku jednorazowego nabycia konkretnej płyty czy książki. Media strumieniowe dały konsumentom nowe doświadczenia medialne w tym szeroki i natychmiastowy dostęp do treści, ale przede wszystkim możliwość korzystania z nich na każdym urządzeniu łączącym się z siecią i z zainstalowaną, dedykowaną aplikacją. Użytkownicy mają dostęp do swoich bibliotek i list odtwarzania na komputerach, tabletach, telefonach, czy telewizorach smart z natychmiastową synchronizacją i aktualizacją danej pozycji playlisty.

Strumieniowe przesyłanie wideo znacznie wpłynęło na popularność domowej rozrywki. Podczas gdy zainteresowanie kinem utrzymuje się na stałym poziomie, domowe seanse filmowe są bardziej powszechne niż miało to miejsce za czasów wypożyczalni filmowych w latach osiemdziesiątych²¹⁵.

²¹² D. Herbert, A.D. Lotz, L. Marschall, *Approaching media...*, s. 7.

²¹³ Tamże, s. 5.

²¹⁴ M. Mulligan, *From ownership to access*. MIDiA Research, 2018, <http://www.midiaresearch.com/blog/from-ownership-to-access/> (dostęp: 28.09.21).

²¹⁵ D. Herbert, A.D. Lotz, L. Marshall, *Approaching media...*, s. 6.

Jak podaje Luckerson²¹⁶ oferta telewizji strumieniowej śmiało mogłaby konkurować z ofertą wypożyczalni. Dla porównania legendarne Blockbuster Video posiadało w swojej ofercie od 7 tysięcy do 10 tysięcy filmów, podczas gdy Netflix ma około 4 tysiące na bieżąco dodawanych i usuwanych z bazy tytułów. Z perspektywy konsumenta usługi SVOD przypominają wirtualny sklep wideo, w którym okładki pudełek zostały zastąpione miniaturami na ekranie menu. Jednak to właśnie wykupienie subskrypcji i natychmiastowy dostęp do interesujących odbiorcę audycji odróżnia wymianę strumieniową od transakcji.

W celu pozyskania klientów portale streamingowe oferują bezpłatny okres próbny i niskie stawki wstępne. Dzięki takim udogodnieniom oraz łatwej procedurze rezygnacji z subskrypcji konsumenci mogą oglądać ulubione programy czy słuchać muzyki, anulować abonament a następnie do niej wrócić przy premierze kolejnego sezonu. Taki sposób korzystania z serwisów strumieniowych jest zbliżony bardziej do okresowego wynajmowania usług niż dołączania do nich.

Wyniki badań przeprowadzonych przez firmę Deloitte w styczniu 2020 roku pokazują, że dla 24% konsumentów to właśnie bezpłatny okres próbny zdecydował o późniejszym wykupieniu subskrypcji portalu strumieniowego. Przy podejmowaniu decyzji o anulowaniu lub przejściu na płatne korzystanie z usługi konsumenci kierowali się oni jakością dostępnych w danym serwisie treści. Rezygnacja z usługi następowała po zakończeniu okresu próbnego i/lub zakończeniu oglądania treści dla których zdecydowali się na subskrypcję²¹⁷.

Ostatnie dwadzieścia lat znacznie wpłynęło na doświadczenia konsumentów związane z telewizją. W przeciwieństwie do muzyki czy filmów, treści telewizyjne były trudno dostępne. Nie można było ich kupić a konsumpcja była uzależniona od ramówki danego nadawcy.

Na odejście od ramówki telewizji tradycyjnej na przełomie XX i XXI wieku pozwoliły wczesne technologie cyfrowe tj. DVR czy DVD²¹⁸. Kolejnym krokiem pozwalającym na zwiększenie konsumpcji treści telewizyjnych było pojawienie się

²¹⁶ V. Luckerson, *The number of movies on Netflix is dropping fast*, „Time”. 25 Marzec 2016, <http://time.com/4272360/the-number-of-movies-on-netflix-is-dropping-fast> (dostęp: 20.02.21)

²¹⁷ Deloitte, *Digital media trends survey, Covid -19 accelerates subscriptions and cancellations as consumers search for value*; a report from the Deloitte Center for Technology, Media and Telecommunications, styczeń 2020, s. 9.

²¹⁸ D. Herbert, A.D. Lotz, L. Marshall, *Approaching media...*, s. 8.

telewizji płatnej, która jak podaje *Słownik terminologii medialnej* obejmuje dwie kategorie usług: oferowane na zasadzie subskrypcji stosowanej wobec oferty telewizji kablowej, telewizji satelitarnej oraz telewizji *pay-per-view* (PPV), kiedy odbiorca płaci za każdy zamówiony program, film, transmisję sportową czy koncert²¹⁹. Ten model funkcjonowania telewizji płatnej bazuje na systemie dostępu warunkowego a programy są udostępniane tylko uprawnionym osobom. Przesyłane treści są zakodowane a ich dekodowanie i odtworzenie umożliwia specjalne oprogramowanie²²⁰. Telewizja płatna wpłynęła na zwiększenie możliwości wyboru i wygody konsumentów, jednak badania wykazują, że była ona używana przez stosunkowo niewiele osób, a indywidualnie, planowane seanse w znikomym stopniu wykorzystywane, biorąc pod uwagę możliwości oferowane przez technologię przesyłu strumieniowego²²¹.

Streaming wprowadził znaczną zmianę w doświadczaniu telewizji przez konsumentów, pozwolił nie tylko na uwolnienie ich od sztywnej oferty programowej telewizji tradycyjnej, ale także na wykorzystanie subskrypcji jako podstawowego mechanizmu finansowania telewizji. Umożliwił oglądanie treści medialnych bez reklam, a co za tym idzie produkcję programów, filmów czy seriali znacznie różniących się od tych wspieranych przez reklamodawców.

Pojawienie się telewizji strumieniowej znormalizowało również zjawisko *binge-watching*, którego początki obserwowano po pojawieniu się zestawów DVD²²². Publikacja wszystkich odcinków danej produkcji w mediach strumieniowych sprawiła, że oglądanie dowolnej ich liczby pod rząd stało się ogólnie przyjętą praktyką społeczną, zwłaszcza w pokoleniu Z, które w przeciwieństwie do swoich rodziców woli oglądać telewizję w sposób, bardziej zbliżony do oglądania filmu czy czytania książki. Po rozpoczęciu danej produkcji ogląda ją w całości, a następnie przechodzi do kolejnych treści. 60% badanych z pokolenia Z ogląda wiele odcinków na raz, gdzie dla porównania w pokoleniu X ta praktyka dotyczy 44%²²³.

Spersonalizowane rekomendacje to kolejna zmiana, która mogła zaistnieć dzięki telewizji strumieniowej. Użytkownik otrzymuje od producenta rekomendacje

²¹⁹ W. Pisarek, *Słownik terminologii...*, s. 219.

²²⁰ Tamże, s. 219.

²²¹ D. Herbert, A.D. Lotz, L. Marshall, *Approaching media...*, s. 7.

²²² Tamże, s. 9.

²²³ Tremor Video i Hulu, *Proprietary Research...*, s. 7.

programów, które na podstawie jego wcześniejszych wyborów powinny go zainteresować, co stanowi dużą wygodę i ułatwienie podczas przeglądania szerokich katalogów treści. Techniki nawigacyjne i algorytmy rekomendacji są strategiami odgórnymi wdrażanymi przez dostawców usług, jednak występują również udogodnienia oddolne. Użytkownicy Netflix'a mogą konstruować *Moją listę*, która pozwala zachować na później produkcje, które chcieliby w przyszłości obejrzeć²²⁴.

1.5. Podsumowanie

Rozdział ten przedstawia kluczowe zagadnienia związane ze współczesnymi mediami, które w XXI wieku stały się integralnym elementem społeczeństwa informacyjnego. W pierwszej części omówiono rolę, jaką nowe media odgrywają we współczesnej komunikacji – ze szczególnym uwzględnieniem ich wpływu na przepływ informacji, interakcje między użytkownikami oraz stymulację rozwoju cywilizacyjnego. Podkreślono znaczenie mediów masowych w kształtowaniu nowych form społecznego uczestnictwa i budowaniu globalnej przestrzeni informacyjnej.

Aktualne ujęcia badawcze często utożsamiają nowe media z Internetem – medium dominującym w epoce cyfrowej. W związku z tym kolejna część rozdziału poświęcona została analizie genezy oraz rozwoju globalnej sieci, której dynamiczna ekspansja doprowadziła do jej powszechnej dostępności i nadania jej statusu medium o globalnym zasięgu. Internet stał się fundamentem nowoczesnej komunikacji, podstawą gospodarki opartej na wiedzy oraz narzędziem, które zasadniczo zmieniło sposób konsumpcji treści medialnych. Jego rozwój wzmocnił również wzajemne powiązania pomiędzy mediami a społeczeństwami, pogłębiając skalę ich współzależności.

W dalszej części rozdziału omówiono uwarunkowania rozwoju współczesnych mediów w kontekście dwóch fundamentalnych procesów: globalizacji oraz konwergencji. Globalizacja przyczynia się do zacierania granic geograficznych i kulturowych, co sprzyja intensyfikacji wymiany informacji oraz ekspansji globalnych trendów kulturowych. Konwergencja z kolei rewolucjonizuje środowisko medialne poprzez integrację różnych technologii i platform – takich jak telewizja, Internet, radio czy prasa – w spój-

²²⁴ A.N. Hagen, *The playlist experience: personal playlists in music streaming services*, "Popular Music and Society", 2015, t. 38, nr 5, s. 625-645.

ny system usług i treści. Oba procesy istotnie wpływają na ewolucję mediów masowych, nadając im nową jakość oraz poszerzając ich zasięg i funkcje społeczne. Wskazano zarówno potencjalne korzyści wynikające z tych przemian, jak i zagrożenia – w tym m.in. ryzyko homogenizacji kultury czy koncentracji wpływu w rękach globalnych korporacji medialnych. Szczególną uwagę poświęcono również wpływowi konwergencji technologicznej na procesy produkcji i dystrybucji treści oraz na kształtowanie się nowych nawyków konsumpcji mediów.

Ostatnia część rozdziału koncentruje się na mediach strumieniowych, ze szczególnym uwzględnieniem telewizji streamingowej, będącej głównym przedmiotem dalszych analiz. Zjawisko to, w kontekście przemian w branży telewizyjnej, interpretowane jest jako przejaw tzw. ery post-telewizji. Przedstawiono podstawy technologiczne działania streamingu oraz zarysowano jego historię rozwoju. Szczególny nacisk położono na wpływ pandemii COVID-19, która znacząco przyspieszyła popularyzację platform streamingowych. Wskazano na zmiany w sposobie konsumpcji treści, polegające na przejściu od linearnych form przekazu, charakterystycznych dla tradycyjnej telewizji, do elastycznego modelu dostępu do treści „na żądanie”. Transformacja ta przyczyniła się do głębokich przemian w strukturze rynku medialnego, jak również w preferencjach i zachowaniach odbiorców. Podsumowując, rozdział ukazuje dynamiczne przemiany krajobrazu medialnego XXI wieku, w którym dominującą rolę odgrywają procesy cyfryzacji, globalizacji oraz zmieniające się modele uczestnictwa odbiorców w kulturze medialnej. To właśnie praktykom użytkowników mediów poświęcony zostanie kolejny rozdział.

Rozdział 2

Młodzi odbiorcy mediów

Era cyfryzacji i rozwój komputerów osobistych zrewolucjonizowały świat. Jednak jak wykazują badacze, jednym z głównych czynników wpływającym na sukces sektora IT była bardzo prozaiczna potrzeba – kontakt z innymi ludźmi²²⁵. Korzystanie z udogodnień wynikających ze zniesienia fizycznych barier w komunikacji stało się udziałem wszystkich pokoleń i przyczyniło się do przekształceń w obrębie całych społeczeństw²²⁶. Rozwijające się media stały się dla współczesnego człowieka ważnym źródłem wiedzy o świecie i otaczającej go rzeczywistości. Jak podkreślają badacze, doświadczenia nabywane za pośrednictwem medium często dostarczają ważniejszych informacji, niż doświadczenia bezpośrednie, czy wiedza nabywana przy udziale instytucji edukacyjnych. Przyjmując taką optykę media stanowią nieodzowny element współczesnego życia społecznego²²⁷. Natomiast w kontekście nauk o mediach jest to bodziec do przyjrzenia się temu, jakie są treści medialne oraz w jaki sposób wpływają na kształtowanie postaw młodych odbiorców, gdyż ci – jak wykazują badania – stanowią grupę społeczną najbardziej podatną na ich wpływ²²⁸.

Rola jaką odgrywają media w procesie kształtowania postaw jest bardzo złożona, dlatego temat ten został szeroko omówiony w rozdziale 4. Natomiast na początku poniższego podrozdziału należy podkreślić, że kluczowym czynnikiem warunkującym kształtowanie postaw przez środki masowego przekazu jest intensywność z jaką są one wykorzystywane²²⁹, a ta rośnie w czasie wykładniczo, do tego stopnia, że sam podział na

²²⁵ Ch. Jonscher, *Życie okablowane. Kim jesteśmy w epoce przekazu cyfrowego*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2001, s.190.

²²⁶ N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments*, „Communication Theory”, 2013, t. 23, s. 191.

²²⁷ M. Mrozowski, *Media masowe...*, s. 389.

²²⁸ T. Prauzner, *Wpływ nowoczesnych...*, s. 49.

²²⁹ T. Tamże, s. 48.

poszczególne pokolenia jest wyznaczany na podstawie stosunku do mediów oraz sposobów i zakresu ich użytkowania²³⁰. Z medioznawczego punktu widzenia młode pokolenie stanowi ważną i interesującą grupę badawczą, właśnie ze względu na testowany przez nich nowy paradygmat w odniesieniu do mediów i permanentne zanurzenie w środowisku cyfrowym.

Współcześni młodzi ludzie przyszli na świat w czasie intensywnych przemian społeczno-technologicznych. Ich sposób spędzania wolnego czasu oraz praktyki konsumenckie stanowią przedmiot licznych analiz i raportów, ze względu na rolę jaką środki masowego przekazu odgrywają w ich życiu²³¹. o sposobach korzystania z sieci oraz ich skutkach w ostatnich latach tylko na gruncie polskim pisali: Lewczuk, Jędrzejko 2017; Grubicka 2017; B. Przywara i i. Leonowicz-Bukała 2018; Jabłońska 2018; Staśko 2019; Tomczyk i in 2019; Kachlicka 2019; Król, Trybuła 2019; Leszczyńska 2019, N. Hatańska i N. Skrzypek 2019, Jaworowicz 2022.

To właśnie młode pokolenia stanowią podwaliny przyszłych społeczeństw, nowych mediów i wpływu wywieranego przez nie na odbiorców. Poniższy rozdział podejmuje próbę przyjrzenia się pokoleniom transformacji cyfrowej, tak silnie zanurzonym w wirtualnej rzeczywistości, że funkcjonowanie bez dostępu do niej wydaje im się niemożliwe²³².

2.1. Klasyfikacje pokoleń

Jedną z głównych cech odróżniających współczesnych młode pokolenia od poprzednich generacji jest fakt, że nie pamiętają one lub nie poznały świata sprzed upowszechnienia Internetu. Różnica ta znajduje swoje odzwierciedlenie w literaturze przedmiotu, która proponuje szereg terminów określających przedstawicieli poszczególnych pokoleń nawiązujących do ich odmiennego funkcjonowania w rzeczywistości medialnej²³³. Proponowane koncepcje mówią o nich jako o użytkownikach sieci i dzielą na tych urodzonych przed i po jej popularyzacji. Młode

²³⁰ J. Grubicka, *Cybermedia jako istotne...*, s. 238.

²³¹ N. Couldry, A. Hepp, *Conceptualizing Mediatization...*, s. 193.

²³² B. Przywara, I. Leonowicz-Bukała, *Bądźmy w kontakcie...*, s. 11.

²³³ Tamże, s. 11.

pokolenia cyfrowe nazywane są: generacją Y, Z, pokoleniem C, Millenium²³⁴, AO (*Always On*), generacją sieci²³⁵, *screenagers*²³⁶, iGen²³⁷, generacją Google²³⁸, pokoleniem cyfrowych tubylców²³⁹, generacją online²⁴⁰, zoomerami²⁴¹ czy pokoleniem *head-down* (w skład którego wchodzi wszystkie generacje korzystające ze smartfonów)²⁴². Większość tych nazw bezpośrednio nawiązuje do relacji danej generacji z medium i upatruje w niej zapowiedzi głębokich zmian cywilizacyjnych.

Grupa ta jest charakteryzowana przez wzgląd na bezprecedensową relację z siecią, a internet stanowi dla nich poszerzenie fizycznej i mentalnej bytności, gdyż w kontekście mediów współczesny młody człowiek to nie tylko użytkownik –konsument, lecz również twórca –nadawca²⁴³.

Przykładem klasycznej koncepcji określającej przynależność do danego pokolenia na podstawie stosunku do mediów i zakresu ich wykorzystywania, jest podział, zaproponowany w 2001 roku przez M. Prensky'ego. Wspomniany autor dzieli użytkowników sieci na dwie grupy, cyfrowych tubylców (*digital natives*) i cyfrowych imigrantów (*digital immigrants*)²⁴⁴. Ze względu na różny czas urodzenia reprezentują one odmienne kompetencje i przyzwyczajenia odnośnie korzystania z mediów.

Cyfrowi tubylcy, naturalnie uczą się posługiwać technologią i korzystać z sieci, ponieważ towarzyszy im ona od wczesnych lat życia. Natomiast cyfrowi imigranci – urodzeni przed erą Internetu, stopniowo poznają cyfrowe środowisko. Nabywanie tej umiejętności na późniejszych etapach życia sprawia, że sieć nie jest przez nich traktowana jako podstawowe źródło wiedzy, dlatego szukając informacji sięgają do

²³⁴ W. Strauss, N. Howe, *Generations. The history of America's future, 1584 to 2069*, Harper Perennial, Quil 1991, s. 55.

²³⁵ M.R. Jabłońska, *Człowiek w cyberprzestrzeni. Wprowadzenie do psychologii internetu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2018, s. 24.

²³⁶ N. Latta, *Understanding Your Screenager*, „Insights for Families”, 2018, nr 9.

²³⁷ J. Twenge, *iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe i zupełnie nie przygotowane do dorosłości i co to oznacza dla nas wszystkich*, Smak Słowa, Sopot, 2019

²³⁸ I. Rowlands, *The Google generation: the information behaviour of the researcher of the future*, „Emerald Insight” 2008, t. 60 nr 4, s. 290-310.

²³⁹ M. Prensky, *Digital Natives, Digital Immigrants*, „On the Horizon”, 2001, t. 9 nr 5, s. 1.

²⁴⁰ M.R. Jabłońska, *Człowiek w cyberprzestrzeni...*, s. 24.

²⁴¹ Merriam-Webster, *Words We're Watching: 'Zoomer'* Październik 2021. <https://www.merriam-webster.com/wordplay/words-were-watching-zoomer-gen-z> (dostęp: 23.12.22)

²⁴² I. Czerna, *Pokolenie head down jako konsekwencja smartfonizacji społeczeństwa*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, 2016, nr 459, s. 214 – 221.

²⁴³ R. Waśko, *Wybrane aspekty różnicujące pokolenie X,Y i z w kontekście użytkowania nowych technik i internetu*, [w:] Z. Rykiel, J. Kinał (red.), *Socjologia codzienności jako niebanalności*, Stowarzyszenie Naukowe Przestrzeń Społeczna i Środowisko, Rzeszów 2016, s. 139-140.

²⁴⁴ M. Prensky, *Digital Natives...*, s. 1.

wcześniej znanych im źródeł, takich jak książki, prasa, radio czy telewizja²⁴⁵. Nowe media są dla nich zamiast czegoś, w przeciwieństwie do cyfrowych tubylców, którzy *niesłychanie szybko opanowują nowe wynalazki i posługują się biegle nowoczesnymi technologiami*²⁴⁶.

Podobne podejście do klasyfikacji odbiorców mediów reprezentuje M. Jabłońska, która ze względu na mnogość nazewnictwa poszczególnych grup zaproponowała własną terminologię dzieląc ich na urodzonych do końca lat 80. i później. Drugą grupę określając mianem generacji online. W jej skład wchodzi m.in. pokolenia: Y, Z i późniejsze. Autorka opisuje je jako coraz silniej zanurzone w cyberprzestrzeni i sprawnie funkcjonujące zarówno w rzeczywistości realnej jak i wirtualnej²⁴⁷.

Jednak najpopularniejszą klasyfikacją spotykaną w literaturze przedmiotu i wykorzystywaną również na potrzeby tej rozprawy jest podział generacji na sześć głównych grup: *Builders* (budowniczy), *Baby Boomers* (powojenny wyż demograficzny), generacja X, generacja Y (inaczej *Millenials*), generacja Z (nazywana również generacją C) oraz najmłodsza generacja *Alpha*. Każda z powyżej wymienionych grup jest określana na podstawie lat w jakich się urodziła, dostępnej w tym czasie i używanej przez nich technologii oraz wyznawanych wartości²⁴⁸. Ze względu na różne warunki ekonomiczne i rozwój technologiczny obserwowany w różnych częściach świata, ramy czasowe określające przynależność do danego pokolenia różnią się w zależności od kraju. Poniżej zaprezentowano podział na poszczególne pokolenie z uwzględnieniem dat ich występowania w Polsce.

Tym co różnicuje osoby należące do poszczególnych pokoleń jest ich odmienny sposób funkcjonowania. Wydarzenia związane ze specyficzną kulturą i kontekst historyczny przypadający na czas ich życia wpływają na podobieństwo postaw, motywacji, nastawień czy ich systemów wartości²⁴⁹. Gwałtownie zmieniający się świat mediów elektronicznych wpływa na środowisko i styl życia współczesnych generacji. Internet

²⁴⁵ Tamże, s. 2.

²⁴⁶ B. Przywara, I. Leonowicz-Bukała, *Bądźmy w kontakcie...*, s. 11.

²⁴⁷ M.R. Jabłońska, *Człowiek w cyberprzestrzeni...*, s. 24.

²⁴⁸ K. Peszko, *Popularność mediów społecznościowych wśród różnych generacji*, „Marketing i zarządzanie” 2016, nr 4, s. 362.

²⁴⁹ W. Wrzesień, *Europejscy poszukiwacze. Impresje na temat współczesnego pokolenia polskiej młodzieży*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 17.

stanowi element rzeczywistości, a przywiązanie do zdobyczy technologicznych jest cechą młodych ludzi żyjących na różnych szerokościach geograficznych²⁵⁰.

Tabela 2. Podział pokoleń

Builders	Baby Boomers	Generacja X	Generacja Y	Generacja Z	Alpha
Budowniczy	Powojenny wyż demograficzny	-	Millenials Internet Generation	Pokolenie C iGen Postmillenials	
1925 – 1945	1946 – 1964	1961 – 1985	1986 – 1994/1995	1995 – 2000	2000

Źródło: Opracowanie własne

Postmillenialsi to pierwsi młodzi dorośli nie pamiętający świata bez Internetu. Fakt ten stał się determinantem większości opracowań im poświęconych. Wejście pokolenia Z jest różnie datowane w zależności od kraju, a jego odmienność zaznacza się ze względu na rozwój w odmiennych warunkach ekonomicznych i technologicznych. Większość badaczy jest zdania, że przynależność do tej grupy nie powinna być zależna od wieku, lecz wychowania w cyfrowej rzeczywistości²⁵¹. Zmiany jakie nastąpiły wraz z upowszechnieniem globalnej sieci, bezpośrednio przekładają się na ich zachowanie, oczekiwania czy sposób budowania relacji z otoczeniem²⁵². Jak twierdzi S. Ciszewski termin *pokolenie* w odniesieniu do generacji cyfrowych jest już nieadekwatny, ponieważ sam proces ich kształtowania został poddany komercjalizacji. Uważa on, że nie możemy już mówić o pokoleniu w aspekcie historycznym, a raczej o pokoleniach medialnych, będących sztucznie kreowanym produktem marketingowo-popkulturowym²⁵³.

Ze względu na cel poniższej pracy i chęć lepszego scharakteryzowania wpływu nowych mediów w poniższym rozdziale szczególna uwaga zostanie poświęcona genera-

²⁵⁰ M. Niewęglowski, *Przedmowa do wydania polskiego*, [w:] van den Bergh J., Behrer M., *Jak kreować marki, które pokocha pokolenie Y*, Wydawnictwo Samo Sedno, Warszawa 2012, s. 9-10.

²⁵¹ Tamże, s. 362.

²⁵² G. Aniszewska, *Zmiany pokoleniowe a decyzje i wybory konsumenckie*, „Marketing i Rynek”, 2015, nr 1, s. 3.

²⁵³ S. Ciszewski, *Popkultura a kryzys przekazu wartości wśród pokoleń czas u polskiej transformacji*, [w:] Gromkowska-Melosik A. (red.), *Kultura popularna i (re)konstrukcje tożsamości*, WSH, Poznań-Leszno 2007, s. 423.

cyfrowym, które ze względu na młody wiek silnie podlega wpływom charakterystyki osobowości²⁵⁴. Również pod względem liczebności poszczególnych grup pokoleniowych kształtujących populację Polski, pokolenie Z stanowi znaczny jej procent. Jak wykazuje raport Accenture i [FashionBiznes.pl](https://www.fashionbiznes.pl) w 2021 roku Postmillenials stanowili 1/4 populacji, pokonując tym samym pod względem liczebności pokolenie Millenialsów, generację X a nawet Baby Boomers²⁵⁵.

2.1.1. Pokolenia sprzed ery Internetu

Aby wykazać odmienność pokoleń medialnych warto najpierw przyjrzeć się generacjom je poprzedzającym: Builders, Baby Boomers, X, które umiejętność korzystania z nowych mediów zdobywały stopniowo.

Builders i Baby Boomers to generacje mocno skupione na tradycji w odniesieniu do sposobu komunikacji. Czerpią one informacje z mediów masowych a stopniowy rozwój technologii postrzegają jako usprawnienie jej dotychczasowej formy, jak również zwiększenie dostępności edukacji²⁵⁶.

Chronologicznie kolejne pokolenie to generacja X inaczej nazywana *generacją obojętną, pokoleniem widmo* czy *zagubionym pokoleniem*. Sam termin *pokolenie X* został rozpowszechniony dzięki książce D. Couplanda opisującej losy generacji, która nie chciała być określana żadną etykietą – *Nazywajcie nas po prostu X*. Litera X stała się synonimem całego pokolenia oraz wygenerowała nazwę następujących po nim pokoleń Y i Z²⁵⁷. Z punktu widzenia poniższej pracy grupa ta jest szczególnie istotna przez fakt, że jest uznawana za rodziców współczesnego pokolenia Z. Pokolenie X to osoby urodzone w czasie zwiększającej się dostępności dóbr, informacji oraz spersonalizowanych komunikatów adresowanych do konsumenta. Przedstawiciele tej grupy dorastając nie posiadali komputera i dostępu do Internetu, jednak w momencie pojawienia się nowych rozwiązań technologicznych potrafili sprawnie zaadaptować się do nowej rzeczywisto-

²⁵⁴ T. Prauzner, *Wpływ nowoczesnych mass mediów...*, s. 49.

²⁵⁵ R. Reif, U. Wiszowata, *Raport – Postpandemic generation, online czy offline, Jak kupuje generacja Z – II edycja*, Accenture, Fashion Biznes, kwiecień 2021, <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/a-com-migration/manual/r3/pdf/pdf-150/Accenture-Postpandemic-Generation-Online-Czy-Offline-PL-New.pdf> (dostęp 11.11.21)

²⁵⁶ K. Peszko, *Popularność mediów...*, s. 363.

²⁵⁷ J. van den Bergh, M. Behrer, *Jak kreować marki, które pokocha pokolenie Y*, Wydawnictwo Samo Sedno, Warszawa 2012, s. 22.

ści²⁵⁸. Jako ich główne cechy podawane są indywidualizm i pesymizm, stanowiące odpowiedź na chaotyczną współczesność²⁵⁹. W Polsce dorastali przed transformacją gospodarczą lub w jej trakcie, a rozpowszechnienie Internetu (postrzeganego jako nowość) otworzyło im nieograniczone możliwości rozwoju²⁶⁰.

2.1.2. Charakterystyka pokoleń cyfrowych

2.1.2.1. Millenialsi – pokolenie Y

Pierwszą generacją zaliczaną do pokoleń cyfrowych są Millenialsi. D. Tapscott opisując tę grupę wyróżnia osiem charakterystycznych dla nich cech, które (ze względu na rozpowszechnienie globalnych tendencji) są niezależne od miejsca urodzenia. Należą do nich: wolność, dopasowanie do swoich potrzeb, baczna obserwacja, wiarygodność, współpraca, rozrywka, szybkie tempo i innowacyjność²⁶¹.

Wolność dla pokolenia Y to możliwość dokonywania własnych wyborów w każdej dziedzinie życia. Jest ona widoczna zarówno przy podejmowaniu decyzji konsumenckich jak i w odniesieniu do ich życia zawodowego. Przedstawiciele tego pokolenia chcą elastyczności i swobody. Szybka adaptacja w świecie technologicznym (a zwłaszcza sprawne pozyskiwanie informacji i dostosowywanie ich do swoich potrzeb) wpływa na zwiększoną pewność siebie i potrzebę natychmiastowych wyników²⁶².

Kolejna cecha to dopasowywanie do swoich potrzeb (kustomizacja). Pokolenie Y dba o możliwość personalizacji urządzeń medialnych, samochodów, jak również przestrzeni prywatnej. W tym aspekcie istotniejszy jest dla nich wymiar estetyczny niż funkcjonalny. Preferują odejście od sztywno wyznaczonych obowiązków na rzecz bardziej elastycznych zadań, swobody w ich realizacji i uzyskiwania konkretnych wskazówek odnośnie wykonywanej pracy.

Obserwacja to cecha wynikająca z faktu, że pokolenie Y otacza ogromna ilość informacji pochodzących z Internetu – w tym informacji niewiarygodnych. Dlatego musieli oni wyrobić w sobie umiejętność odróżniania prawdy od fikcji. Potrzeba zweryfikowania informacji ma swoje zastosowanie zarówno przy podejmowaniu decyzji kon-

²⁵⁸ M. Koszembar-Wiklik, *Media społecznościowe w zarządzaniu komunikacji uczelni ze studentami*, "Kultura – Media – Technologia", nr 21, s. 9–22.

²⁵⁹ J. van den Bergh, M. Behrer, *Jak kreować marki...*, s. 22.

²⁶⁰ G. Aniszewska, *Zmiany pokoleniowe...*, s. 3.

²⁶¹ D. Tapscot, *Cyfrowa dorosłość...*, s. 138 – 175.

²⁶² M. Koszembar-Wiklik, *Media społecznościowe...*, s. 12.

sumenckich jak i pozyskiwaniu wiedzy. Innowacyjność jest wpisana w kontekst w jakim wychowali się przedstawiciele tego pokolenia, nowość jest pożądana na różnych płaszczyznach i oczekiwana zarówno w stosunku do rozwiązań produktowych jak i komunikacyjnych.

Kolejną cechą wyróżnioną przez Tapscota jest współpraca. Przejawia się ona w potrzebie tworzenia relacji, uczestnictwie w internetowych dyskusjach czy braniu udziału w grach sieciowych. Jest ona widoczna również w aspekcie zawodowym. Pokolenie Y chce uczestniczyć w większej grupie która współpracuje i dzieli się wiedzą w celu uzyskania zamierzonych celów, lubi podejmować decyzję i aktywnie kształtować rzeczywistości.

Wiarygodność w tym kontekście oznacza, że Millenialsi oczekują wysokiej jakości nabywanych produktów i usług, ale i etycznych warunków produkcji. Zależy im na takich cechach jak: uczciwość, tolerancja, przejrzystość, prawdomówność, wywiązywanie się z podjętych zobowiązań, i życie w zgodzie ze sobą.

Rozrywka pełni w ich życiu bardzo ważną rolę i jest ujmowana jako możliwość połączenia pasji z pracą zawodową, która przestaje mieć wymiar jedynie zarobkowy, stając się stylem życia²⁶³.

Szybkie tempo natomiast wiąże się z potrzebą natychmiastowej gratyfikacji przejawiającą się głównie w aspekcie komunikacyjnym, charakterystycznym dla mediów społecznościowych. Jednak szybkie tempo można zauważyć również w innych aspektach funkcjonowania tego pokolenia takich jak np. zakupy czy praca. Pokolenie Y oczekuje jak najszybszej dostawy zamówionego produktu oraz natychmiastowej informacji zwrotnej na temat wykonanych zadań.

Ostatnią wyróżnioną cechą opisywanego pokolenia jest innowacyjność. Wychowani w czasach intensywnych zmian technologicznych i częstych aktualizacji chcą być zawsze na bieżąco. Posiadanie przez nich gadżetów najnowszej generacji przyczynia się do wzmocnienia statusu społecznego i pozytywnej samooceny²⁶⁴.

²⁶³ D. Tapscot, *Cyfrowa dorosłość...*, s. 138 – 175.

²⁶⁴ Tamże

Natomiast T. Goban-Klas²⁶⁵ powołując się na *Youthwork Magazin* pisze o pięciu cechach pokolenia Y i zalicza do nich: szybki puls, zdalną kontrolę, brak przeżywania, brak zaufania, czy bycie pokoleniem prefiguratywnym.

Uszczegółowiając ten spis cech:

- szybki puls – oznacza ogromną ilość bodźców docierających do nich z otoczenia i wpływającą na niesłabnącą potrzebę coraz to nowszych wrażeń.
- zdalna kontrola – odnosi się do dynamicznie pojawiających się w otoczeniu zmian i sprawia, że pokolenie Y chcąc być na bieżąco *przeskakuje* pomiędzy różnymi czynnościami i aktywnościami. (Ten zmienny kontekst przekłada się np. na doświadczanie trudności w zakresie koncentracji uwagi.)
- brak przeżywania – chaos informacyjny sprawia, że przedstawiciele opisywanego pokolenia ciężko zdziwić, są oni z jednej strony zmęczeni napływającymi informacjami z drugiej strony stale ich poszukujący.
- brak zaufania – przejawia się w stosunku do starszych pokoleń przede wszystkim w dziedzinie nowych technologii i rozwiązań.
- pokolenie prefiguratywne – określa zamianę ról społecznych jakiej doświadczyło pokolenie Y. W dzieciństwie to oni stawali się nauczycielami swoich rodziców w odniesieniu do korzystania z nowych technologii. Jak podaje M. Mead (autorka terminu kultura prefiguratywna) *to dzieci, a nie najstarsze pokolenia: rodzice i dziadkowie, reprezentują to co ma nastąpić, to młoda generacja podsuwa pomysł starszej, jak należy zmienić lokalizację przyszłości*²⁶⁶. Potwierdzenie tej teorii obserwujemy obecnie. Następująca po pokoleniu Y generacja Z i najmłodsze pokolenie alpha (dzieci millenialsów) reprezentują jeszcze silniejszy związek z siecią.

2.1.2.2. Pokolenie Z

Pokolenie Z nazywane Postmillenialsami ma ze swoimi poprzednikami wiele wspólnego, jednak główną cechą łączącą te generacje jest ich nasilająca się obecność

T. Goban-Klas, *Edukacja wobec pokolenia SMS-u*. [w:] ²⁶⁵ W. Strykowski, W. Skrzydlewski (red.), *Media i edukacja w dobie integracji*, eMPi, Poznań 2002, s. 46.

²⁶⁶ A. Nowakowska, *Era kultur prefiguratywnych? Młodzież i dorośli a funkcjonowanie w internecie*. <https://repozytorium.ukw.edu.pl/bitstream/handle/item/7692/Era%20kultur%20prefiguratywnych.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (dostęp: 11.11.22)

w sieci²⁶⁷. Raport *Gen Z: jak zrozumieć dziś pokolenie jutra* opracowany przez Infuture i Dentsu, podaje, że dla 26% młodych respondentów świat cyfrowy i fizyczny stanowi jedną rzeczywistość²⁶⁸.

Jak podaje P. Jaworowicz grupę tą opisują trzy *c* pochodzące od angielskich słów: łączenie się (*connect*), komunikowanie (*communicate*) i zmiana (*change*)²⁶⁹. To generacja postrzegająca urządzenia mobilne jako poszerzenie swojej fizycznej i mentalnej bytności, mająca nieustającą potrzebę bycia w sieci. Pokolenie Z dokonało swoistej zmiany Internetu, stając się nie tylko odbiorcami treści, lecz również ich autorami²⁷⁰. Sieć stanowi dla nich forum wymiany myśli, a wzorce komunikacyjne uległy zmianom, na tyle istotnym, że jak podaje D. Tapscott rewolucjonizują wszystko z czym mają styczność od popkultury po politykę, biznes czy edukację²⁷¹.

Do najczęściej spotykanych w literaturze przedmiotu cech pokolenia Z zaliczamy: ich relację ze smartfonem – czyli urządzeniem najczęściej przez nich wykorzystywanym do konsumpcji treści cyfrowych, bycie *always on* – czyli nowy styl spędzania czasu w sieci, cyfrową rozrywkę – znaczenie i jej najpopularniejsze formy, a także w jaki sposób te nowe warunki życia i odmienny styl funkcjonowania wpływa na ich rozwój i szeroko opisywany przez ekspertów kryzys zdrowia psychicznego. Wszystkie one zostały szczegółowo scharakteryzowane poniżej.

2.1.2.2.1. Smartfon – sposób łączności z siecią

Jedną z najczęściej opisywanych w literaturze przedmiotu charakterystyk przedstawicieli pokolenia Z jest rola jaką odgrywają w ich życiu urządzenia dostępowo-internetowe. Zjawisko to w swojej książce szczegółowo opisuje amerykańska badaczka J. M. Twenge. Nazywa Postmillenialsów mianem iGeneracji, (w skrócie iGen)²⁷² tym samym nawiązując do ich bezprecedensowej relacji z medium. iGen to osoby *dorastające z telefonem komórkowym w ręku* i posiadające konto na Instagramie jeszcze przed rozpo-

²⁶⁷ K. Peszko, *Popularność mediów...*, s. 364.

²⁶⁸ N. Hatańska, N. Skrzypek, *Gen Z: jak zrozumieć dziś pokolenie jutra – Raport*, Infuture Hatańska Foresight Institute, Warszawa 2019, s. 4.

²⁶⁹ P. Jaworowicz, *Konsumenci pokoleń X, Y, Z w odświeżeniu C*, www.marketingowe.wordpress.com/2015/06/22/konsumenci-pokolen-x-y-z-w-odslonie-c/, (dostęp: 29.01.22).

²⁷⁰ M. Wasylewicz, *Transformacja sposobu komunikowania się pokolenia X,Y,Z – bilans zysków i strat*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Pedagogika”, 2016, nr 13, s. 138.

²⁷¹ D. Tapscott, *Cyfrowa dorosłość...*, s. 138 – 175.

²⁷² J.M. Twenge, *iGen, Dlaczego dzieciaki...*, s. 10.

częciem nauki w szkole średniej. Nazwa oprócz podkreślenia znaczenia urządzeń mobilnych, nawiązuje do cieszącego się ogromną popularnością w tej grupie smartfona marki Apple. iPhone stał się dla młodych odbiorców swoistym *must have*²⁷³ a osoby go nieposiadające nierzadko spotykają się z wykluczeniem w grupie rówieśniczej²⁷⁴. Badania marketingowe z 2016 roku²⁷⁵ wykazały, że dwie trzecie (66%) amerykańskich nastolatków posiadało telefon tej firmy. Stałą tendencję wzrostową w tym zakresie udowadniają Piper Sandler. W raporcie z 2021 roku podają, że 88% amerykańskich nastolatków korzysta ze smartfona od Apple, natomiast 90% zadeklarowało, że iPhone będzie ich kolejnym telefonem. Tylko 7% z nich rozważało zakup urządzenia z systemem Android²⁷⁶. Brakuje precyzyjnych informacji na temat tego jaki procent polskiej młodzieży korzysta ze smartfonów marki Apple, niemniej jednak nie ulega wątpliwości, że smartfony jako takie w bardzo krótkim czasie zyskały ogromną popularność. I. Czerska o wszechobecności urządzeń mobilnych mówi w kontekście smartfonizacji społeczeństwa wyrażającej się w ilości ich posiadania i użytkowania²⁷⁷.

W Polsce na przestrzeni ostatniej dekady odnotowano jej gwałtowny wzrost wykorzystania smartfonów z poziomu 25% w 2012 roku., do 57% w 2015 roku, 90% w 2019 roku²⁷⁸ aż do poziomu 97% w 2024 roku²⁷⁹. Smartfon jest najpopularniejszym urządzeniem za pomocą którego młodzi Polacy łączą się z siecią (71%) co wykazują badania SW Research z 2019 roku porównujące preferencje cyfrowych tubylców z Polski, Hiszpanii, Stanów Zjednoczonych, Turcji, Brazylii i wielkiej Brytanii. Z globalnej sieci badani korzystają również za pomocą: komputerów stacjonarnych (53%), telewizorów Smart TV (29 %) oraz tabletów (18%) i konsoli do gier (12%)²⁸⁰. Jak wykazują badacze

²⁷³ *must have* – rozumiane jako silna potrzeba posiadania produktów sezonowo modnych, wpływająca na decyzje konsumenckie. Jak wykazują badania na zjawisko musi have najbardziej narażona jest młodzież i młodzi dorośli. (na podstawie: niepublikowana praca magisterska *Fenomen musi have i postawa wobec własności i posiadania u kredytobiorców* – M. Góra, Katolicki Uniwersytet Lubelski, 2015.

²⁷⁴ M. Chwistek, *Nastolatki są "zmuszane" do korzystania z iPhone'a. Za zielone dymki grozi im społeczne wykluczenie*, <https://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/nastolatki-sa-zmuszane-do-korzystania-z-iphonea-za-zielone-dymki-grozi-im-spoeczne-wykluczenie/mr6j0vz> (dostęp 07.07.22.)

²⁷⁵ N. Sales, *American girls: Social media and secret lives of teenagers*, Knopf, Nowy Jork 2016, s.55.

²⁷⁶ The Piper Sandler, *Taking Stock With Teens – Survey* <https://www.pipersandler.com/1col.aspx?id=6216> (dostęp: 30.09.22)

²⁷⁷ I. Czerska, *Pokolenie heads...*, s. 214

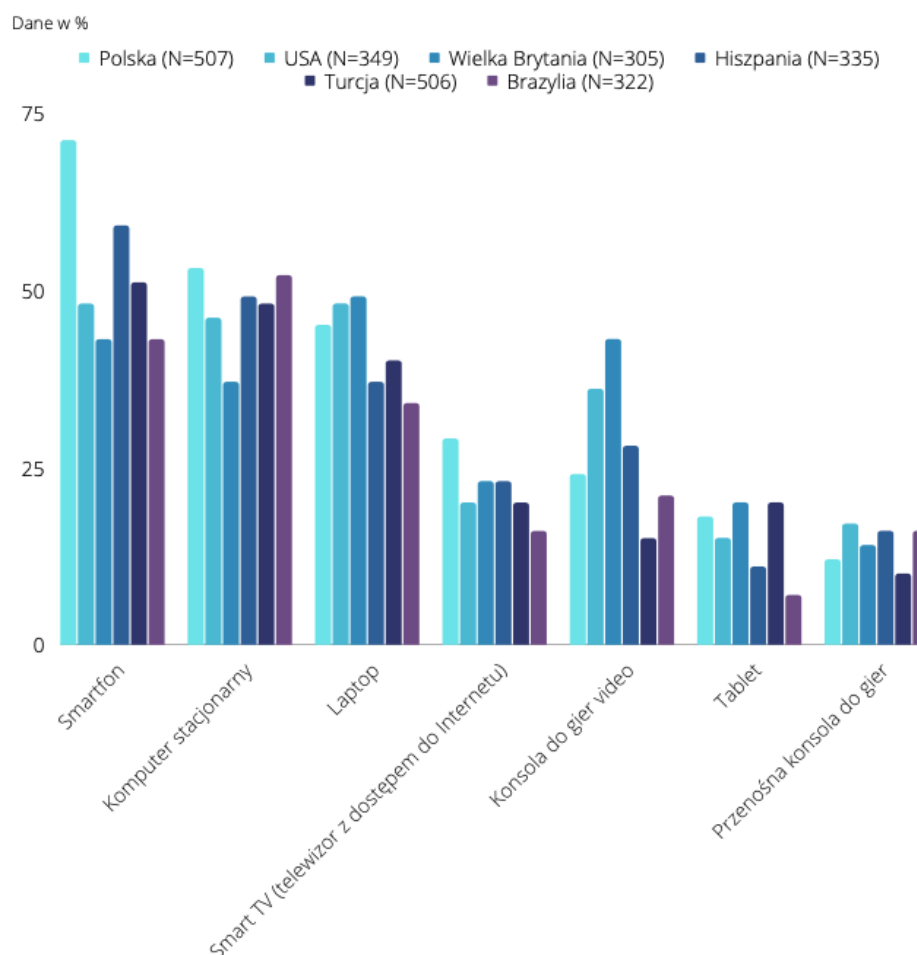
²⁷⁸ M. Mikowska, *Trwa smartfonizacja społeczeństwa*, <https://marketingprzykawie/index.php/item/4404-trwa-smartfonizacja-spoeczenstwa> (dostęp: 30.09.2022r.)

²⁷⁹ Polskie Radio 24, *Ilu Polaków ma smartfony? Wynik zaskakuje*, <https://polskieradio24.pl/artykul/3324007,ilu-polakow-ma-smartfony-wynik-zaskakuje> (dostęp: 22.06.25)

²⁸⁰ SW Research, *Cyfrowi tubylcy, co warto wiedzieć o pokoleniu online? – Raport* <https://swresearch.pl/raporty/cyfrowi-tubylcy-co-warto-wiedziec-o-pokoleniu-online> (dostęp 15.07.22)

polscy użytkownicy częściej korzystają ze smartfonów niż ich rówieśnicy z pozostałych krajów biorących udział w badaniu. (Wykres 1.)

Wykres 1. Sposoby łączności z siecią cyfrowych tubylców z Polski, Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Turcji oraz Brazylii



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Urządzenia codziennego użytku w grupie wiekowej 14-18 lat; Raport Cyfrowi tubylcy. Co warto wiedzieć o pokoleniu online?* SW Research.

Na popularność smartfonów ma wpływ ich osobisty charakter²⁸¹, dostęp do coraz tańszego i szybszego Internetu mobilnego, czy koncepcje na bazie których tworzone są strony internetowe²⁸², a umożliwiające wygodniejsze korzystanie z sieci na

²⁸¹ SW Research, *Cyfrowi tubylcy, co warto wiedzieć o pokoleniu online? – Raport* <https://swresearch.pl/raporty/cyfrowi-tubylcy-co-warto-wiedziec-o-pokoleniu-online> (dostęp: 20.11.22)

²⁸² Za przykład takiej koncepcji może posłużyć RWD czyli *Responsive Web Design*, rozumiana jako wrażliwość strony internetowej na rozdzielczość urządzenia na którym się ją wyświetla. Strona internetowa jest automatycznie dostosowywana do wyglądu każdego urządzenia na którym jest przeglądana. Jest to koncepcja tworzenia stron www nie odnosi się ona do konkretnej technologii czy techniki. Na podstawie: I. Czerska, *Pokolenie head down jako konsekwencja smartfonizacji społeczeństwa*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, Wrocław 2016, nr 459 s. 215.

urządzeniach mobilnych²⁸³. Smartfony noszone stale przy sobie stały się symbolem postępu techniczno-technologicznego. Ich pojawienie się wpłynęło na zmiany w obszarze komunikacji, rozrywki czy konsumpcji²⁸⁴. i chociaż znaczący wzrost popularności urządzeń mobilnych obserwujemy we wszystkich generacjach, to w życiu przedstawicieli pokolenia Z smartfony odgrywają szczególną rolę. Jak udowadniają badacze, większość przedstawicieli tej generacji śpi z telefonem w zasięgu ręki²⁸⁵. Korzystanie ze smartfonu jest ich pierwszą czynnością po przebudzeniu, jak i ostatnią przed zaśnięciem. Jak pisze J.M. Twenge *Smartfony różnią się diametralnie od wszystkich dotychczasowych środków przekazu – wnikają w niemal każdą chwilę naszego życia [...]. Po przebudzeniu telefon jest naszym źródłem rozrywki, kontaktów, a nawet splendoru*²⁸⁶. Młodzi ludzie upatrują w telefonie przedłużenie własnego ja i określają go jako *jedyny kontakt ze światem*²⁸⁷, co tym bardziej stało się znamienne w czasie izolacji spowodowanej pandemią koronawirusa, gdy dla wielu dzieci i młodzieży telefon był głównym źródłem rozrywki i kontaktów z rówieśnikami. Smartfon jest wykorzystywany przez przedstawicieli pokoleń cyfrowych do załatwiania większości spraw, jak np. płatności, zakupy, interakcja z obsługą klienta²⁸⁸.

Komunikat z badań Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) odnośnie korzystania z Internetu w 2024 roku w Polsce podaje, że obecność online zależy przede wszystkim od wieku, a w grupie 18-24 latków korzysta z niego 100% badanych. Jednak bezprzewodowe korzystanie z sieci nie stanowi domeny jedynie młodszych użytkowników, lecz jest rozpowszechnione we wszystkich grupach wiekowych²⁸⁹.

Badania wykazują również znaczne obniżenie wieku w jakim młodzi odbiorcy zaczynają korzystać z urządzeń mobilnych. Jak podaje Główny Urząd Statystyczny, w raporcie *Jak korzystamy z Internetu z 2024 roku w Polsce* dostęp do sieci posiada 95,9%

²⁸³ I. Czerska, *Pokolenie head down* ...s. 215.

²⁸⁴ A. Wójcik, *Ceny wzrosną, Badania Marketingowe*, „Jubileuszowy Rocznik Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i opinii”, 2015/16, edycja XX „Czas triangulacji”, s. 57.

²⁸⁵ Spanie ze smartfonem w zasięgu ręki ma w tym kontekście charakter symboliczny, a nie dosłowny. Jest związane z przeglądaniem treści dostępnych na mediach społecznościowych tj. Instagram, Tik-Tok, Facebook a nie fizyczną obecnością urządzenia i korzystaniem np. Z aplikacji budzik w telefonie.

²⁸⁶ J.M. Twenge, *iGen...*, s. 60

²⁸⁷ Tamże, s. 60.

²⁸⁸ The Piper Sandler, *Taking Stock With Teens – Survey* <https://www.pipersandler.com/1col.aspx?id=6216> (dostęp: 30.09.22.)

²⁸⁹ CBOS, *Korzystanie z Internetu*, CBOS, Warszawa 2024, s. 2.

gospodarstw domowych²⁹⁰, a badania Fundacji Dbam o Mój Z@sięg pt. *Młodzi Cyfrowi*²⁹¹ udowadniają, że jest on zdecydowanie większy wśród rodzin z dziećmi. Raport wykazuje, że średni wiek inicjacji cyfrowej ulega obniżeniu i kształtuje się na poziomie 10,2 lat i jest podobny w przypadku chłopców i dziewcząt. Wyniki uzyskane w grupie 61 tysięcy uczniów z 1 786 polskich szkół na terenie całego kraju wykazują, że prawie wszystkie dzieci i młodzież posiadają własny telefon z dostępem do Internetu i aktywnie korzystają z social mediów²⁹².

Jako egzemplifikacja tego zjawiska może posłużyć dostępna w serwisie YouTube i otworzona ponad 190 000 razy piosenka popularnego wśród dzieci zespołu Małe TGD pod tytułem *Sieć*²⁹³. Opowiada ona o relacji ze smartfonem najmłodszych przy pomocy następujących zwrotów: *Mam cały świat w moim telefonie. Klikam oglądam i mało dzwonię. Bolą mnie oczy a czasem dłonie.[...] Gierki, filmiki i nowe apki. Foty i czaty i w górę łapki. Nigdzie nie trafię bez apki „Mapki”. Kto pójdzie za mnie do ubikacji? Czemu na to nie ma aplikacji? [...] Ty cicho siedź, ja muszę mieć, ja muszę, muszę mieć, muszę mieć – Sieć!*

Warto jednak zaznaczyć, że rewolucja, która nastąpiła wraz z rozpowszechnieniem smartfonów dotyka nie tylko najmłodszych generacji, a staje się cechą wspólną wszystkich pokoleń. Jak podaje I. Czerska w skład pokolenia *head-down* (czyli osób na co dzień korzystających ze smartfonów), wchodzi generacje X, Y, Z. Natomiast kierunek natężenia korzystania ze smartfonu rośnie w każdym kolejnym pokoleniu, a przymus stałej obecności w sieci (*plugged-in*) najlepiej opisuje pokolenie Z, które *uwielbia swojego smartfona i czuje się zagubione, zaniepokojone jego brakiem przy sobie*²⁹⁴.

2.1.2.2.2. Aktywność w sieci

Popularyzacja smartfonów i łatwy dostęp do Internetu sprawiły, że młodzi ludzie spędzają w sieci coraz więcej czasu i to właśnie on jest uznawany za najsilniejszy wskaźnik cyfryzacji młodego pokolenia. Państwowy Instytut Badawczy NASK prowa-

²⁹⁰ Główny Urząd Statystyczny, *Spółeczeństwo Informacyjne w Polsce w 2024r.*, Warszawa, Szczecin 2024r. s. 24.

²⁹¹ M. Dębski, M. Bigaj, *Młodzi cyfrowi*, Fundacja Dbam o Mój Z@sięg, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdynia 2019

²⁹² Tamże

²⁹³ Małe TGD, *Sieć*, YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=bo7ai1iNThw> (dostęp: 11.11.22)

²⁹⁴ I. Czerska, *Pokolenie head...*, s. 219.

dzący ogólnopolskie badania *Nastolatki 3.0* odnotowuje stały wzrost czasu jaki młodzi ludzie spędzają online. Badacze wykazują, że korzystanie z Internetu stało się czynnością permanentną a młodzi ludzie są stale online²⁹⁵.

Do ewolucji w tym zakresie przyczyniła się pandemia COVID-19, która wymusiła istotne zmiany stylu życia 95% światowej populacji²⁹⁶. Media w czasie pandemii odegrały niezwykle istotną rolę, dając możliwość zdalnej realizacji szeregu zadań. Aktywność zawodowa, edukacyjna, towarzyska czy rozrywkowa ze względu na społeczną izolację w znacznym stopniu została przeniesiona do sieci, wpływając tym samym na wzrost (już wysokiego) korzystania z Internetu.

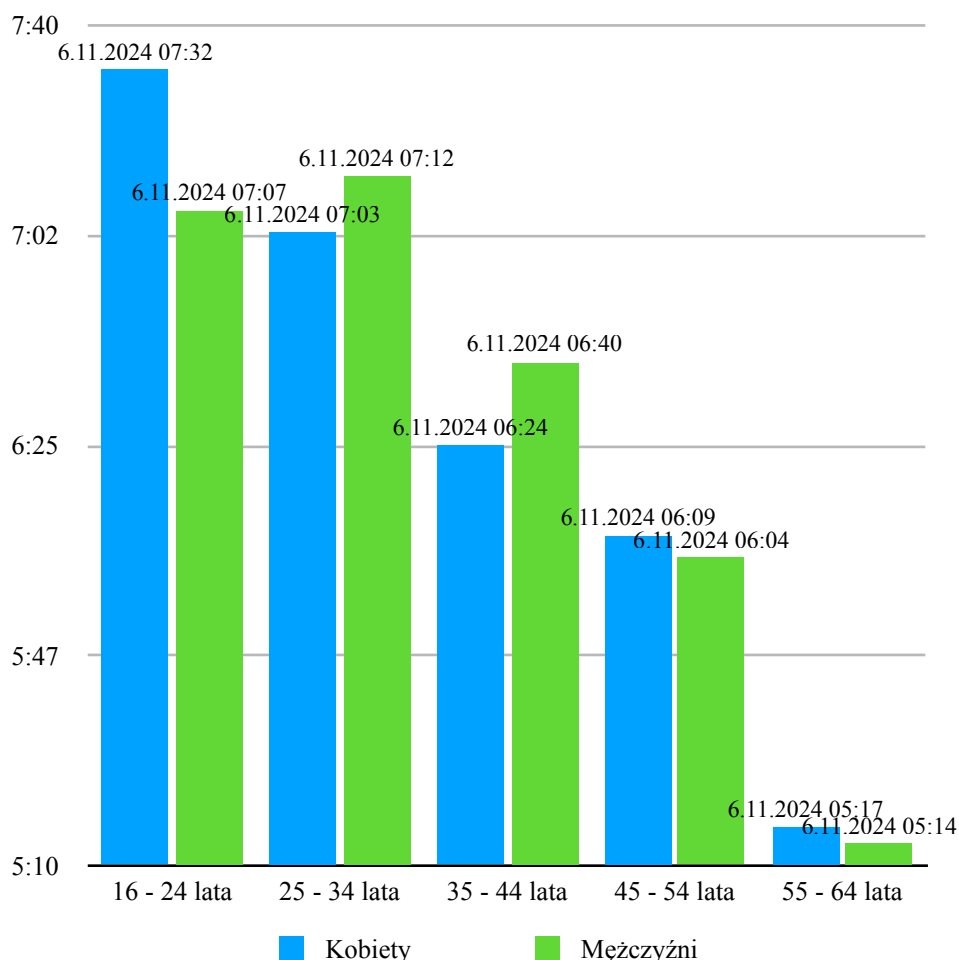
Raport Digital 2024 Global Overview wykazuje, że w 2023 roku liczba użytkowników sieci wzrosła o 1,8% w porównaniu z rokiem poprzednim. Łączna liczba internautów na początku 2024 roku wynosiła 5,35 miliardów, co przekłada się na 97 milionów nowych użytkowników. Statystyczny użytkownik spędzał w sieci 6 godzin i 40 minut dziennie, co stanowi wzrost o 1% w porównaniu z rokiem poprzednim, kiedy średnio było to 6 godzin i 36 minut. Ponadto dane wykazują silny związek pomiędzy wiekiem odbiorcy a byciem online. W grupie wiekowej 16-24 kobiety spędzały średnio 7 godzin i 32 minuty, natomiast mężczyźni 7 godzin i 7 minuty²⁹⁷ (Wykres 2.).

²⁹⁵ R. Lange, *Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów*. NASK Thinkstat, Warszawa 2021, s. 9.

²⁹⁶ M. Kamińska, *Debata FDDS podsumowująca rok w pandemii z perspektywy zdrowia psychicznego dzieci i młodzieży*, [http://media.fdds.pl/130187-debata-online-konsekwencje-pandemii-covid-19-dla-zdrowia-psychicznego-oraz-edukacji-dzieci-i-młodzieży-w-polsce](http://media.fdds.pl/130187-debata-online-konsekwencje-pandemii-covid-19-dla-zdrowia-psychicznego-oraz-edukacji-dzieci-i-mlodziezy-w-polsce). (dostęp: 30.03.21)

²⁹⁷ Raport Digital 2024 Global Overview: *Jaki był 2023 rok w internecie i mediach społecznościowych*, <https://nowymarketing.pl/raport-digital-2024-global-overview-jaki-byl-2023-rok-w-internecie-i-mediach-spolecznosciowych/> (dostęp: 05.06.24)

Wykres 2. Średni dzienny czas spędzany w sieci (godziny i minuty) przez przedstawicieli poszczególnych grup wiekowych

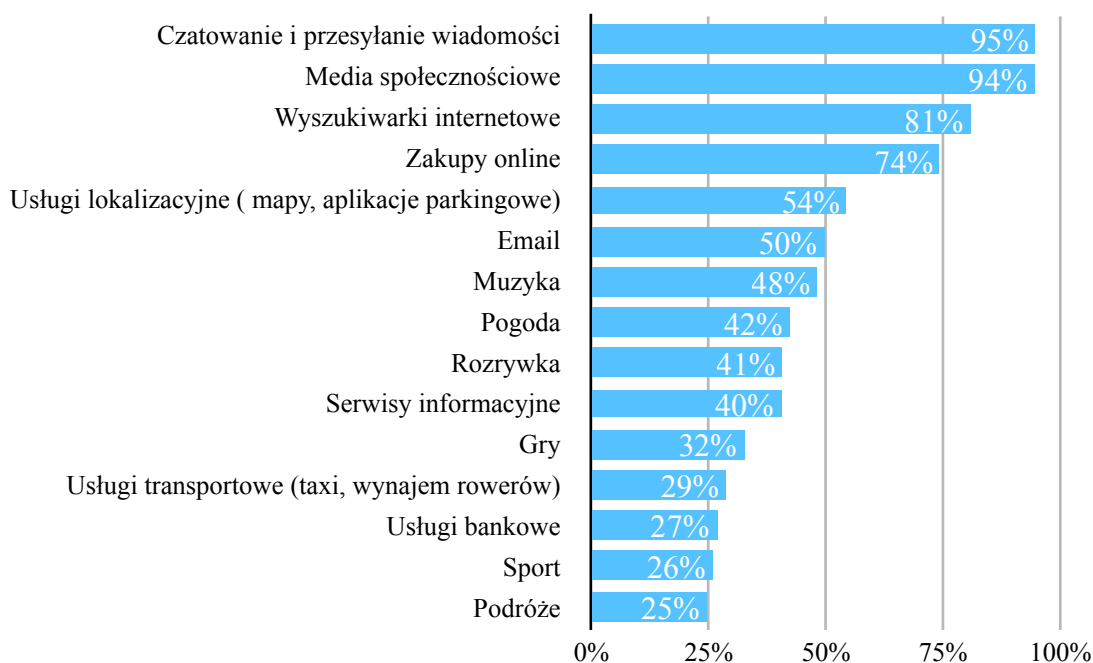


Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Raport Digital 2024 Global Overview, *Jaki był 2023 rok w internecie i mediach społecznościowych?*

Wspomniany raport wykazuje, że bez względu na wiek użytkowników najczęściej łączą się oni z siecią w celu czatowania i przesyłania wiadomości. 94,7% internautów w wieku 16-64 lat deklaruje, że w ciągu ostatnich 30 dni (styczeń 2024) korzystało z co najmniej jednej aplikacji umożliwiającej tą formę komunikacji. Kolejnymi najpopularniejszymi formami aktywności w sieci było korzystanie z mediów społecznościowych (94,3%), używanie wyszukiwarek internetowych (80,7%), robienie zakupów (74,3%) oraz korzystanie z usług lokalizacyjnych takich jak mapy i aplikacje parkingowe (54,4%). Ponadto wykorzystanie Internetu w celach rozrywkowych zadeklarowało 40,6% respondentów²⁹⁸(Wykres 3.).

²⁹⁸ Tamże

Wykres 3. Sposoby wykorzystywania Internetu w grupie wiekowej 16-64 lata.



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Raport Digital 2024 Global Overview, *Jaki był 2023 rok w internecie i mediach społecznościowych?*

Wspomniany raport wykazuje również subtelne różnice w cyfrowej aktywności ze względu na wiek respondentów. Młodszy użytkownicy częściej korzystają ze strumieniowania muzyki niż z map i usług lokalizacyjnych, jak również częściej niż starsi odbiorcy korzystają z cyfrowej rozrywki. (Tabela 3).

Tabela 3. Sposoby wykorzystywania Internetu w podziale na grupy wiekowe

	16-24 lata		25-34 lata		35-44 lata		45-54 lata		55-64 lata
Media społecznościowe	96,9%	Czatowanie i przysyłanie wiadomości	95,8%	Czatowanie i przysyłanie wiadomości	95,3%	Czatowanie i przysyłanie wiadomości	93,4%	Czatowanie i przysyłanie wiadomości	89,8%
Czatowanie i przysyłanie wiadomości	96,4%	Media społecznościowe	95,7%	Media społecznościowe	94,9%	Media społecznościowe	91,8%	Media społecznościowe	87,9%
Wyszukiwarki internetowe	82,6%	Wyszukiwarki internetowe	80,9%	Wyszukiwarki internetowe	80,3%	Wyszukiwarki internetowe	79,8%	Wyszukiwarki internetowe	78,1%
Zakupy online	72,9%	Zakupy online	75,6%	Zakupy online	76,3%	Zakupy online	74,0%	Zakupy online	70,8%

16-24 lata		25-34 lata		35-44 lata		45-54 lata		55-64 lata	
Muzyka	55,9%	Usługi lokalizacyjne	54,7%	Usługi lokalizacyjne	54,6%	Usługi lokalizacyjne	54,4%	Email	57,6%
Usługi lokalizacyjne	54,5%	Muzyka	51,5%	Email	48,9%	Email	52,6%	Usługi lokalizacyjne	53,1%
Rozrywka	47,7%	Email	46,1%	Muzyka	46,9%	Serwisy informacyjne	48,9%	Pogoda	52,7%
Email	47,5%	Rozrywka	44,2%	Serwisy informacyjne	43,7%	Pogoda	47,6%	Serwisy informacyjne	50,3%
Gry	42,9%	Pogoda	38,9%	Pogoda	43,3%	Muzyka	42,4%	Muzyka	35,3%
Pogoda	36,0%	Serwisy informacyjne	37,0%	Rozrywka	40,4%	Rozrywka	35,1%	Usługi bankowe	32,5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Raport Digital 2024 Global Overview, *Jaki był 2023 rok w internecie i mediach społecznościowych?*

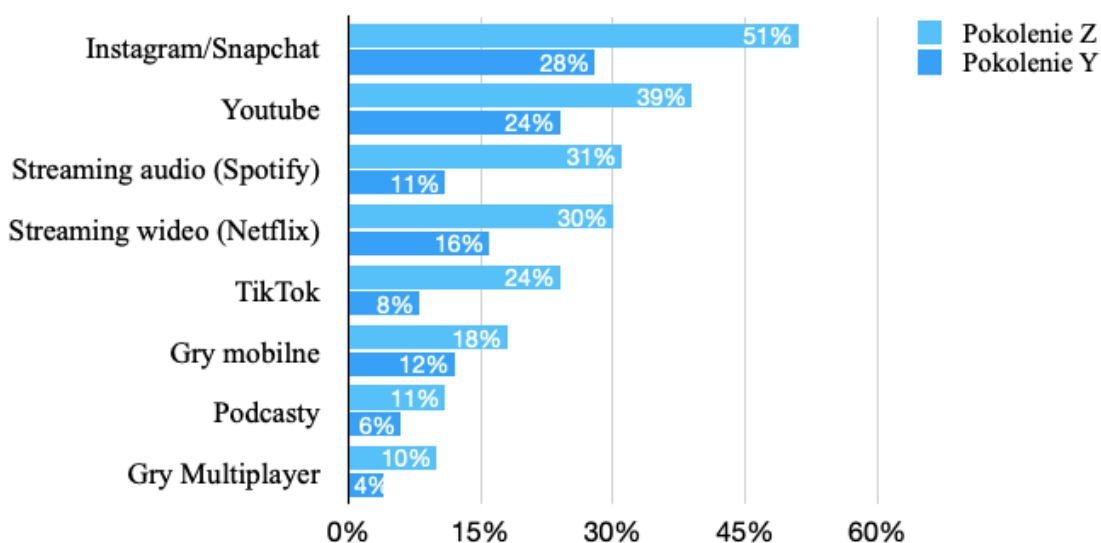
Badania R. Reif i U. Wiszowata z 2021 roku wykazują, że połowa przedstawicieli generacji Z, przynajmniej raz w ciągu doby korzysta z social mediów²⁹⁹ a ponad 30% co najmniej raz dziennie używa mediów strumieniowych do oglądania seriali, filmów czy słuchania muzyki. Wynik dla tej generacji jest dwukrotnie wyższy niż w poprzedzającym ją pokoleniu Y. To właśnie pokolenie Z jest wskazywane jako najczęściej sięgające po wirtualną rozrywkę.

Znaczną część aktywności młodego pokolenia w sieci stanowi komunikacja za pośrednictwem aplikacji mobilnych takich jak: Messenger, Whatsapp, Snapchat czy Instagram. Aplikacje te pozwalają na symultaniczne prowadzenie wielu niezależnych konwersacji z dowolną ilością osób, co nie jest możliwe w komunikacji bezpośredniej. Jak podają I. Leonowicz-Bukała i B. Przywara ten typ komunikacji ma bardzo uzależniający charakterze, ze względu na zdalne angażowanie użytkownika i zachęcenie go do interakcji poprzez (o ile są włączone na urządzeniu) pojawiające się powiadomienia typu push. Dlatego sprawdzanie powiadomień staje się dla wielu nawykowe, a ciągły napływ nowych informacji z wielu aplikacji generuje przymus sięgnięcia po telefon³⁰⁰.

²⁹⁹ R. Reif, U. Wiszowata, *Raport – Postpandemic ...*

³⁰⁰ B. Przywara, I. Leonowicz-Bukała, *Bądźmy w kontakcie...*, s. 25.

Wykres 4. Odsetek respondentów wśród generacji Z i Millenialsów korzystających z poszczególnych aktywności cyfrowych raz lub kilka razy dziennie



Źródło: opracowanie własne na podstawie: R. Reif, U. Wiszowata, *Postpandemic generation, online czy offline, Jak kupuje generacja Z – II edycja*, Accenture, Fashion Biznes, kwiecień 2021.

Komunikacja cyfrowa wiąże się z obserwowaną w pokoleniu Z potrzebą prędkości, która często utożsamiana ze zniecierpliwieniem, wpływa na oczekiwanie natychmiastowej odpowiedzi od rozmówcy³⁰¹. Nowoczesne aplikacje wychodząc naprzeciw oczekiwaniom młodych konsumentów, umożliwiają bycie w kontakcie przez cały czas. Coraz doskonalsze funkcjonalności komunikatorów pozwalają monitorować czy osoba z którą rozmawiamy odczytała już wiadomość, czy właśnie w tym momencie na nią odpisuje. Możliwa jest też szybka odpowiedź na wiadomość w formie reakcji graficznej (emotikonu kciuka – Facebook, czy serduszka – Instagram Direct)³⁰². Meta dbając o użytkowników udoskonala swoje produkty dodając nowe opcje.

Ważnym zjawiskiem w kontekście social mediów i młodego pokolenia jest FOMO (ang. *fear of missing out*) akronim opisywany przez badaczy jako *wszechogarniający lęk, że inne osoby w danym momencie przeżywają bardzo satysfakcjonujące doświadczenia, w których ja nie uczestniczę*³⁰³. Osoby o wyższym poziomie FOMO częściej korzystają z mediów społecznościowych podczas pracy, wykładu czy prowadząc samo-

³⁰¹ D. Tapscot, *Cyfrowa dorosłość...*, s. 156.

³⁰² B. Przywara, I. Leonowicz-Bukała, *Bądźmy w kontakcie...*, s. 24.

³⁰³ A. K. Przybylski i in., *Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out*, „Computers in Human Behavior” 2013, nr 4, s. 1841.

chód. Jednak najnowsze prace badawcze poświęcone temu zagadnieniu podkreślają kontekst niekontrolowanego korzystania z mediów społecznościowych polegającego na ciągłym sprawdzaniu i odświeżaniu profili, uzależnieniu od aplikacji (również informacji) czy chęci poprawy samopoczucia³⁰⁴. FOMO wiąże się z silną potrzebą przynależności do grupy, z którą dana osoba chce się identyfikować. Utrata dostępu do źródła informacji wiąże się z lękiem przed utraceniem satysfakcjonujących relacji jak również tendencja do popadania w depresję³⁰⁵. Im bardziej osoba dotknięta FOMO czuje się *odłączona* od informacji, tym bardziej dąży do uzupełnienia braku, kompulsywnie korzystając z social mediów. Jednak ilość informacji, ich źródeł i nośników medialnych jest tak duża, że zapoznanie się z nimi wszystkimi nie jest możliwe, co w efekcie skutkuje poczuciem permanentnego niedoinformowania z równoczesnym przeciążeniem informacjami medialnymi. W literaturze przedmiotu można często spotkać się z używaniem terminu FOMO jako synonimu nadmiernego zaangażowania w aktywność online, stawianego w jednej linii z pojęciami takimi jak *siecioholizm*, *uzależnienie od Internetu*, *nadużywanie Internetu* czy *problematiczne użytkowanie Internetu*³⁰⁶. Jednak lekarze i psychologowie wykazują, że samo odczuwanie FOMO nie spełnia kryteriów uzależnienia, jednakże może być przyczyną jego rozwoju. Zjawisko jest szczególnie niebezpieczne u osób posiadających niezaspokojoną potrzebę przynależności³⁰⁷.

Znamiennym jest również, że chociaż przedstawiciele pokolenia Z spędzają coraz więcej czasu na konsumpcji treści medialnych i korzystaniu z cyfrowej rozrywki, w swoich wypowiedziach deklarują odczuwanie dyskomfortu związanego z nauką bądź pracą zdalną. Pokolenie Z preferuje bezpośrednie, osobiste kontakty w kontekście edukacji czy pracy. Blisko połowa jego przedstawicieli deklaruje, że ten typ aktywności online negatywnie wpływają na ich samopoczucie psychiczne oraz produktywność. Podczas okresowych lockdownów spowodowanych pandemią COVID-19, odsetek osób z pokolenia Z, które doświadczały pogorszenia nastroju, był o 11% wyższy niż wśród

³⁰⁴ A. Jupowicz-Ginalska i. in. *Fear of missing out a korzystanie z urządzeń umożliwiających dostęp do mediów społecznościowych na podstawie badań polskich internautów*, „Forum socjologiczne”, 2018, nr 9, s. 223-224.

³⁰⁵ A. Błachnio, A. Przepiórka, *Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: a cross-sectional study*, „Psychiatry Research” 2018, nr 259, s. 514-519.

³⁰⁶ R. Lange, *Nastolatki 3.0. Raport...*, s. 68.

³⁰⁷ A. Citko, I. Owsieniuk, *Epidemiologia i skutki zdrowotne syndromu FOMO. Rola lekarzy rodzinnych we wczesnym rozpoznawaniu, leczeniu i profilaktyce syndromu FOMO u nastolatków i młodych dorosłych*, „Pediatria i Medycyna Rodzinna”, 2020 t. 16 nr 1, s. 70-76.

ich rodziców – najczęściej należących do pokolenia X – również pracujących wówczas zdalnie. Około połowa Postmilenialsów odczuwała w tym czasie przeciążenie wynikające z nadmiernego korzystania z mediów cyfrowych i planowała ograniczyć ich użycie. Jednocześnie 33% z nich wyrażało potrzebę lepszej ochrony swojej prywatności w sieci, a aż 62% uważało, że relacje nawiązywane online są mniej trwałe i bardziej powierzchowne – pogląd ten podzielało również 60% przedstawicieli starszych pokoleń.³⁰⁸

2.2. Odbiór mediów przez pokolenie Z

Wychowanie w cyfrowej rzeczywistości przekłada się na wyznawane wartości i deklarowane potrzeby, co wpływa na to jakimi konsumentami mediów są przedstawiciele pokolenia Z i czego od nich oczekują.

Młodym użytkownikom sieci od najmłodszych lat towarzyszy dominacja percepcyjna sfery ikonicznej³⁰⁹, a co za tym idzie ich uwaga jest skoncentrowana na bodźcach wzrokowych, które pozwalają szybciej zrozumieć treść czy przyswoić informację. Jednocześnie są oni przyzwyczajeni do szybkiego przetwarzania dużej ilości informacji. Jak podaje A. Czerniawski *Współczesny człowiek codziennie otrzymuje tyle nowych informacji, ile człowiek żyjący w średniowieczu przez całe życie*³¹⁰. Z tego powodu wyrzucają oni z pamięci wszystko to, co nie jest dla nich w danym momencie wystarczająco ważne, stawiając na praktyczne i wygodne rozwiązania. W zdobywaniu informacji cechuje ich niecierpliwość. Chcą szybko osiągać cele i łatwo zgłębiać interesujące ich zagadnienia przy minimalnym wysiłku, równie szybko rezygnują z tego co nudne, irytujące czy obraźliwe. i o ile wspomniana niecierpliwość jest cechą wszystkich młodych ludzi to poprzednie generacje w czasie swojej młodości nie miały narzędzi im na to pozwalających³¹¹.

Nieustanny dostęp do sieci i wygodne wyszukiwarki internetowe przyzwyczyły pokolenie cyfrowe do uzyskiwania natychmiastowych odpowiedzi na pojawiające się py-

³⁰⁸ Tamże, s. 73.

³⁰⁹ W. Kawecki, *Wizualność współczesnej kultury*, „Roczniki Kulturoznawcze” 2022, t. 13, nr 1, s. 68.

³¹⁰ A. Czerniawski, *Tyle informacji, tyle niepotrzebnych*, sierpień 2017, <https://redakcjabb.pl/8956/tyle-informacji-tyle-niepotrzebnych> (dostęp: 18.08.22)

³¹¹ K. Kostyra, *Nie tylko TikTok! Co robi w sieci generacja Z?*, Medialis, 2021, <https://medialis.pl/marketing-w-pigulce/co-robi-w-sieci-generacja-z/> (dostęp: 20.08. 2022)

tania. Badacze wskazują, że te obserwowane w funkcjonowaniu poznawczym zmiany są szczególnie widoczne w procesie nauczania. Pokolenie Z przyzwyczajone do mnogości i szybkości bodźców uskarża się na małą atrakcyjność tradycyjnego sposobu przekazywania wiedzy, co jest związane ze zwiększoną potrzebą stymulacji i krótszym czasem koncentracji uwagi³¹². Będąc przekonani, że 90% informacji mogą pozyskać samodzielnie, pozwalają sobie na zadawanie niewygodnych pytań nauczycielom i podważają ich autorytet³¹³.

Różnice w funkcjonowaniu poznawczym sprawiły, że zmianie uległ sposób korzystania z mediów. Badanie V. Rideout dokumentujące ilość czasu spędzaną w mediach, pokazuje, że jest on wykorzystywany na równoległe wykonywanie innych czynności. Na przykład oglądając telewizję, ubierają się, jedzą posiłki czy sprzątają pokój. Jadąc do szkoły korzystają z mediów społecznościowych równocześnie słuchając muzyki³¹⁴. Młodzi ludzie wybierają aktywności online, nawet w odniesieniu do kontaktów z rówieśnikami, gdyż preferują oni bardziej komunikację przez Internet niż bezpośrednią. To, że każdego dnia spędzają określoną ilość czasu w sieci nie oznacza jednak, że są biernymi konsumentami treści medialnych. Są również twórcami własnych treści medialnych (*user-generated-content*)³¹⁵, takich jak snapy, tiktoki, relacje na Instagramie, filmy Youtubie czy posty na Facebooku.

2.2.1. Telewizja w życiu pokolenia Z

Jak podaje raport UNESCO tylko w drugiej połowie lat 90 XX wieku wprowadzono około pięćdziesięciu kanałów telewizyjnych skierowanych do młodych odbiorców³¹⁶. Jednakże rozwój technologii i zmiany zachodzące w sposobie korzystania z mediów, jak i ich postępująca globalizacja sprawiają, że tracenie widzów przez telewizję tradycyjną zmusza medialnych potentatów do przenoszenia swoich usług do Internetu³¹⁷. Pokolenia cyfrowe testują zupełnie nowy paradygmat w odniesieniu do telewizji. Rozwój mediów znacząco wpłynął na sposób postrzegania i odbierania telewizji przez młodych

³¹² B. Przywara, I. Leonowicz-Bukała, *Bądźmy w kontakcie...*s. 11.

³¹³ K. Kostyra, *Nie tylko TikTok!*...

³¹⁴ V. Rideout, *The common sense census: media use by tweens and teens*, „Common Sense Media Research Study”, 2015, s. 1 – 103, <https://www.icpsr.umich.edu/web/ICPSR/studies/38018> 20.05.22.

³¹⁵ U. Solińska, *Sposoby spędzania ...*s 603

³¹⁶ U. Carlsson, *Foreword.*, s. 8.

³¹⁷ K. Westcott, *Digital media trends: a look beyond generation. Redrawing battle lines in the video streaming war*; Deloitte Insight, 2019, s. 2.

odbiorców, co w swoich badaniach wykazały firmy Tremor Video i Hulu.³¹⁸ (Wykresy 5. i 6.). Wyniki jednoznacznie pokazują, że dla pokolenia Z (84%) oglądanie seriali i programów za pośrednictwem Internetu na smartfonach, konsolach czy smart TV nie jest alternatywny sposobem odbioru telewizji a normą. Telewizja nie stanowi dla nich *pudełka ze szklanym ekranem*, lecz galerię programów dostępną o każdej porze dnia i nocy, w dowolnej ilości i lokalizacji (posiadającej połączenie z siecią).

Dla młodych widzów oglądanie telewizji i Netflixa stało się synonimem. Zwłaszcza wśród *screenagers* – nastolatków, którzy większość swojego czasu spędzają przed ekranem komputera czy smartfona z dostępem do Internetu³¹⁹. Obecnie z telewizji za pośrednictwem Internetu korzysta 70% młodych użytkowników³²⁰, a dominujące podmioty branży medialnej by podtrzymać ich zainteresowanie proponują coraz to nowsze treści. Największe telewizje streamingowe jak Netflix, HBO GO czy Amazon Prime regularnie uzupełniają swoją ofertę i dostosowują program do potrzeb i oczekiwań widzów, przyzwyczajając ich do oglądania tego, co chcą i kiedy chcą. W rezultacie oglądają oni telewizję częściej i w większych dawkach³²¹. Jednak Efekt Netflixa³²² jak określa ten fenomen S. Matrix to dla pokoleń cyfrowych nie tylko wygoda i personalizacja treści, ale przede wszystkim więzi społeczne i poczucie wspólnotowości. Dostęp do video na żądanie dostarcza widzom tematów do rozmów, zarówno tych online jak i offline. W erze tradycyjnej telewizji, w której każdy z programów miał określany czas emisji, łatwiej było przegapić program będący obiektem rozmów społecznych.

³¹⁸ Tremor Video i Hulu, *Proprietary Research...*, s. 5.

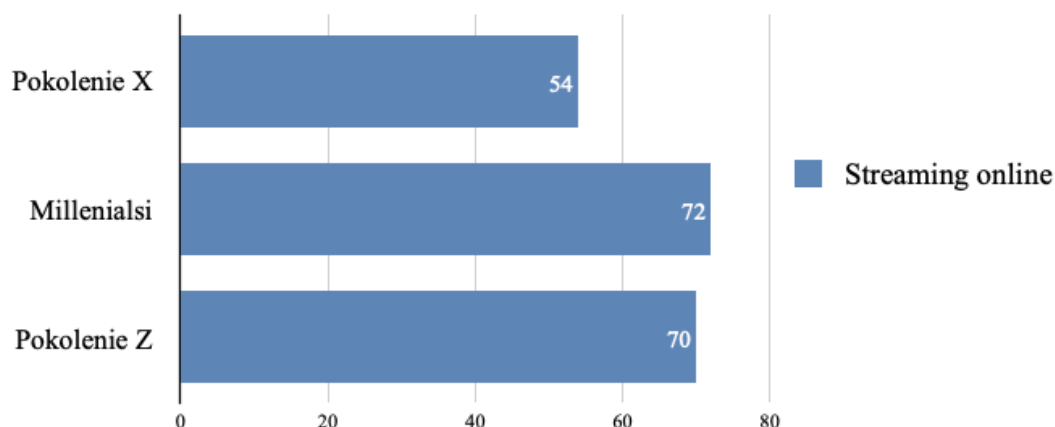
³¹⁹ „Screenager. Urban Dictionary. Urban Dictionary, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=screenager>; (dostęp: 19.11.20)

³²⁰ Tamże, s. 5.

³²¹ S. Matrix, *The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends*, „Jeu-nesse: Young People, Texts, Cultures”, 2014, t. 6, nr 1, s.120.

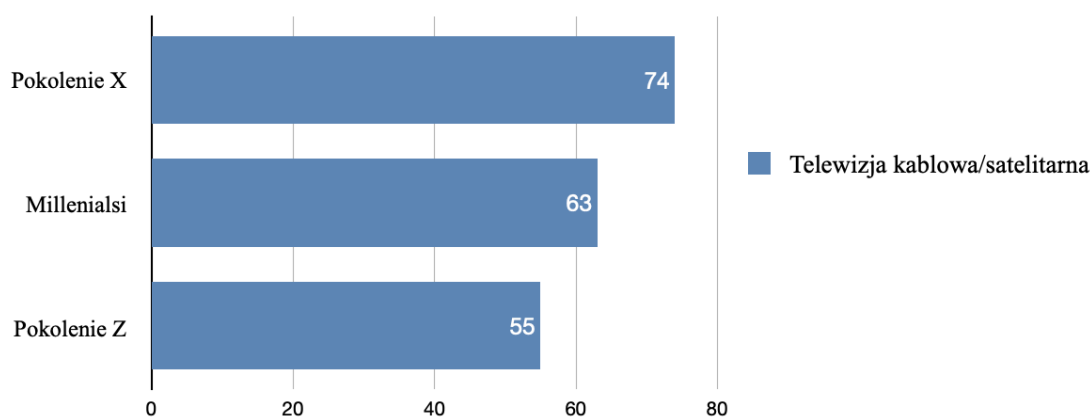
³²² Tamże, s. 123.

Wykres 5. Rozumienie telewizji przez pokolenie X,Y,Z – Streaming online



Źródło: Tremor Video i Hulu Proprietary Research Study, *“How Gen Z Connects to TV: Exploring the Generational Divide in the Future of TV”*, Maj 2017

Wykres 6. Rozumienie telewizji przez pokolenie X,Y,Z – Telewizja kablowa, satelitarna



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: a Tremor Video i Hulu Proprietary Research Study, *“How Gen Z Connects to TV: Exploring the Generational Divide in the Future of TV”*, Maj 2017

Badanie przeprowadzone przez Horowitz Reserach w 2021 roku opisuje preferencje pokolenia Z w odniesieniu do oglądania telewizji. Badacze wykazali, że 78% badanych w wieku 13-24 lata przynajmniej raz w tygodniu ogląda treści streamingowe (programy telewizyjne, seriale, filmy, rozgrywki sportowe). Równocześnie aż 79% preferuje krótkie formy (takie jak: krótkie klipy wideo generowane przez innych użytkowników czy relsy w mediach społecznościowych). Pokolenie Z czas poświęcany na oglądanie dzieli

równomiernie pomiędzy treściami krótkimi (46%) a długimi (54%). Młodszy użytkownicy (pomiędzy 13 a 17 rokiem życia) częściej skłaniają się ku tym pierwszym, natomiast starsi (18-24 lata) równie dużo czasu poświęcają obu formom³²³.

Badanie Horowitz wykazało ponadto, że postmillenials korzystają średnio z 5 platform strumieniowych, podczas gdy 30 i 40 latkowie używają większej ich liczby, bo aż 7,5. Wśród młodzieży zdecydowanie najpopularniejszą platformą jest Netflix, z którego korzysta 78% użytkowników, kolejne pod kątem popularności platformy to Disney+, Hulu, Prime Video i HBO Max. Ze względu na charakter pracy główna uwaga została w niej poświęcona płatnym serwisom strumieniowym, jednak warto nadmienić, że ogromną popularnością cieszą się również nieodpłatne usługi streamigowe, takie jak YouTube czy The Roku Channel.

Wśród przedstawicieli pokolenia Z najpopularniejsze gatunki telewizyjne to filmy i seriale, 55% z nich twierdzi, że przynajmniej raz w tygodniu ogląda treści telewizyjne *na żywo*. Ponadto, jak podaje A. Waterson z Horowitz Research w odniesieniu do treści telewizyjnych Postmillenials korzystają z różnych platform. Pomimo, że najpopularniejszym sposobem łączności z siecią w tej grupie są smartfony, korzystają oni również z odbiorników telewizyjnych, komputerów czy tabletów³²⁴. Pokolenie Z średnio spędza 1/3 całości swojego czasu wolnego przed ekranem. To więcej niż przeznaczają na kolejne 10 najpopularniejszych aktywności razem wziętych. Młodzi odbiorcy spędzają przed ekranem więcej czasu niż podczas jakiegokolwiek innej czynności poza snem, co stanowi ok. 20 godzin tygodniowo. Badania młodzieży w wieku 8-17 lat, dodatkowo pokazały, że znaczna część z nich korzysta z mediów podczas spożywania posiłków³²⁵.

Jednak jak wspomniano powyżej, w czasie oglądania telewizji przedstawiciele pokoleń cyfrowych najczęściej korzystają z telefonu, przeglądają social media czy słuchają muzyki. Pozwala na to świadomość, że przekaz można w dowolnym momencie zatrzymać lub powtórzyć. Niemniej jednak można zaobserwować różnice między poszczególnymi generacjami w odniesieniu do aktywności na dodatkowym urządzeniu mobilnym (np. telefon/tablet/komputer) podczas oglądania telewizji. Millenials (po-

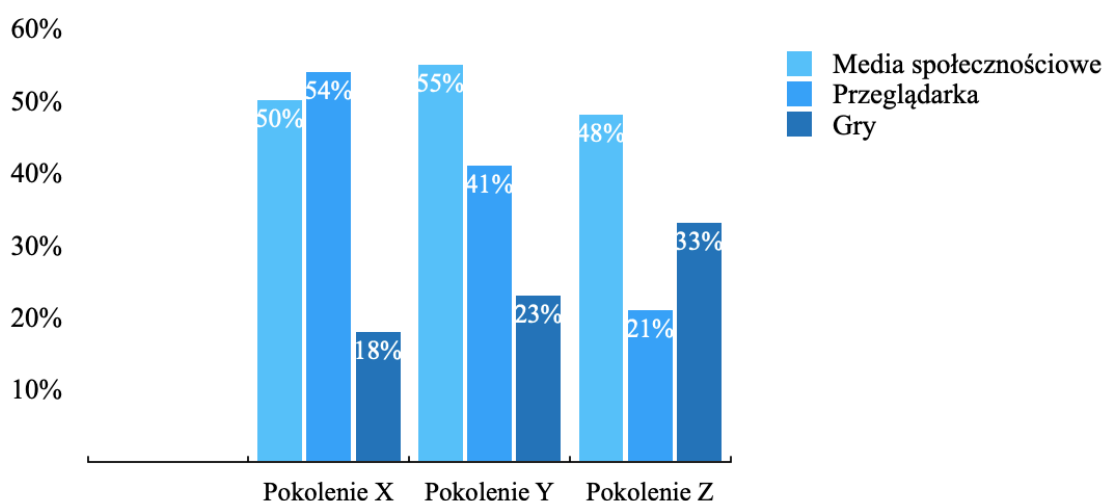
³²³ Horowitz Research, *State of Gen Z* <https://www.horowitzresearch.com/syndicated-research/focus-generation-next/> (dostęp: 10.07.22)

³²⁴ Horowitz Research, *State of ...*

³²⁵ *Teen Health and The Media*; Media Literacy; <https://depts.washington.edu/thmedia/view.cgi?section=medialiteracy&page=fastfacts> [dostęp: 03.12.20]

dobnie jak przedstawiciele pokolenia X) zdecydowanie częściej przeglądają Internet lub robią zakupy, podczas gdy pokolenie Z angażuje się bardziej w aktywności takie jak wysyłanie SMS-ów lub gry³²⁶ (Wykres 7.).

Wykres 7. Rodzaje aktywności użytkowników podczas oglądania telewizji



Źródło. Opracowanie własne na podstawie: Tremor Video i Hulu Proprietary Research Study, *How Gen Z Connects to TV: Exploring the Generational Divide in the Future of TV*, Maj 2017;

Ponadto jak wspomniano wcześniej wiele współczesnych dzieci i nastolatków jest *binge-watcherami*, czyli jak podaje Obserwatorium Językowe Uniwersytetu Warszawskiego *osobami oglądającymi wiele odcinków lub wszystkie odcinki serialu jeden po drugim, bez przerwy lub z krótkimi przerwami*³²⁷.

Raport przygotowany przez Attest w 2024 roku wykazał, że 60,7% amerykańskich Postmillenialsów korzysta z platform streamingowych codziennie, spędzając ponad trzy godzin przed ekranem³²⁸ i oglądając w tym czasie około cztery odcinki ulubionego serialu. Na rozpowszechnienie i popularyzację *binge-watchingu*, miało wpływ jednoczesne wydanie przez platformę Netflix w 2013 roku wszystkich odcinków seriali takich jak *House of Cards* czy *Orange Is the New Black*. Symultaniczna publikacja całych se-

³²⁶ Tremor Video i Hulu, *Proprietary Research...*, s.5.

³²⁷ M. Czeszewski, P. Piławski, *Bing watcher* [w:] Obserwatorium Językowe Uniwersytetu Warszawskiego. Najnowsze Słownictwo Polskie; <https://nowewyrazy.uw.edu.pl/haslo/binge-watcher.html>; (dostęp: 01.12.20)

³²⁸ Attest, *US Media Consumption Raport, TV, audio, print, digital and social media trends*, 2024; <https://www.askattest.com/our-research/2024-us-media-consumption-report#report-download-form> (dostęp: 19.06.25)

zonów seriali pozwoliła odbiorcom oglądać dowolną ilość odcinków podczas jednego seansu, co stało się popularne zwłaszcza w grupie wiekowej 18-34 lat i w grupach młodszych. Wielu odbiorców następnie publikowało swoje recenzje i odczucia w mediach społecznościowych³²⁹.

Niepokojący wydaje się fakt, że nawyk *binge-watchingu* zaczyna się w bardzo młodym wieku. Nieleżnię jako konsumenta treści na żądanie pierwsza dostrzegła stacja MTV, która w 2007 roku udostępniła programy dla dzieci online³³⁰, co wtórnie wpłynęło na zwiększenie oglądalności tradycyjnych, linearnych programów telewizyjnych w sieci. Firmy jak Disney, Amazon, Netflix, Nickelodeon eksperymentują z rozpowszechnianiem programów dla dzieci za pośrednictwem mediów strumieniowych. Zachęcają one najmłodszych widzów do *zanurzania się* w serialowym świecie i oglądania wielu odcinków z rzędu, a czasami oglądania wiele razy tego samego odcinka. Poprzez przygotowywanie treści dla dzieci nadawcy tworzą więź z przyszłymi pokoleniami, wpływając na ich przywiązanie i kształtowanie wzorców spędzania wolnego czasu³³¹. Badania oglądalności przeprowadzone przez Disney pokazują, że udostępnienie treści w formie na żądanie wpłynęło na oglądanie kilku odcinków w krótkich odstępach czasu, co pozwala już dzieciom w wieku przedszkolnym szybko nawiązać więź z bohaterem³³², a wtórnie wpłynąć na zwiększoną konsumpcję gadżetów i artykułów nawiązujących do programu.

Sposób spędzania czasu wolnego przez ludzi w każdym wieku stanowi ważny aspekt społeczny, gdyż wpływa na rozwój osobowości oraz sprzyja podnoszeniu kultury społeczeństwa³³³. Jednak jak podaje M. Dragan jest to kwestia szczególnie istotna w przypadku młodych pokoleń. Nauka korzystania z czasu wolnego odbiega od nauki konkretnych umiejętności i jest powiązana z całym stylem życia i osobowością, dlatego nastolatki charakteryzujące się niedojrzałą psychiką i małym doświadczeniem życiowym potrzebują stworzenia sprzyjających warunków, atmosfery odpoczynku, rozrywki czy rozwoju przez środowisko rodzinne i wychowawcze³³⁴. Wyrobienie tej umiejętności

³²⁹ S. Matrix, *The Netflix Effect...*, s. 121.

³³⁰ Tamże.

³³¹ Tamże, s. 122.

³³² Tamże, s. 122-123.

³³³ I. Iwaniec, *Czas wolny młodzieży licealnej* [w:] M. Banach, T.W. Gierat, *Formy spędzania czasu wolnego*, Scriptum, Kraków 2013, s. 37.

³³⁴ M. Dragan, *Czas wolny młodzieży gimnazjalnej* [w:] M. Banach, T.W. Gierat, *Formy spędzania czasu wolnego*, Scriptum, Kraków 2013, s.15-17.

rzutuje bowiem na całe przyszłe życie i przyczynia się kształtowaniu zdrowej osobowości³³⁵.

2.2.2. Media a kryzys zdrowia psychicznego

W mediach społecznościowych przedstawiciele pokoleń cyfrowych wyglądają na szczęśliwych. Dodawane przez nich treści prezentują uśmiechniętych, pewnych siebie ludzi. Jednak jak wykazują liczni badacze generacja iGen *jest na krawędzi najpoważniejszego od dziesięcioleci kryzysu zdrowia psychicznego jaki obserwujemy u młodych ludzi*³³⁶. Parlament Studentów Rzeczypospolitej Polskiej przy Ministerstwie Nauki i Szkolnictwa Wyższego na swojej stronie podaje, że problemy psychologiczne należą do najczęściej rozpoznawanych wśród młodych osób w Polsce i postuluje zwiększenie działań mających na celu wspieranie ich w kryzysie³³⁷.

Jeszcze przed pandemią COVID-19 specjaliści z zakresu zdrowia psychicznego ostrzegali, przed nasileniem problemów psychicznych zwłaszcza w najmłodszym pokoleniu, przyczyn powyższego stanu rzeczy upatrywali m.in. W propagowanej w mediach społecznościowych pozytywności i prezentowaniu wyidealizowanego obrazu świata. Ten powstały w zachodniej kulturze indywidualistycznej trend, podkreślał szczególną rolę jednostki i jej możliwości i był przedstawiany jako istotny czynnik przemian społeczno-kulturowych obserwowanych na przełomie ostatnich dziesięcioleci. Modę na pozytywność zapoczątkowała generacja Baby Boomers, udoskonało pokolenie X, natomiast wyjątkowo mocno znalazła ona swoje odbicie w pokoleniu Millenialsów. Ich wysokie aspiracje i narcyzm sprawiły, że szybko zyskali miano zbyt pewnych siebie i posiadających nierealistyczne oczekiwania. Jednak trendy te zaczęły się stopniowo odwracać z nadejściem pokolenia Z. W przeciwieństwie do Millenialsów po osiągnięciu podobnego wieku iGen nie cechuje się takim optymizmem i wygórowaną samooceną a deklarowane poczucie szczęścia jest znacznie niższe³³⁸. Propagowany w internecie (a zwłaszcza w mediach społecznościowych) trend pozytywności załamał się wraz z pojawieniem się Postmillenialsów. Subiektywne

³³⁵ Tamże, s. 22.

³³⁶ J.M. Twenge, *Pokolenie iGen...*, s.107.

³³⁷ A. Pikiewicz, *Jakie problemy psychologiczne najczęściej dotyczą młode osoby?* PSRP <https://wsparciepsychologiczne.psrp.org.pl/2020/09/jakie-problemy-psychologiczne-najczesciej-dotykaja-mlo-de-osoby/>. (dostęp: 10.05.21)

³³⁸ J.M. Twenge, *Pokolenie iGen...* s.?

poczucie szczęścia w tej grupie jest znacznie niższe niż u poprzednich generacji gdy były w tym samym wieku³³⁹.

Przyczyn powyższego stanu rzeczy upatruje się nie tylko w propagowanej przez poprzednie pokolenia pozytywności, lecz jak podaje J. Heitzman³⁴⁰ w szeroko rozumianym dorastaniu w środowisku cyfrowym, a zwłaszcza w nadmiarze (często sprzecznych) informacji medialnych, wywołujących dezorientację u odbiorcy. Nie posiadając obiektywnych danych, podejmowanie decyzji staje się coraz trudniejsze a komfort psychiczny ciężki do osiągnięcia. Co wykazują kolejne raporty prezentujące stopniowe nasilanie się problemów psychologicznych u dzieci i młodzieży na przestrzeni ostatnich lat . W 2018 roku Światowy Dzień Zdrowia Psychicznego odbywał się pod hasłem: *Młodzi ludzie i zdrowie psychiczne w zmieniającym się świecie* a trudności natury psychicznej dotyczyły w tym czasie 1 na 5 nastolatków³⁴¹. Jak wynikało z raportu na temat Zdrowia Psychicznego w Unii Europejskiej, opracowanego przez Kancelarię Senatu w 2019 roku³⁴², liczba zachorowań na choroby psychiczne dotyczyła w Polsce 14,9% społeczeństwa. Jednak najbardziej niepokoił wzrost nasilenia tych problemów u dzieci i młodzieży. Raport *Po pierwsze. Zdrowie psychiczne wartością dla państwa wykonany na zlecenie Ministerstwa Zdrowia z lutego 2025* wykazywał, że co piąty nastolatek doświadcza zaburzeń psychicznych lub behawioralnych. Z badań epidemiologicznych, na które powołuje się ów raport wynika, że w grupie 10-14 lat choruje 12,40%; w grupie 15-19 lat jest to 13,96% natomiast u osób w wieku 20-24 lata jest to 13,63%³⁴³.

Wyniki badań przeprowadzonych w 2020 roku (jeszcze przed wybuchem pandemii), zawarte w raporcie Najwyższej Izby Kontroli³⁴⁴, traktującym o dostępności leczenia psychiatrycznego dla dzieci i młodzieży w Polsce, wykazywały, że 9% młodocianych

³³⁹ J. Twenge, *i Gen. Dlaczego dzieciaki dorastające...*, s. 107.

³⁴⁰ J. Heitzman, *Trzeba odejść od XIX-wiecznego modelu psychiatrii*, „Polityka Zdrowotna”, 2017, <https://www.politykazdrowotna.com/17032,prof-heitzman-trzeba-odejsc-od-xix-wiecznego-modelu-psychiatrii> (dostęp: 25.11.20r.)

³⁴¹ Kancelaria Senatu, *Zdrowie psychiczne w Unii Europejskiej, Opracowania tematyczne*, OT-674, Warszawa 2019, s. 7. https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/175/plik/ot-674_zdrowie-psychiczne.pdf (dostęp: 27.10.20)

³⁴² Tamże, s. 35.

³⁴³ T. Rowiński, P. Gałęcki, M. Janas-Kozik, A. Depukat, *Po pierwsze. Zdrowie psychiczne wartością dla państwa*, Pracodawcy RP, Warszawa 2025. <https://samorząd.gov.pl/web/scdn-kielce/po-pierwsze-zdrowie-psychiczne-2025> (dostęp: 27.05.25)

³⁴⁴ NIK, *Dostępność leczenia psychiatrycznego dla dzieci i młodzieży (w latach 2017-2019)*; Departament Zdrowia; KZD.430.007.2019 Nr ewid. 170/2019/P/19/059/KZD

poniżej 18 roku życia (co stanowiło ok 630 tysięcy osób), wymagało interwencji psychologicznych i psychiatrycznych³⁴⁵. Autorzy przytoczonego powyżej raportu do czynników odpowiedzialnych za ten stan zaliczali należąc do nich: słabe warunki społeczno-ekonomiczne, trudności okresu dorastania, problemy życia rodzinnego czy relacje rodziców z dzieckiem. Jednak szczególną uwagę zwracają na globalizację i ogromną rolę odgrywających w niej mediów.³⁴⁶

Podobnie ogólnoswiatowa sytuacja spowodowany pandemią COVID-19 przyczyniła się do nasilenia i tak już poważnego kryzysu zdrowia psychicznego u najmłodszych. Ekonomisci informowali o znaczny globalnym wzroście wydatków na ochronę zdrowia psychicznego młodych ludzi. Jak podawał Polski Instytut Ekonomiczny wynosił on 407 miliardów dolarów, co stanowiło 0,49 % światowego PKB³⁴⁷. Miliardy ludzi na całym świecie zostało dotkniętych skutkami COVID-19, co przełożyło się na ograniczenie dostępności do usług zdrowotnych, w tym wysokiej jakościowo i przystępnej cenowo opieki psychiatrycznej. Pandemia zakłóciła lub wstrzymała krytyczne usługi w zakresie zdrowia psychicznego w 93% krajów na całym świecie, podczas gdy zapotrzebowanie na nie zgodnie z badaniem WHO stale wzrasta³⁴⁸. Przyczyn nasilenia zaburzeń psychicznych w związku z COVID-19 upatrywało się zwłaszcza w ekspozycji na traumatyczne sceny związane z pandemią obserwowane w życiu codziennym bądź mediach. De Jesus Mari i oquendo w swoich badaniach udowadniają, że powstałe w ten sposób problemy natury psychicznej są porównywalne do tych powstałych na skutek klęsk żywiołowych a szczególnie narażone na nie są osoby wysoko wrażliwe, zwłaszcza dzieci³⁴⁹. Do najczęstszych zaburzeń zaliczają depresję, zespół stresu pourazowego i zaburzenia lękowe, jak również obserwowany znaczny wzrost spożycia alkoholu i narkotyków. Ponadto badacze sugerują, że w przypadku COVID-19 długoterminowe konsekwencje dla zdrowia psychicznego będą większe niż po innych katastrofach³⁵⁰.

³⁴⁵ M. Paluch, *Profilaktyka problemów zdrowia psychicznego w młodzieżowych ośrodkach wychowawczych w 2019 roku. Wyniki badania ankietowego*. Ośrodek Rozwoju Edukacji, Warszawa 2020

³⁴⁶ NIK, *Dostępność leczenia...*, s. 5.

³⁴⁷ Kutwa, K, *Corona Generation, Growing up in a pandemic*, Polish Economic Institute, Warszawa 2021, s. 4-6.

³⁴⁸ WHO, *COVID-19 disrupting mental health services in most countries, WHO survey*, <https://www.who.int/news/item/05-10-2020-COVID-19-disrupting-mental-health-services-in-most-countries-who-survey> (dostęp: 20.06.21)

³⁴⁹ J. de Jesus Mari, M.A. Oquendo, *Mental health consequences of COVID-19: the next global pandemic*, „Trends Psychiatry Psychother”, 2020, t. 42, nr 3, s. 219.

³⁵⁰ Tamże, 220.

W Polsce diagnoza zaburzeń psychicznych, zaburzeń zachowania i stanów psychopatologicznych odbywa się na podstawie jednego z dwóch systemów klasyfikacji DSM-5 – Podręcznika Diagnostycznego i Statystycznego Zaburzeń Psychiczych, opracowanego przez Amerykańskie Towarzystwo Psychiatryczne (APA)³⁵¹ oraz ICD-11, czyli Międzynarodową Statystyczną Klasyfikację Chorób i Problemów Zdrowotnych przygotowaną przez Światową Organizację Zdrowia (WHO)³⁵². Obie nozologie zaburzeń uważane są za odrębne i posiadają charakterystyczne kategorie³⁵³. Niemniej jednak jak podaje prezes Polskiego Towarzystwa Psychiatrycznego prof. J. Heitzman definicje którymi się posługują obie taksonomie są podobne i najprawdopodobniej nie ulegną zmianie w ich najnowszych wersjach³⁵⁴. Stanisław Płużyński definiuje zaburzenia psychiczne jako wzorce lub zespoły zachowań, sposobów myślenia, uczucia, postrzegania oraz innych czynności umysłowych i relacji z innymi ludźmi, będące źródłem cierpienia lub utrudnień w indywidualnym funkcjonowaniu dotkniętej nimi osoby. Zaburzenia te mogą być utrwalone, nawracające, mogą stopniowo ustępować lub przebiegać jako pojedynczy epizod³⁵⁵.

Pomimo, wykazanej w wielu pracach naukowych zależności pomiędzy zanurzeniem w cyfrowej rzeczywistości a negatywnym wpływem na dobrostan psychiczny³⁵⁶, wartym zauważenia wydają się wyniki badań wykazujące, iż sama medialna rozrywka stanowiła ważny czynnik ochraniający przed problemami zdrowia psychicznego (depresją i zaburzeniami lękowym), obserwowanych w związku z pandemią³⁵⁷.

Związek mediów ze zdrowiem psychicznym jest bardzo złożony i niejednoznaczny zjawiskiem. Jednak nie można zaprzeczyć, że w dzisiejszym świecie media są jednym z ważniejszych podmiotów wpływających na kształtowanie wiedzy i postaw (również w

³⁵¹American Psychiatric Association, *Diagnostic and Statistical...*

³⁵²Ministerstwo Zdrowia, *Międzynarodowa Klasyfikacja...*

³⁵³J. Heitzman, i in. *Klasyfikacja zaburzeń psychicznych – koncepcyjne założenia ICD-11*, Aktualności – Psychiatria Polska, http://www.psychiatriapolska.pl/uploads/images/PP_6_2011/Aktualnosci157_Psychiatria_Polska_6_2011.pdf, s.941 – 950 (dostęp: 30.11.21)

³⁵⁴Tamże, s. 943.

³⁵⁵Stanisław Pużyński. *Choroba psychiczna – problemy z definicją oraz miejscem w diagnostyce i regulacjach prawnych*. „Psychiatria Polska”, 2007 t. 41 nr 3, s. 299–308.

³⁵⁶M. Surowiec, *Uzależnienie od mediów społecznościowych a depresja wśród młodzieży na przykładzie podkarpackich licealistów*, Rozprawa doktorska, WSiIZ Rzeszów 2020

³⁵⁷N. Racine, *Child and adolescent mental illness during COVID-19: a rapid review*, „Psychiatry Research” 2020, nr 292, s. 1.

zakresie zdrowia psychicznego)³⁵⁸, co zostało wykazane w 4 rozdziale rozprawy. Treści medialne pełnią ważną rolę edukacyjną i wychowawczą, a ich wpływ wzrasta wprost proporcjonalnie do zanurzania się młodych ludzi w środowisku cyfrowym. Odbiorcy poniżej 23 roku życia stanowiący 30% globalnej populacji, stanowią ważną grupę docelową branży medialnej³⁵⁹, a ich problemy znajdują odzwierciedlenie w popkulturze – zwłaszcza narracyjnych treściach medialnych przygotowywanych dla tego pokolenia. Produkcje medialne kierowane do młodzieży gwałtownie zmieniły kierunek od radosnych historii licealistów (*Słodkie zmartwienia*, *Jezioro marzeń*, *Pogoda na miłość*, *Plotkara*) do opowieści o młodych ludziach zmagających się z przeciwnościami losu (*Euforia*, *13 Powodów*, *Stranger Things*, *To nie jest ok*) i nierzadko doświadczających problemów psychologicznych³⁶⁰. Bohaterowie współczesnych produkcji młodzieżowych stają przed takimi problemami jak kształtowanie tożsamości seksualnej, żaloba, alkoholizm, narkomania, przemoc w rodzinie, tolerancja wobec odmienności, depresja, zaburzenia odżywiania, czy trauma.

W tym kontekście analiza przekazu medialnego pod kątem prezentacji problemów psychicznych i sposobów radzenia sobie z nimi wydaje się być ważnym zadaniem. Zwłaszcza treści zawartych w serialach dostępnych na tak popularnych tej grupie portalach streamingowych.

2.3. Podsumowanie

Powyższy rozdział *Młodzi odbiorcy mediów* skupia się na analizie zmian pokoleniowych w kontekście konsumpcji mediów. Otwiera go przegląd klasyfikacji pokoleń, który stanowi punkt wyjścia do lepszego zrozumienia różnic między generacjami dorastającymi w świecie analogowym a pokoleniami cyfrowymi, ukształtowanymi przez gwałtowny rozwój nowych technologii. Szczególne miejsce poświęcono w nim Mille-nialsom (pokoleniu Y) oraz pokoleniu Z, którzy właśnie przez fakt dorastania w środo-

³⁵⁸ J. Grubicka, *Cybermedia jako istotne narzędzie...*, s. 234.

³⁵⁹ OC&C Strategy Consultants, *a generation without borders. Embracing Generation Z*, <https://www.occstrategy.com/wp-content/uploads/2023/10/a-generation-without-borders.pdf> (dostęp: 12.12.21)

³⁶⁰ J. Twenge, *i Gen. Dlaczego dzieciaki dorastające...*, s. 107.

wisku cyfrowym stanowili grupę badawczą w przeprowadzonych badaniach empirycznych opisanych w dalszej części pracy.

Rozdział charakteryzuje zostały ich nawyki, wartości oraz sposób funkcjonowania w świecie cyfrowym . W przypadku pokolenia Z zwrócono uwagę na ich specjalną relację ze smartfonem, który stał się ich głównym narzędziem komunikacji i interakcji z siecią. Osobna podsekcja omawia aktywność tej grupy w internecie. Omówiono intensywność korzystanie z mediów społecznościowych, tworzenie i odbiór treści online, a także budowanie wirtualnych tożsamości.

W drugiej części rozdziału skoncentrowano się na sposobie, w jaki pokolenie Z odbiera różne formy mediów. Zwrócono uwagę na marginalne znaczenie tradycyjnej telewizji w życiu tej grupy –przez wielu młodych ludzi jest ona postrzegana jako przestarzałe medium, które nie odpowiada ich oczekiwaniom w zakresie treści, formatu i dostępności. Zamiast tego preferują oni media cyfrowe, treści strumieniowane oraz krótkie formy wizualne dostępne w aplikacjach mobilnych. Wybieranie cyfrowej rozrywki, a zwłaszcza oglądanie treści dostępnych w telewizji strumieniowej jest z punktu widzenia pracy szczególnie istotną cechą tej grupy.

Zakończenie rozdziału poświęcone jest powiązaniom między korzystaniem z mediów cyfrowych a kryzysem zdrowia psychicznego obserwowanym wśród młodych ludzi. Zaprezentowana analiza danych zastanych ukazuje związek pomiędzy nasileniem problemów zdrowia psychicznego wśród młodych ludzi a dorastaniem w wirtualnym świecie. Wskazuje się na takie zjawiska jak przeciążenie informacyjne, presja społeczna, potrzeba ciągłej obecności online czy spadek jakości relacji interpersonalnych. Rozdział ten wyraźnie pokazuje, że choć młodzi użytkownicy są najbardziej zaawansowani technologicznie, to jednocześnie najbardziej narażeni na negatywne konsekwencje permanentnego bycia online.

Całość stanowi pogłębioną refleksję nad zmianami w odbiorze mediów w kontekście pokoleniowym i uwypukla, jak nowe technologie kształtują zachowania, potrzeby i wyzwania młodego pokolenia.

Rozdział 3.

Serial jako gatunek telewizyjny

Współczesne seriale stały się jednym z najbardziej inkluzywnych i egalitarnych doświadczeń nowoczesnej kultury popularnej. Stanowią przedmiot rozmów społecznych, konferencji naukowych czy programów publicystycznych. Tematyka w nich zawarta porusza wszystkie możliwe tematy i odniesienia. Do tego stopnia, że stały się one swego rodzaju podstawową tkanką kultury popularnej, zjawiskiem wszechobecnym i wszechogarniającym. Przez wzgląd na te cechy, serial jest powszechnie uważany za fenomen. Przyczyny i skutki jego wciąż wzrastającej popularności stanowią przedmiot zainteresowania wielu dziedzin naukowych, równie licznie powstają coraz to nowe publikacje i artykuły podejmujące próbę konceptualizacji i zrozumienia tego gatunku audiowizualnego oraz prześledzenia jego historii i społecznego oddziaływania³⁶¹. o istotności współczesnych seriali świadczy fakt, że stały się one tematem noblowskiej przemowy Olgi Tokarczuk, która wypowiedziała się o nich w następujący sposób: *Możemy mieć dziś wielką satysfakcję, że jesteśmy świadkami powstania nowego sposobu opowiadania świata, jaki niesie ze sobą serial filmowy, a którego ukrytym zadaniem jest wprowadzić nas w trans. Oczywiście ten sposób opowiadania istniał już w mitach i opowieściach homeryckich, a Herkules, Achilles czy Odyseusz to bez wątpienia pierwsi serialowi bohaterowie. Jednak nigdy wcześniej nie zagarnął on dla siebie tak dużo przestrzeni i nie wpływał tak istotnie na zbiorową wyobraźnię. Pierwsze dwie dekady XXI wieku z pewnością należą do seriali. Ich wpływ na sposoby opowiadania (i przez to też rozumienia) świata jest rewolucyjny. Serial w dzisiejszej postaci nie tylko rozciągnął uczestniczenie w narracji w obrębie czasu, generując jego różne tempa, odnogi i aspek-*

³⁶¹ A. Smoręda, *Internetowy serial telewizyjny. Netflix i jego konkurenci, a tradycyjna telewizja*, [w:] B. Panek, A. Wójtowicz, *Między Trendem a Tradycją. Kulturowe oblicza seriali*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015, s. 45.

ty, ale wniósł także swoje nowe porządki. Ponieważ w wielu przypadkach jego zadaniem jest utrzymanie uwagi widza jak najdłużej [...]. Fabula interrupta wymyślona dawno temu i znana z opowieści Szeherazady powróciła w serialach w wielkim stylu, zmieniając naszą wrażliwość i niosąc przedziwne psychologiczne skutki, odrywając nas od własnego życia i hipnotyzując niczym używka. Jednocześnie serial wpisuje się w nowy, rozwlekły i nieuporządkowany rytm świata, w jego chaotyczną komunikację, jego niestalość i płynność. Ta forma opowieści chyba najbardziej twórczo szuka dziś nowej formuły. W tym sensie odbywa się w serialu poważna praca nad narracjami przyszłości, nad dopasowaniem opowieści do nowej rzeczywistości³⁶².

Nagrody Nobla cieszą się niesłabnącym uznaniem a ich laureaci zyskują ogólnosiwiatową rozpoznawalność i prestiż. Tym samym poświęcenie w przemowie noblowskiej tak dużej uwagi serialom i docenienie ich roli we współczesnej kulturze popularnej nie tylko podnosi ich rangę, lecz również zwraca uwagę na ich fenomen i skłania do poszerzania badań nad tym gatunkiem telewizyjnym i jego znaczeniem dla współczesnego człowieka.

Wielu badaczy sukcesu współczesnych serial upatruje w intensywnym rozwoju platform streamingowych, takich jak Netflix, i chociaż są one przedmiotem zainteresowania wszystkich generacji, znaczny odsetek ich odbiorców stanowią przedstawiciele pokoleń cyfrowych, chętnie korzystający z technologicznych zdobyczy i bardziej niż inne pokolenia zainteresowanych cyfrową rozrywką.

Poniższy rozdział podejmuje próbę scharakteryzowania tego wciąż ewoluującego gatunku audiowizualnego oraz zarysowania nowych tendencji dotyczących realizacji współczesnych seriali. Szczególna uwaga zostanie poświęcona serialom przeznaczonym dla młodych widzów, gdyż jak zostanie wykazane w kolejnym rozdziale, wywierają one silny wpływ na kształtowanie ich poglądów i opinii. Dodatkowo istotnym elementem analiz będzie sposób w jaki nowe seriale poruszają zagadnienia z zakresu psychologii a zwłaszcza prezentują problemy zdrowia psychicznego będących udziałem młodych protagonistów. Analiza tych zagadnień wydaje się szczególnie istotna ze względu na ob-

³⁶² O. Tokarczuk, *Przemowa noblowska*, 2019, s. 7-8., <https://www.nobelprize.org/uploads/2019/12/tokarczuk-lecture-polish.pdf> (dostęp: 12.12.19)

serwowane i szeroko opisywane literaturze przedmiotu trudności pokoleń cyfrowych właśnie w obszarze rozwoju psychicznego³⁶³.

3.1. Między kinem a telewizją – rys historyczny

Jeszcze do niedawna istniało wyraźne rozróżnienie pomiędzy produkcjami kinowymi i telewizyjnymi. Wyjście do kina wyposażonego w wygodne fotele i klimatyzację, pozwalało na oderwanie się od codzienności, odcięcie od dystraktorów i zanurzenie w filmowej rzeczywistości. W przypadku telewizji sytuacja wyglądała odwrotnie. To ona przychodziła do odbiorcy, włączając się w jego codzienne życie. Dawała poczucie kontroli poprzez możliwość zmiany kanału, zwiększenia głośności czy włączenia jej w wykonywanie rutynowych czynności. Jednak era cyfryzacji sprawiła, że dotychczasowy porządek został zachwiany, a granice między mediami zaczęły zacierać się do tego stopnia, że coraz trudniej je od siebie odróżnić³⁶⁴.

W pierwszej połowie XX w. W Stanach Zjednoczonych, film stanowił dominującą formę rozrywki. Trzech na czterech Amerykanów oglądało filmy przynajmniej raz w tygodniu w jednym z 18 000 kin³⁶⁵. Jednak po drugiej wojnie światowej nastąpiła popularyzacja nowego wynalazku – telewizji, który stał się bezpośrednim konkurentem dla kina. Wczesna telewizja była jednak kosztownym i ekskluzywnym medium³⁶⁶. *Po posiadanie odbiornika świadczyło o dostatku i było wskaźnikiem prestiżu. Dopiero rozwój elektroniki umożliwił spadek cen teleodbiorników, co umożliwiło zwiększenie liczby widzów i demokratyzację odbiorców*³⁶⁷. Początkowo telewizja nie była formą kina, lecz radiem z obrazem. Pierwsze stacje telewizyjne rozwijały sieci radiowe i stosowały podobne do nich podejście biznesowe. Programy były darmowe dla widzów i finansowane przez reklamodawców. Z tej przyczyny stacjom telewizyjnym zaczęło zależeć na przy-

³⁶³ Popularność prezentacji problemów psychologicznych w produkcjach dla młodych widzów stanowi jedno z pytań badawczych postawionych w części empirycznej pracy. Autorka poszukuje na nie odpowiedzi w dwojaki sposób zarówno badając subiektywne odczucia ankietowanych na temat popularności tej tematyki jak i dokonując analizy zawartości treści zawartych w tych produkcjach.

³⁶⁴ J. Popielecki, *Jeszcze serial czy już film?* „Przekrój”, 29.01.21, <https://przekroj.pl/kultura/jeszcze-serial-czy-juz-film-jakub-popielecki> (dostęp: 21.11.22)

³⁶⁵ R. Kuś, *O telewizji publicznej w Ameryce. Historia PBS*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2009, nr 1/2, s. 95.

³⁶⁶ A. Adamski, *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, ELIPSA, Warszawa 2012, s. 272.

³⁶⁷ A. Zwoliński, *Obraz w relacjach społecznych*, WAM, Kraków 2004, s. 249.

wiązaniu odbiorców i budowaniu trwałych relacji z widzami. Wpływały na tworzenie przyzwyczajęń i rytuałów w zakresie spędzania czasu wolnego poprzez emitowanie co tydzień nowego odcinka danej produkcji³⁶⁸. Konstrukcja programów i audycji przewidywała przerwy reklamowe. Podobnie jak w radio, by podtrzymać zainteresowanie widza podczas przerwy, co kilka minut pojawiał się żart czy zawieszenie akcji (*cliffhanger*). Jednak sukcesu telewizji upatruje się między innymi w specjalnej więzi jaka wytworzyła się między odbiorcą i medium, a na której kształt bardzo wpłynął nowy produkt telewizyjny – serial. i chociaż seriale telewizyjne tak naprawdę zapoczątkowane zostały przez cykle filmowe (t.j. *What Happened to Mary*, 1912; *The Perils of Pauline*, 1914), cieszące się zainteresowaniem widzów do wybuchu drugiej wojny światowej. To ta forma narracyjna stała się jednym z najważniejszych gatunków nowego medium, stanowiąc najpoważniejszy produkt telewizyjny w znacznej mierze przyczyniający się do zysków stacji telewizyjnych³⁶⁹. Obserwowanie na ekranie perypetii bohaterów i przeżywanie razem z nimi problemów i radości dnia codziennego wpływało na kształtowanie przywiązania i sympatii wobec telewizyjnych postaci. Były one traktowane jak przyjaciele, rodzina czy znajomi z pracy³⁷⁰. Dodatkowo system licencyjny po emisji stu odcinków pozwalał na sprzedaż serialu kolejnym stacjom.

Wspomniany wzrost zainteresowania serialem sprawił, że wytwórnie filmowe musiały na nowo przekonać swoich odbiorców, że warto wybrać się do kina. Adaptowano bestsellerowe książki, sztuki i przedstawienia z Broadwayu, jak również doinwestowano sale kinowe, by były bardziej ekskluzywne. Jednak przede wszystkim do kin wprowadzono nową technologię. Ekrany panoramiczne, następnie 3D, dźwięk stereofoniczny czy technikolor miał zachęcić widzów do nowego typu doświadczeń. Kino miało brzmieć i wyglądać lepiej niż dostępny w domowym zaciszu telewizor. Działania te odniosły zamierzony skutek, dzięki czemu kino zyskało opinię bardziej ekskluzywnego i wygodnego medium³⁷¹. Utrzymując tym samym status kinematograficznego przeżycia.

³⁶⁸ R. Kuś, *Historia Telewizji Amerykańskiej*, „Repozytorium Uniwersytetu Jagiellońskiego”, Uniwersytet Jagielloński, Kraków, 2013, s. 210.

³⁶⁹ *Encyklopedia kina*, T. Lubelski (red.), Biały Kruk, Kraków 2003, s. 863-864.

³⁷⁰ K. Muszyńska, *Musisz to obejrzeć! Analiza funkcjonowania oraz oddziaływania seryjności i serialu telewizyjnego w kulturze popularnej* [w:] B. Panek, A. Wójtowicz, *Między trendem a tradycją. Kulturowe oblicza seriali*. UMCS, Lublin 2015, s. 10.

³⁷¹ D. Junke, *Współzawodnictwo czy współpraca? Formalne i przemysłowe zależności kina i telewizji*, „Kwartalnik filmowy”, 2021, nr 115, s. 84

Film posługujący się językiem dźwięku i obrazu przemawiał do publiczności w zupełnie inny sposób niż popularne sitcomy. Różnice tą doskonale widać przy porównaniu telewizyjnych i kinowych wersji tych samych historii, niekiedy będących dziełem jednego reżysera. Produkcje telewizyjne były uboższe, oświetlenie płaskie, tło mało szczegółowe, a większość kadrów stanowiły zbliżenia. Poszczególne ujęcia przekazywały konkretną informację, zazwyczaj umieszczoną w pobliżu środka kadru. Natomiast produkcje kinowe co prawda zależne od producentów, natomiast niezależne od reklamodawców posiadały większy budżet i dłuższy czas realizacji, tym samym mogąc pozwolić sobie na dynamiczne oświetlenie, bogate tło czy swobodę w kompozycji kadrów. Posługując się innym językiem w komunikacji z widzem, kino pozwalało na doświadczanie fikcyjnego świata poprzez obraz i dźwięk. Język w wersji telewizyjnej był zwykle prosty i bardzo dosłowny co przekładało się na wiele zbliżeń i dialogów. Film kinowy mógł być bardziej metaforyczny, a poszczególne ujęcia opowiadać historię za pośrednictwem obrazów w mniejszym stopniu koncentrując się na dialogach.

Przez wzgląd na silny związek seriali z medium – telewizją – poszczególne odcinki seriali często stanowiły niezależne jednostki, nie posiadające ciągłości narracyjnej³⁷². Pierwszy punkt zwrotny nastąpił na przełomie lat 80. i 90. kiedy seriale zaczęły nabierać coraz większej wartości artystycznej³⁷³, jednak w dalszym ciągu były uważane za mniej ambitną rozrywkę³⁷⁴.

Powyższy stan rzeczy utrzymywał się przez dekady aż do 10 stycznia 1999 roku kiedy Telewizja HBO wypuściła pierwszy odcinek serialu telewizyjnego *Rodzina Soprano*. Produkcja została zrealizowana z kinowym rozmachem, utalentowanymi aktorami i była w stanie utrzymać odcinkową fabułę przez niemal dekadę. Ze względu na niezależność finansową produkcji (model ekonomiczny HBO bazuje na systemie subskrypcji), stacja nie była zależna od oczekiwań reklamodawców³⁷⁵. Serial po emisji

³⁷² V. Innocenti, G. Pescatore, *Le nuove forme della serialità televisiva*, Bologna, Archetipo Libri 2014, s. 9-10.

³⁷³ Jako prekursor ambitnych seriali często podawany jest amerykański serial telewizyjny *Miasteczko Twin Peaks* – D. Lyncha i M. Frosta który zadebiutował na ekranach telewizorów 08.04.1990 r. (por. R. Moldovan, *That Show You Like Might Be Coming Back in Style*: How *Twin Peaks* Changed the Face of Contemporary Television, „American, British and Canadian Studies”, 24/1, 2015 s. 44 – 68.)

³⁷⁴ F. Cambi, *Media education tra formazione e scuola. Principi, modelli, esperienze*. ETS. Pisa, 2010. s. 30.

³⁷⁵ S. Cardwell, *Czy telewizja jakościowa jest dobra? Różnice gatunkowe, oceny oraz kłopotliwa kwestia krytycznego osądu*, [w:] T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, (red.) *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, Warszawa 2011, s. 137.

zyskał uznanie krytyków i pięć nominacji do Złotych Globów, ostatecznie zdobywając główną nagrodę w 2004 roku. Wygrana przyniosła Stacji HBO prestiż i popularność z którą inne stacje musiały konkurować, gdyż pojawiła się publiczność chcąca ambitnych treści telewizyjnych³⁷⁶.

Wraz ze wzrastającym popytem na seriale, pojawiły się większe kwoty na realizację. Za przykład mogą posłużyć nowsze produkcje, jak choćby kultowy serial HBO *Gra o Tron*³⁷⁷ emitowany w latach 2010-2019, w przypadku którego wyprodukowanie jednego odcinka ostatniego sezonu kosztowało 15 mln. dolarów, czy produkcja Netflixa – *The Crown*³⁷⁸, gdzie z kolei pojedynczy epizod generował koszty na poziomie 13 mln. dolarów³⁷⁹.

Treści telewizyjne do niedawna postrzegane jako gorsze w stosunku do produkcji kinowych, przeszły ogromną zmianę nie tylko ilościową, lecz przede wszystkim jakościową, coraz bardziej się do nich upodabniając, jednak wypracowując przy tym własny oryginalny styl i stając się pełnoprawnym konkurentem w walce o uwagę odbiorców. Plany filmowe nowych seriali są szczegółowo dopracowywane, aktorzy starannie dobrani a scenariusze pisane przez najlepszych reżyserów. Nowe fabuły mają ambicję zerwania ze starymi schematem i kopiowaniem dotychczasowych wzorców co wpływa na coraz większą ilość nieszablonowych produkcji³⁸⁰.

Jednym z czynników odpowiedzialnych za to, że kino i telewizja zaczęły się do siebie upodabniać był rozwój cyfryzacji i przejście na telewizję naziemną³⁸¹. Dotychczasowa telewizja była transmitowana na falach radiowych, (wykorzystywano systemy analogowe takie jak NTSC czy PAL), co sprawiało, że oglądany obraz był w niższej jakości niż oryginał. Produkcje kinowe natomiast przez zastosowanie taśmy filmowej

³⁷⁶ A. Smoręda, *Internetowy serial telewizyjny...*, s. 50.

³⁷⁷ *Gra o tron* doczekała się ośmiu sezonów. Serial w rankingu platformy Filmweb zajmuje 3 miejsce w rankingu najlepszych seriali, natomiast drugie w kategorii najlepsze produkcje HBO ustępując miejsca produkcji *Czarnobyl* z 2019 r. Por. Filmweb: <https://www.filmweb.pl/serial/Gra+o+tron-2011-476848>

³⁷⁸ *The Crown* zadebiutowało na platformie Netflix w 2016 r. Produkcja doczekała się 6 sezonów z czego ostani ukazał się w 2023 roku. Obecnie serial zajmuje 41 miejsce w rankingu najlepszych seriali Filmwebu, natomiast 34 wśród produkcji Netflixa. Por. Filmweb: (<https://www.filmweb.pl/serial/The+Crown-2016-747284>)

³⁷⁹ M. Rzepecka, M. Szewczyk, *When We Are Brought up by Netflix – On the Educational Role of Streaming Media*, (w:) *Social and marketing communication in education and didactics. International Experience*, (red.) s. Gawroński, M. Szewczyk, Ł. Bis, University of Information Technology and Management in Rzeszów, Rzeszów 2022, s. 111.

³⁸⁰ A. Lipińska, *Fenomen współczesnych seriali...*, s. 298

³⁸¹ D. de Kerckhove, *Inteligencja otwarta*, Mikom, Warszawa 2001, s. 34.

gwarantowały najwyższą jakość. Kiedy jednak zarówno telewizja jak i kino przeszły na produkcję cyfrową, różnica ta została zatarta³⁸². Sytuację zrewolucjonizowało zwłaszcza pojawienie się VOD (*Video on Demand*) uznawanego za najwyższą formę indywidualizacji odbiorczej i interaktywności programu odbieranego za pomocą odbiornika. Usługa ta umożliwia dostęp do konkretnych audycji i pozwala widzowi zdecydować kiedy mają one zostać wyemitowane. Ta telewizja w swoim funkcjonowaniu zbliżona jest do wypożyczalni kaset wideo, bez konieczności opuszczania z domu³⁸³. W ten sposób kino zyskało konkurencję w postaci streamingu i ponownie stanęło przed wyzwaniem przekonania do siebie widza, gdyż coraz więcej osób zaczęło wybierać rozrywkę dostępną we własnym domu. Dlatego produkcje kinowe stały się bardziej ogólne (ciekawe dla mainstreamowego widza), natomiast uwolniony z ramówki i dostępny na platformach streamingowych (takich jak Netflix) serial, zaczął przekształcać się w coraz bardziej złożoną sztukę. Seriale zaczęły stosować kinematograficzną narrację, zarówno pod względem estetyki, wyborów tematycznych czy rozwiązań formalnych. Narracja ta wymaga zrozumienia, docenienia i krytycznej analizy nawet w odniesieniu do najmłodszych odbiorców³⁸⁴.

Od strony wizualnej kino i telewizja stawały się coraz bardziej podobne, ale wciąż istnieje zasadnicza różnica. W filmie fabularnym filmowcy mają tylko jedną szansę i ograniczony czas, by opowiedzieć historię, muszą zatem wykorzystać każdą chwilę. Wszystkie elementy obserwowane na dużym ekranie (jak oświetlenie, perspektywa kadru czy pozornie nieistotne obiekty widoczne na dalszym planie) mają na celu wzbogacenie fabuły. Serial, przez swoją dłuższą formę ma więcej okazji by opowiedzieć historię. Odcinki mają podobny format konstrukcyjny, co pozwala to na wplecenie w prezentowaną historię wielu wątków i postaci. Drugoplanowy bohater w ramach jednego wątku serialu, może zająć centralne miejsce w innym. Serial ma więcej czasu na pokazanie bohatera, przez co widz może lepiej poznać jego charakter i osobowość a co za tym idzie bardziej się z nim zżyć czy utożsamić³⁸⁵.

³⁸² D.A. Myślak, *Telewizja cyfrowa i jej cyfrowe pochodne a oczekiwania współczesnego odbiorcy*, „Media-Kultura-Komunikacja społeczna”, Olsztyn, 2017, t. 1 nr 13 s. 33-34.

³⁸³ M. Szewczyk, *Polityka audiowizualna Unia Europejska – Polska, wybrane zagadnienia, Stan prawny – grudzień 2002*, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej Warszawa 2002 s. 46

³⁸⁴ F. Cambi, *Media education...*, s. 32.

³⁸⁵ J. Popielecki, *Jeszcze serial...*,

Od początku XXI wieku liczba seriali w przestrzeni medialnej zwiększyła się kilkunastokrotnie³⁸⁶. Znaczące stacje telewizyjne w każdej nowej ramówce proponowały widzom kilka nowych pozycji serialowych. Przykładowo stacja ABC w sezonie 2015/2016 przygotowała dla swoich odbiorców po cztery nowe serie komediowe i dramatyczne. Ponadto wspomniana stacja od 2010 do 2016 anulowała po pierwszym sezonie 27 seriali. Max (dawne HBO Max) jedynie od czerwca do grudnia 2024 roku zaproponowało swoim subskrybentom 139 premier serialowych³⁸⁷. Natomiast według danych Netflixu w 2024 roku na platformie premierę miało 157 oryginalnych produkcji. Dla porównania w roku 2023 było ich 59³⁸⁸, w 2022 roku 80 a w 2021 68 nowych pozycji³⁸⁹.

3.2. Czym jest serial?

Jak wykazano powyżej, współczesny serial nie jest nowym produktem medialnym, jednak dopiero na przestrzeni ostatniej dekady obserwujemy wzrost jego popularności i co ważne, społeczną nobilitację. Serie dostępne na platformach strumieniowych przeszły znaczącą ewolucję, jak również przewartościowanie. Przestały one być postrzegane jako niewymagająca zaangażowania rozrywka dla niepracujących zawodowo kobiet, stając się obiektem intelektualnej mody³⁹⁰. Jak podaje K. Muszyńska, ta gwałtowna zmiana w obrębie gatunku sprawia, że w celu zdefiniowania tej formy telewizyjnej należy opracować nowe metody i narzędzia, które pozwolą mówić o tym zjawisku³⁹¹. Dlatego przed podjęciem próby charakterystyki seriali dostępnych w mediach strumieniowych warto przyjrzeć się ich poprzednikom, czyli serialom emitowanym w telewizji tradycyjnej.

³⁸⁶ A. Lipińska, *Fenomen współczesnych seriali...*, s. 298.

³⁸⁷ Allegro, *Najnowsze premiery? Wypróbuj Max*; https://allegro.pl/inspiracje/premiery-hbo-max?dd_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F#zobacz-filmy-i-seriale-hbo-max-ktore-ukazaly-sie-w-lipcu-2024-r (dostęp: 28.05.2025)

³⁸⁸ Powodem mniejszej ilości seriali oryginalnych na Netflix w 2023 były protesty w branży filmowej, które znacząco utrudniły pracę nad nowymi produkcjami.

³⁸⁹ J. Stoll, *Number of new U.S. scripted original series commissioned by Netflix from 2019 to 2024, by genre*, Statista, (<https://www.statista.com/statistics/883491/netflix-original-content-titles/>) (dostęp: 29.07. 24.)

³⁹⁰ K. Muszyńska, *Musisz to obejrzeć!...*, s. 8.

³⁹¹ Tamże, s. 9.

Z racji, że serialem jako gatunkiem telewizyjnym zajmują się badacze z różnych dyscyplin, literatura przedmiotu podaje jego różne definicje, od zwięzłych i potocznych począwszy, przez te bardziej opisowe, stawiające sobie za zadanie wyróżnienie charakterystycznych cech gatunku. Do pierwszej kategorii definicji można zaliczyć tę zawartą w *Słowniku Języka Polskiego* określającą serial jako *cykl filmów telewizyjnych, związanych wspólnymi postaciami, charakterem akcji lub wspólnym tematem; film telewizyjny składający się z kilku odcinków*³⁹².

Bardziej opisową definicję podaje *Encyklopedia Kina*, która serial telewizyjny charakteryzuje jako: *utwór fabularny, stanowiący podzieloną na odcinki całość dramaturgiczną, w której przedstawione są losy zamkniętej grupy bohaterów – pierwszo- i drugoplanowych, wokół której skupiają się postaci epizodyczne. Ich występowanie gwarantuje wrażenie oryginalności fabularnej, w istocie zorganizowanej wokół takiego samego schematu narracyjnego. Satysfakcja widza rodzi się więc z powtarzalności konstrukcji i zdolności przewidzenia przebiegu zdarzeń. Przyjemność czerpana jest również z tematyki opowiadanych historii: powstają seriale szpitalne [...], policyjne [...], prawnicze [...], szkolne etc. [...]. Niekiedy, poza funkcją rozrywkową, mają również, funkcję przybliżającą widzowi problem społeczny) lub propagandowy (odnosząc się bezpośrednio lub pośrednio do sytuacji politycznej). Niektóre seriale zyskują miano kultowych, ich produkcja trwa wiele lat [...], a spadek popularności rozpatrywany jest jako odbicie nastrojów społecznych*³⁹³.

Jak podkreśla W. Godzic definiowanie jakiegokolwiek gatunku telewizyjnego nasyca trudności, ze względu na to, że jest to twór płynny, nieczysty kategorialnie, a co za tym idzie niepodlegający jasnym i oczywistym klasyfikacjom. Badacz podejmując próbę zdefiniowania serialu, powołuje się na jego cechy charakterystyczne. Opisuje go jako jeden z najważniejszych gatunków telewizyjnych i określa mianem narracyjnej formy telewizyjnej, regularnie prezentującej odcinki opowiadające o symultanicznie rozgrywających się przygodach stałej grupy bohaterów, gdzie poszczególne epizody serialu łączą się związkiem przyczynowo-skutkowym i rozwijają fabularnie. W. Godzic zwraca

³⁹² Słownik Języka Polskiego, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/serial.html> (dostęp: 22.11.22.)

³⁹³ *Encyklopedia kina*, Lubelski T..., s. 863-864

uwagę na aktualność przedstawianych w serialu tematów, jak również szczególną rolę jaką odgrywają w nim powtórzenia (przy równoczesnym wprowadzaniu różnic)³⁹⁴.

Na podstawie literatury przedmiotu do najbardziej charakterystycznych cechy serialu jako gatunku możemy zaliczyć: odcinkowość, powtarzalność wątków, nierozzerwalny związek serialu z medium, aktualność poruszanych w nim tematów, narracyjność czy stałość grupy bohaterów, które znajdują potwierdzenie również u innych badaczy tego zagadnienia.

Pierwszą cechą serialu, przez większość badaczy podawaną jako najważniejsza dla gatunku jest jego odcinkowość, rozumiana jako podział całości na mniejsze fragmenty. Jak zauważa A. Pater w odniesieniu do seriali tradycyjnych liczba odcinków nie jest niczym ograniczana, dlatego może ich być zarówno kilka jak i kilka tysięcy³⁹⁵.

Wspomniana powtarzalność wątków, motywów czy postaci jest podawana jako kolejna nadrzędna cecha przejawiająca się w większości definicji. J. Uszyński zauważa, że w każdym serialu, a zwłaszcza w tych posiadających nieograniczoną liczbę odcinków obserwujemy *powrót do punktu wyjścia opowieści*³⁹⁶. Natomiast A. Kisielewska w kontekście powtarzalności pisze o niej jako o *zasadzie formalnej* i cesze charakterystycznej serialu³⁹⁷.

Związek z medium serialu telewizyjnego podkreśla G. Stachówna, definiując go jako *film fabularny lub dokumentalny zrealizowany przez telewizję lub dla telewizji, przeznaczony do rozpowszechniania na małym ekranie i składający się z więcej niż dwu odcinków*³⁹⁸.

Natomiast E. Konieczna analizując seriale skoncentrowała się na aktualności poruszanej przez nie tematyki. Autorka podaje, że *Serialowe opowieści nastawione są na eksplorację nowych zjawisk społecznych i przemian obyczajów, projektują reakcje oraz świadomość odbiorców, czasem nią manipulując. Zawarte w serialach, często kontro-*

³⁹⁴ W. Godzic, *Telewizja i jej gatunki (po „Wielkim Bracie”)*, Kraków 2004, s. 37.

³⁹⁵ A. Pater, *Telenowela jako naturalne środowisko współczesnego Kopciuszka*, [w:] W. Jakubowski, E. Zierkiewicz (red.) *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2002, s. 173.

³⁹⁶ J. Uszyński, *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, PWN, Warszawa, 2004, s. 63.

³⁹⁷ A. Kisielewska, *Serial telewizyjny jako forma mitologizacji kultury*, [w:] A. Kisielewska (red.), *Między powtórzeniem a innowacyjnością. Seryjność w kulturze*, Wydawnictwo Rabid, Kraków 2004, s. 207.

³⁹⁸ G. Stachówna, *Seriale – opowieści telewizyjne*, [w:] D. Czaja (red.), *Mitologie popularne. Szkice z antropologii współczesności*, TAIWPN Universitas, Kraków 1994, s. 73.

wersyjne treści i sposoby przedstawiania rzeczywistości ilustrują zachodzące zmiany społeczno-kulturowe, poruszają tematy oraz kwestie będące odbiciem różnorodnych zachowań i postaw³⁹⁹.

W literaturze przedmiotu, oprócz definicji koncentrujących się na charakterystycznych cechach seriali, spotyka się również ich typologię. M. Łukomski dzieli produkcje wieloodcinkowe na trzy typy. Odcinkowe – inaczej nazywane serialami właściwymi, są to produkcje fabularne posiadające określonego bohatera lub grupę bohaterów, występujących z odcinka na odcinek i w sposób chronologiczny prezentujące ich historie. To właśnie ten typ serialu najbardziej przypomina przypomina powieść literacką⁴⁰⁰. Seryjne – poszczególne odcinki łączy stała grupa bohaterów, jednak każdy z epizodów posiada odrębną fabułę i opowiada inną historię. Na polskim gruncie do takich seriali można zaliczyć *Miodowe lata* czy *Rodzinę zastępczą*. Ten typ serialu pozwala odbiorcy na oglądanie pojedynczego odcinka bez koniecznej znajomości fabuły poprzednich. Cykliczne – inaczej nazywane antologią, powiązane w sposób formalny przez nazwisko twórcy, wspólną tematykę czy idee przewodnią. Ten rodzaj serialowej produkcji posiada zmiennych bohaterów, podobnie jak i samą fabułę⁴⁰¹. W porównaniu do literatury, antologia będzie najbliższej zbioru opowiadań. Za przykład może posłużyć np. *Dekalog* Kieślowskiego.

Innym sposobem klasyfikacji seriali tradycyjnych jest analogiczny do filmu podział na trzy gatunki: fabularny, animowany i dokumentalny. Produkcje telewizyjne są również klasyfikowane ze względu na ich formalne charakterystyki (np. historyczne, kostiumowe, wojenne). Częstym jest również podział ze względu na wskazanie grupy odbiorców serialu (np. rodzinny, młodzieżowy, dziecięcy, dla dorosłych)⁴⁰².

³⁹⁹ E. Konieczna, *Seriale i ich odbiór jako odbicie zmian społeczno-kulturowych*, "Dyskursy Młodych Andragogów", 2021, nr 22, s. 85.

⁴⁰⁰ za przykład takich seriali tradycyjnych może posłużyć *Dynastia* czy *Niewolnica Isaura*

M. Łukomski, *Film seryjny w programie telewizji polskiej (lata 1959-1970)*, Warszawa 1980. [za:] ⁴⁰¹ M. Gałuszka, *Między przyjemnością a rytuałem. Serial telewizyjny w kulturze popularnej*, Wydawnictwo Akademii Medycznej, Łódź 1996 .s. 52.

⁴⁰² W. Jakubowski, *Sex Education, czyli serial jako źródło wiedzy o świecie młodzieży*, „Studia Edukacyjne”, 2020 r. Wrocław, nr 57, s. 19-20.

3.3. Neoseriale w mediach strumieniowych

Pomimo wymienionych powyżej wspólnych cech nowe seriale znacząco różnią się od seriali tradycyjnych. Podczas swojej ewolucji przybrały one otwartą i elastyczną formę złożonych, małoe ekranowych produkcji, na tyle odmiennych od swoich poprzedników, że wiążących się z nową nomenklaturą pojęciową. Dodatkowo jest to bardzo pojemna kategoria, gdyż oprócz profesjonalnie przygotowanych treści dostępnych na portalach streamingowych tj. Netflix, Amazon czy HBO GO zawiera również *user-generated-content* czyli amatorskie realizacje wytwarzane i nadawane przez końcowych użytkowników a następnie dostępne np. W serwisie YouTube⁴⁰³. Jednak na potrzeby tej pracy uwaga zostanie głównie poświęcona profesjonalnie realizowanym serialom dostępnym na portalach streamingowych.

Literatura przedmiotu określa je mianem: seriali 2.0, post-soap, drama quality⁴⁰⁴ czy neoseriali⁴⁰⁵. To rodzaj cechujący się płynnością, zmiennością, przekraczaniem granic i utartych kategorizacji. Zakres tematyczny neoseriału jest dokładnie określony, jednak podstawowa zmiana polega na tym, że wymusza on zupełnie inny typ odbioru. To wyrafinowana forma rozrywki, która wymaga od widza koncentracji, zaangażowania, współodczuwania i aktywnego uczestnictwa. K. Muszyńska uważa, że stanowi on bardziej zjawisko kulturowe wyrosłe z ewolucji medium (telewizji) niż samodzielny gatunek⁴⁰⁶. i chociaż nowe seriale dalej utrzymane są w telewizyjnej stylistyce i zachowują seryjność treści, ich produkcja realizowana jest z myślą o cyfrowej dystrybucji⁴⁰⁷. P. Sołodki za najważniejsze cechy tej formy audiowizualnej uznaje jej kowergencyjny charakter, interaktywność, partycypacyjność i nielinearność⁴⁰⁸.

Zaprezentowane poniżej podejście definicyjne w odniesieniu do tej formy audiowizualnej ma na celu wykazanie zmian jakie nastąpiły w obrębie gatunku i stanowi jedy-

⁴⁰³ P. Sołodki, *Serial internetowy – notatki o zjawisku*, „Panoptikum” 2018, nr 20, s. 33–46.

⁴⁰⁴ K. Muszyńska, *Musisz to obejrzeć!...*, s. 9.

⁴⁰⁵ M. Lisowska-Magdziarz, *Od redaktora: Seriale...*, s. 1–15.

⁴⁰⁶ K. Muszyńska, *Musisz to obejrzeć!...*, s. 9.

⁴⁰⁷ E. Konieczna, *Seriale i ich odbiór...*, s. 88–89.

⁴⁰⁸ P. Sołodki, *Serial internetowy...*, s. 33–46.

nie punkt wyjściowy do dalszych analiz mających na celu ocenę jego znaczenia jako fenomenu kulturowego i sposobu oddziaływania na swoich odbiorców⁴⁰⁹.

Podobnie jak seriale tradycyjne, neoseriale charakteryzuje odcinkowość. Pomimo, że epizodyczny charakter produkcji jest jedną z jej cech charakterystycznych, to w nowych serialach odcinkowość przybrała zupełnie inną formę. Dlatego samo definiowanie ich w oparciu o udostępnianie odbiorcom w określonych odstępach czasowych jest nieaktualne⁴¹⁰.

Neoserial składa się z wyizolowanych, niezależnych jednostek, których podział jest starannie zaaranżowany zarówno pod kątem artystycznym, jak i komercyjnym⁴¹¹. Kolejne sezony współczesnych produkcji nie muszą tworzyć jednej historii lecz stanowić antologię w ramach jednego gatunku. Za przykład może posłużyć produkcja Netflixa *Czarne lustro*⁴¹² stanowiąca zbiór luźnych opowieści połączonych wspólnym przesłaniem (jakim są technologiczne i cywilizacyjne zagrożenia XXI w.), podobnie oba sezony serialu HBO Max⁴¹³ *Detektyw*⁴¹⁴ łączy jedynie wspólny gatunek, natomiast Disneyowskie *American Horror Story* scalają powtarzający się aktorzy, zaangażowani przy realizacji produkcji⁴¹⁵.

Kolejną ważną kwestią w kontekście odcinkowości jest fakt, że pomimo, że współczesne seriale podobnie jak seriale tradycyjne zostały podzielone na epizody, to ich publikacja w sieci w często jest symultaniczna. Odbiorca nie musi czekać na kolejny odcinek ulubionego programu, co zmienia sposób jego odbioru, prowadząc do *binge-wat-*

⁴⁰⁹ Tamże, s. 4.

⁴¹⁰ Kłeczek, *Czy ten bohater.*, s. 39.

⁴¹¹ Historia tego zabiegu sięga XIX wieku, kiedy powieści (np. K. Dickensa) były publikowane w comiesięcznych odcinkach. (por.) D. Forni, *Young adults and tv series. Netflix and new form of serial narratives for young viewers.*, „MeTis, Mondì Educativi. Temi, indagini, suggestioni” 2020 t. 10, nr 1, s. 297.

⁴¹² *Black Mirror* to produkcja Netflixa, która doczekała się 7 sezonów, z czego pierwszy został wyemitowany w 2011 r. i w rankingu najlepszych seriali portalu Filmweb zajmuje 21 miejsce, natomiast wśród najlepszych produkcji Netflixa jest na 8 miejscu. Każdy z sezonów zawiera różną liczbę niepowiązanych ze sobą odcinków. Natomiast ich punktem wspólnym jest akcja osadzona w przyszłości, w której ludzie mierzą się z problemami powstałymi w wyniku rozwoju cywilizacji i powstania nowych technologii. Serial posiada pesymistyczne przesłanie i stanowi ostrzeżenie przed skutkami zbytniego uzależnienia funkcjonowania współczesnego człowieka od technologii. Por.: Filmweb <https://www.filmweb.pl/serial/Czarne+lustro-2011-640699> (dostęp: 27.12.22).

⁴¹³ Obecnie platforma zmieniła nazwę na Max.

⁴¹⁴ <https://www.filmweb.pl/serial/Detektyw-2014-654010>.

⁴¹⁵ D. Baran, *Wymiary współczesnego serialu telewizyjnego*, [w:] *Seriale w kontekście kulturowym. Gatunki- Motywy – Mutacje*, (red.) D. Bruszewska-Przytuła, A. Naruszewicz-Duchlińska, Olsztyn 2016, s. 4.

*chingu*⁴¹⁶, a tym samym sprawia, że spędza on znacznie więcej czasu przed ekranem niż w przypadku oglądania filmu fabularnego czy odcinka serialu w telewizji tradycyjnej⁴¹⁷.

Zmiana w stosunku do seriali tradycyjnych jest również widoczna w kontekście ich związku z medium. Seriale 2.0 są produkowane dla widzów, a co za tym idzie powinny być uznawane za produkty telewizyjne. Jednak wraz z ucyfrowieniem komunikatu i przejściem do Internetu przestały być od telewizji zależne. Ich konwergentny i transmedialny charakter sprawia, że funkcjonują na pograniczu różnych technologii komunikacyjnych. Jak podaje H. Jenkins konwergencja mediów doprowadziła do zawierania różnych środków przekazu w jeden, co prowadzi do różnorodnych fuzji telefonu, telewizji i komputera, a ich odbiór jest możliwy na różnych nośnikach⁴¹⁸. Dlatego widz neoserialu niekoniecznie musi być telewizzem, ponieważ do konsumpcji treści wykorzystuje rozmaite media i narzędzia służące komunikacji. Tym samym odbiorca stale przebywający w cyfrowym świecie, niezależny od jednego środka przekazu ma do wyboru szerokie spektrum treści. Taka sytuacja wymusza na nim selekcję dostępnych produktów, a co za tym idzie krytyczne i wybredne poszukiwanie interesujących go programów⁴¹⁹, co nie pozostaje to bez wpływu także na narrację⁴²⁰.

Współczesne seriale niewątpliwie można uznać za sztukę popularną, która oprócz dostarczania swoim widzom rozrywki, stanowi ważną refleksję na temat świata swoich odbiorców. Na *popularność sztuki popularnej* wpływa właśnie jej związek z prezentowanym społeczeństwem, bez odniesień do którego przestałaby być popularna⁴²¹. Podobnie jak przy serialach tradycyjnych, tematyka neoserialu często porusza aktualne problemy społeczne i prezentuje wyzwania z jakimi mierzy się współczesny człowiek. Jak podaje W. Jakubowski *Współczesne media są formą kulturowej produkcji. Nie tylko współtworzą rzeczywistość, ale i odbijają świat naszych problemów, marzeń, namiętno-*

⁴¹⁶zjawisko szerzej opisanego w poprzednim rozdziale.

⁴¹⁷ J. Kłeczek, *Czy ten bohater powinien umrzeć? Koncepcja serialu „interaktywnego” na podstawie serii gier Dreamfall: Chapters*, [w:] B. Panek A. Wójtowicz, *Między trendem a tradycją. Kulturowe oblicza seriali*, UMCS, Lublin 2015 s. 39.

⁴¹⁸ J. Kłeczek, *Czy ten bohater powinien...*, s. 39.

⁴¹⁹ Tamże, s. 3.

⁴²⁰ Jenkins twierdzi, że konwergencja mediów doprowadziła m.in. do powstania opowieści transmedialnej, rozwijającej się za pomocą wielu różnych środków przekazu. Por. H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007

⁴²¹ W. Jakubowski, *Sex Education...*, s. 20.

ści. Pokazują, co jest dla nas ważne. Stanowią obszar ukrytej edukacji⁴²². Ponadto media uzasadniają potrzeby społeczeństwa, którego członkowie nie mogą się spotkać bezpośrednio⁴²³. Przyczyniają się do rozpowszechniania symboli czy rytuałów, co sprzyja konstruowaniu współczesnych tożsamości i odzwierciedlaniu kultury społeczeństwa⁴²⁴. a jak podaje A. Lewicki to właśnie w serialu można zaobserwować funkcjonujące społecznie mity jak również dominujący dyskurs. Wydaje się, że serial pełni rolę lustra, w którym odbija się świat społeczny ludzi⁴²⁵. We współczesnej mediatyzowanej kulturze serial zastępuje powieść stając się jedną z najistotniejszych form opowieści o człowieku i otaczającym go świecie. Seriale tłumaczą złożoną rzeczywistość, odgrywając rolę spoiw społecznych. Jak podaje K. Arcimowicz, oglądanie współczesnych seriali często przypomina czytanie książki, gdzie poszczególne odcinki pełnią rolę rozdziałów powieści, natomiast kolejne sezony stanowią jej tomy⁴²⁶. Tym samym neoseriale można zaliczyć do sztuki masowej, tworzonej przy użyciu masowych technologii w celu masowej dystrybucji. Jednak jak podaje amerykański filozof N. Carroll, samo zaliczenie danego dzieła do sztuki masowej wcale nie oświadczy o jego niskiej jakości⁴²⁷. Twórcy neoseriali często czerpią z wcześniejszych form telewizyjnych i modeli narracyjnych, równocześnie proponując nowe rozwiązania. Dlatego w ich przypadku często mówi się o nieczystości gatunkowej, co wpływa na trudności we wskazaniu ich zestawu cech formalnych.

Jednak do dystynktywnych wyróżników neoseriali stawiających je w kontrze do produkcji tradycyjnych możemy zaliczyć poruszanie drażliwych społecznie tematów w sposób nowatorski i niesztampowy, jak również ukazywanie kontrowersyjnych bohaterów, złożonych pod kątem psychologicznym. Sylwetka bohatera jest często wielowymiarowa i niejednoznaczna, a on sam staje przed złożonym dylematem moralnym. (Za przykład może posłużyć postać Waltera White'a w produkcji *Breaking Bad* (2008), gdzie główny bohater dowiedziawszy się o swojej chorobie nowotworowej, w celu po-

⁴²² Tamże, s. 18.

⁴²³ Co dodatkowo unaoczniała pandemia COVID-19.

⁴²⁴ J.C. Alexander, R.N. Jacobs, *Communication, ritual and society*, [w:] T. Liebes, J. Curran (red.), *Media, Ritual and Identity*, Routledge, Londyn – Nowy Jork 1998, s. 28-29.

⁴²⁵ A. Lewicki, *Od Hause'a do Shreka. Seryjność w kulturze popularnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego., Wrocław 2011, s. 34.

⁴²⁶ K. Arcimowicz, *Antybohaterowie neoseriali...*, s. 35.

⁴²⁷ Tamże, s. 36.

krycia kosztów leczenia i finansowego zabezpieczenia swojej rodziny zaczyna produkować metamfetaminę. Wybór bohatera pociąga za sobą całe spektrum negatywnych konsekwencji i doprowadza do głębokich zmian w samej postaci i szeregu obiektywnie niemoralnych decyzji.)⁴²⁸ Kolejną cechą charakterystyczną neoserialu jest rezygnowanie z dydaktyzmu i melodramatycznej narracji (spotykanych w starszych gatunkach t.j. opera mydlana czy telenowela). Neoseriale mają charakter komercyjny, a o sukcesie produkcji świadczą statystyki oglądalności i dochodowość. Celem twórców nie jest edukowanie widzów lecz przyciągnięcie ich uwagi, najczęściej uzyskiwane poprzez odwoływanie się do emocji⁴²⁹. Jak podaje J. Fiske komunikat masowy, aby budzić zainteresowanie i mieć moc oddziaływania, musi znać troski i uczucia swojego odbiorcy. Ważne, aby prezentował istotne dla danej kultury postawy i wartości, ze względu na stałą i dynamiczną interakcję pomiędzy nadawcą a odbiorą przekazów⁴³⁰. Neoseriale wyróżnia sezonowość produkcji rozumiana jako zbiór odcinków serialu telewizyjnego, które są emitowane w ciągu jednego roku lub półroczu. Czy jak definiuje ją *Słownik PWN cykl odcinków serialu, programów rozrywkowych itp., stanowiący pewną całość*⁴³¹. Za przykład może posłużyć serial *Stranger Things* który doczekał się 4 sezonów (każdy liczący po 8-9 odcinków) wypuszczanych w latach: 2016, 2017, 2019, 2022, obecnie trwają prace nad 5 sezonem, którego emisja jest zaplanowana na listopad 2025 roku. Kolejnym wyróżnikiem tego gatunku jest obecność protagonistów będących antybohaterami. We współczesnych produkcjach spotykamy się również z bohaterami, którzy od samego początku zaprezentowani są jako osoby obiektywnie niemoralne, łamiące reguły zasad społecznych. Za przykład może posłużyć Francis Underwood, główna postać w serialu *House of Cards* (2013), który zwracając się do widza wprost⁴³² przekonuje, że w życiu najważniejsza jest w władza i w makiawelistyczny sposób realizuje swoje zamierzenia, pnąc się po kolejnych stopniach kariery politycznej⁴³³.

⁴²⁸ Tamże, s. 40.

⁴²⁹ Tamże, s. 38.

⁴³⁰ J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Astrum, Wrocław 1999, s. 100-101.

⁴³¹ Słownik Języka Polskiego, <https://sjp.pwn.pl/sjp/sezon;2575333.html> (dostęp: 05.01.23)

⁴³² Zastosowano tutaj nietypowy dla tego typu produkcji zabieg gdzie bohater patrzy w kamerę i zwraca się bezpośrednio do odbiorcy;

⁴³³ K. Arcimowicz, *Antybohaterowie neoseriali...*, s.41-42.

3.3.1. Neoseriale w czasach konwergencji – telewizja jakościowa

Jak podaje M. Lisowska-Magdziarz nowe seriale mają tendencję do przekraczania granicy pomiędzy telewizją a sztuką filmową, po przez wykorzystanie możliwości wynikających z procesu konwergencji medialnej, zwłaszcza w odniesieniu do tworzenia czy rozpowszechniania treści⁴³⁴. Jak podaje badaczka *Seriale[...] są korelatem zasadniczych zmian w kulturalnej i społecznej sytuacji telewizji w pierwszych dekadach XXI wieku*⁴³⁵. Popularyzacja mediów interaktywnych i zachodząca równolegle z nią konwergencja środków masowego przekazu sprawiła, że telewizja uznawana za największe medium masowe zaczęła mierzyć się z fragmentacją widzów, ich niezależnością, a zwłaszcza ich utratą na rzecz Internetu. [...] o ile oglądanie telewizji pozostaje zjawiskiem masowym, o tyle idea masowego odbioru jakiegokolwiek konkretnego programu telewizyjnego przez ludzi zgromadzonych przed odbiornikami w jednym czasie stała się niemal niemożliwa do zrealizowania⁴³⁶. Przez ogromną mnogość treści medialnych i gęstą informacyjny, którym jest przesycane środowisko, odbiorcy indywidualnie i autonomicznie dokonują selekcji konsumowanych treści. Dlatego neoserial stanowi swoiste koło ratunkowe dla telewizji stając się częścią innego zjawiska nazywanego *quality tv* – czyli telewizją jakościową. Telewizja jakościowa to *telewizja myślącego człowieka* podejmującego własne decyzje konsumpcyjne, polityczne czy estetyczne, zaznajomionego z kulturą, krytycznego i samodzielnego w swych wyborach. *a quality TV* to działania mające na celu przyciągnięcie zamożnych i dobrze wykształconych odbiorców przy jednoczesnym zachowaniu kulturalnej i społecznej istotności⁴³⁷. A. D. Lotz tę ewolucję telewizji określa jako *phenomenal television*⁴³⁸ (telewizja zjawiskowa), która wpływa na widza poprzez cykliczne poruszanie popularnych tematów, motywów czy stawianie ważnych pytań. Tak rozumiana telewizja wciąż może być masowa, pomimo iż poszczególne jej jakościowe produkty mają stosunkowo elitarny charakter. *Quality television* pomaga w utrzymaniu kulturotwórczego znaczenia tego medium jak również zwiększe-

⁴³⁴ M. Lisowska-Magdziarz, *Od redaktora: Seriale – nowa jakość...*, s. 1-2.

⁴³⁵ Tamże, s. 2.

⁴³⁶ Tamże, s. 2.

⁴³⁷ Tamże, s. 2.

⁴³⁸ A.D. Lotz, *Zrozumieć telewizję u progu ery postsięci (Post-Newtwork Era)*. [w:] T. Bielak, M. Filiak, G. Ptaszek (red.). *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2001, s.99.

niu jej kreatywnego potencjału⁴³⁹. Jak podaje M. Sztąberek oryginalne produkcje Netflixa realizują większość wytycznych, podawanych przez amerykańskich badaczy definiujących telewizję jakościową⁴⁴⁰ (tj. jakościowy rodowód, duży zespół produkcyjny, pamięć serii, tworzenie nowych gatunków poprzez modyfikację starych, samoświadomość czy tendencja do kontrowersji i realizmu)⁴⁴¹. Stawia on jednak pytanie o tożsamość platformy. Zakładając, że portal traktowany jest jako przykład telewizji *na żądanie*, uznaje go za współczesną wersję telewizji jakościowej, odpowiadającą najnowszym trendom medialnym. Netflix z pewnością stanowi przykład konwergencji mediów, która za sprawą rozwoju Internetu staje się obecna we wszystkich ich rodzajach. W tym kontekście adekwatne wydaje się określenie serwisu jako hybrydy medialnej, gdyż na przestrzeni lat jej twórcy łączyli rozwiązania charakteryzujące różne typy działalności, tj. Wypożyczalnia wideo czy wytwórnia filmowa⁴⁴².

3.3.2. Gatunkowość neoseriali

Kolejną jakościową zmianą wpływającą na sukces neoseriali jest ich przynależność gatunkowa. Jak zauważają pierwsi badacze popkultury T. Adorno, M. Horkheimer, R. Williams czy W. Benjamin, kultura popularna rozumiana jako sztuka produkowana masowo jest nieodzownie związana z kapitalizmem. Jest to szczególnie widoczne w przypadku telewizji i filmu, gdzie przynależność gatunkowa jest powiązana z możliwością komercjalizacji i monetyzacji danej produkcji⁴⁴³.

Gatunek to w swej istocie system taksonomiczny, pozwalający na organizację narracji. Stanowi on obietnicę – widz wie czego może się spodziewać i w przypadku gdy ta obietnica zostanie spełniona jest usatysfakcjonowany⁴⁴⁴. Postmodernizm sprawia, że gatunek staje się metanarracją porządkującą narracje spotykane w opowieściach. Jest to przydatne w ustalaniu oczekiwań, wprowadzaniu produktów medialnych na rynek,

⁴³⁹ M. Lisowska-Magdziarz, *Od redaktora...*, s. 4.

⁴⁴⁰ M. Sztąberek, *Platforma strumieniowa Netflix – domena VOD czy nowa forma telewizji jakościowej? Historia i sposoby dystrybucji*, *Panoptikum* t. 20, nr 27, 2018, s. 28

⁴⁴¹ R. J. Thompson, *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*, Continuum, Nowy Jork 1996, s. 12 – 16.

⁴⁴² M. Sztąberek, *Platforma strumieniowa...*, s. 28

⁴⁴³ A. Isaac, *Expressions in genrelessness: Genre in the Netflix era of television*, Maj 2020, (https://etd.ohiolink.edu/apexprod/rws_etd/send_file/send?accession=bgsu1587127717977521&disposition=inlinen) s. 9

⁴⁴⁴ A. Isaac, *Expressions in genrelessness...*, s. 9

a przede wszystkim w ich zrozumieniu. Zaklasyfikowanie treści do danego gatunku ułatwia odbiorcom wybór interesującego programu, gdyż ludzki mózgu bazuje na heurystykach poznawczych i identyfikowaniu otaczających go schematów. M. Shermer argumentuje, że ludzkie mózgi są wysoko rozwiniętymi maszynami, których zadaniem jest rozpoznawanie dostępnych w otoczeniu wzorów⁴⁴⁵. Ewolucyjnie umiejętność ta pomogła człowiekowi odnaleźć się w świecie⁴⁴⁶. Co ma zastosowanie również przy wyborze interesującej nas produkcji telewizyjnej w oparciu o gatunek.

Początek zmian gatunkowych we współczesnych serialach jest nieodzownie związany z działalnością platform streamingowych. a jako, że Netflix jest uznawany za najpopularniejszą telewizję strumieniową na świecie to właśnie jej podejściu do gatunkowości będą poświęcone poniższe analizy. Twórcy platformy szybko spostrzegli, że najskuteczniejszym sposobem zatrzymania odbiorcy w systemie subskrypcyjnym na dłużej jest polecenie mu kolejnych, potencjalnie interesujących go produkcji. Wspomniana rekomendacja w znacznej mierze bazuje na preferencjach gatunkowych widza. Netflix prowadząc działalność w internecie dostrzegł swoją przewagę w zakresie personalizacji treści. Po rejestracji w serwisie użytkownicy byli proszeni o uzupełnienie testu dotyczącego preferowanych gatunków oraz ocenę kilku tytułów. System rekomendacji został wdrożony przez platformę w 2000 roku⁴⁴⁷ i początkowo był on w formie papierowego formularza, wysyłanego do klienta razem z filmem. Później ankiety zostały przeniesione do Internetu a rekomendacje tworzone za pomocą elektronicznego systemu Cinematch⁴⁴⁸. Dzięki uzyskaniu wglądu w preferencje subskrybentów, Netflix mógł proponować mniej znane niezależne filmy ze swojej oferty wpisujące się w zainteresowania odbiorcy. Reed Hastings, założyciel serwisu bardzo szybko zauważył, że *Internet zapewnia spersonalizowane wrażenia* i w celu uzyskania przewagi nad konkurencją właśnie tą cechą globalnej sieci postanowił wykorzystać w swoim biznesie⁴⁴⁹.

⁴⁴⁵ M. Shermer, *Patternicity: Finding Meaningful Patterns in Meaningless Noise*. „Scientific American, a Division of Springer Nature America”, 1.12.2008, <https://www.scientificamerican.com/article/patternicity-finding-meaningful-patterns/>. (dostęp: 23.04.23)

⁴⁴⁶ przewidywanie pogody umożliwiło rozwój rolnictwa, czy wiedzę na temat kiedy jesteśmy ofiarą a kiedy drapieżnikiem.

⁴⁴⁷ *About Netflix*. <https://media.netflix.com/en/about-netflix> (dostęp: 15.01.23)

⁴⁴⁸ M. Sztąberek, *Platforma strumieniowa...*, s.13.

⁴⁴⁹ W. Shih i inni, *Netflix*. "Harvard University Press", Cambridge 2007, s. 6.

Konkurencyjność względem wypożyczalni wideo czy telewizji tradycyjnej początkowo polegała przede wszystkim na systemie rekomendacji produkcji o których widz mógł wcześniej nie wiedzieć. Twórcy platformy widzieli w tej praktyce tak duży potencjał, że zaoferowali wynoszącą milion dolarów nagrodę *Netflix Prize*, osobie, której uda się stworzyć algorytm poprawiający wyniki oryginalnego systemu o conajmniej 10%. Zwycięzcą okazała się grupa BellKor's Pragmatic Chaos, która w 2009 roku zaproponowała Cinematch Algorithm oparty na pięciu podstawowych zmiennych tj.: jakości filmu, gatunku, zakotwiczeniu (wskazującym kolejność w jakiej odbiorca ogląda wybrane programy), popularności danego tytułu oraz ocenie użytkownika⁴⁵⁰. Istotnym podkreślenia jest fakt, że powstanie systemu rekomendacji rozpoczęło trwający do dziś trend umieszczania podobnych narzędzi (sugerujących odbiorcy treści) na portalach społecznościowych⁴⁵¹.

Netflix będący początkowo wypożyczalnią DVD nie mógł konkurować z BlockBuster – ówczesnym gigantem wśród wypożyczalni wideo, pod kątem oferowanych nowości (a te cieszyły się największą popularnością). Dlatego zaczął proponować swoim klientom mniej znane produkcje o zbliżonej tematyce czy w podobnym gatunku. T. Sarandos dyrektor ds. treści w Netflix podkreśla, że w odniesieniu do produkcji niezależnych platforma może generować 60-75% dochodów mniej znanych filmów i tym samym zagwarantować ich sukces⁴⁵².

Jednak personalizacja treści pozwoliła Netflixowi przede wszystkim produkować zupełnie nową telewizję, bazującą na preferencjach odbiorców, co zwiększyło swobodę w zakresie złożoności narracji i eksperymentowania z gatunkami. Platforma posiada wystarczającą ilość informacji na temat swoich konsumentów, aby tworzyć treści które ci chcą zobaczyć, nawet jeśli te są nie do końca zgodne z rynkowymi konwencjami. Zbieranie danych na temat preferencji użytkowników poskutkowało również zwiększoną ilością treści produkowanych dla młodych widzów, gdyż to właśnie w pokoleniach Z i Y platforma bije rekordy popularności, a korzystanie z niej staje się swoistym life-

⁴⁵⁰ M. Sztąberek, *Platforma strumieniowa...*, s.13.

⁴⁵¹ Tamże, s.14.

⁴⁵² W. Shih i inni, *Netflix...*, s.8.

style o czym świadczy popularne określenie *Netflix and chill* używane w odniesieniu do czasu spędzanego przed ekranem⁴⁵³.

W dobie telewizji tradycyjnej widz, aby wybrać program, przeskakiwał pomiędzy kolejnymi kanałami, by w ciągu kilku sekund zidentyfikować interesującą go produkcję. Netflix zaproponował znaczną zmianę, w celu ułatwienia wyboru interesujących treści (oprócz algorytmu rekomendacji) korzysta z systemu zwiastunów i opisów. i chociaż opisy są w dużej mierze nieskuteczne, każdy prezentowany na platformie serial je posiada, co pozwala na częściowe sprecyzowanie oczekiwań. Coraz większą popularnością cieszą się zwiastuny, zwłaszcza w połączeniu ze wspomnianym algorytmem rekomendacji i automatycznym odtwarzaniem – to właśnie na ich podstawie widzowie budują swoje oczekiwania. Po wejściu na główną stronę platformy u samej góry wyświetla się baner i automatycznie odtwarzany zostaje zwiastun, proponujący serial czy film na podstawie nawyków oglądania. Celem tego zabiegu jest zmuszenie widza do oglądania i chociaż jego skuteczność nie została zbadana (Netflix posiada na ten temat dane, jednak nie udostępnia opinii publicznej) jest ona anegdotycznie skuteczna. Te dodatkowe informacje na temat produkcji sprawiają, że widz jest bardziej skory do sięgnięcia po treści gatunkowo rozbieżne z jego preferencjami. Wreszcie Netflix produkuje eksperymentalne seriale – nieczyste gatunkowo, częściowo po to, aby zachęcić widzów do wzmożonego oglądania. i chociaż *binge-watching* technicznie istnieje od kiedy nagrywanie wideo było możliwe, to w dobie telewizji strumieniowej nabrał on nowego znaczenia⁴⁵⁴.

Oryginalne programy dostępne w usługach przesyłania strumieniowego różnią się od programów w telewizji tradycyjnej pod wieloma względami. Platformy streamingowe uniezależniły się od reklamodawców i kapitalistycznych reguł przestrzeganych w telewizji tradycyjnej, co ma odzwierciedlenie w gatunkowości oryginalnych produkcji platformy⁴⁵⁵. Wpływa to na chęć eksperymentowania, tworzenia nowej i innowacyjnej telewizji. Zastosowanie najnowszej technologii sprzyja angażowaniu klientów w nowe media i pozwala na oferowanie poza gatunkowych pozycji. Natomiast wzrost oglądal-

⁴⁵³ Business Insider, *Eksploracja treści wideo stała się faktem również w Polsce. Są wyniki przełomowego badania dot. telewizji i internetu*, <https://businessinsider.com.pl/biznes/media/ogladalnosc-telewizji-i-wideo-w-internecie-badanie-nielsen-media/jv9v962>, (dostęp: 11.11.22)

⁴⁵⁴ A. Isaac, *Expressions in genrelessness...*, s. 9.

⁴⁵⁵ Tamże.

ności jest zarówno skutkiem, jak i przyczyną ciągłej zmiany narracji w serialach. Ponadto podejmowanie ryzyka i produkowanie oryginalnych treści może prowadzić do wzrostu korzyści finansowych, ponieważ wpływa na zwiększoną ilość subskrypcji lub decyzji o dalszym jej opłacaniu, ze względu właśnie na oryginalne produkcje platformy⁴⁵⁶.

Zabiegiem stosowanym przez Netflix jest *genre microdosing* (mikrodozowanie gatunków). Ma ono miejsce gdy w jednym pojedynczym tekście producent umieszcza kilka odrębnych gatunków, w taki sposób że po zapoznaniu się z całością, widz odnosi wrażenie, że jest on nowy i pomysłowy. Odbiorcy czują się na tyle zaznajomieni z narracją, że kontynuują oglądanie, jednak jest ona dla nich na tyle nowa, że odczuwają potrzebę dokładnego jej poznania⁴⁵⁷.

Za przykład międzygatunkowej produkcji może posłużyć *Stranger Things*. Serial, miał swoją premierę w 2016 roku. Został on doceniony zarówno przez publiczność jak i krytyków. W rankingu opiniotwórczego portalu Filmweb zajmuje 19 miejsca wśród wszystkich seriali, oraz 9 pod kątem oryginalnych produkcji Netflix. *Stranger Things* najczęściej określane jest jako przynależące do gatunku science-fiction, jednak jak podaje A. Issac dokładniejsza analiza tekstu pokazuje, że serialowi bohaterzy są podzieleni na trzy grupy, z czego każda z nich żyje w innym gatunku (horrorze, dramacie, science fiction)⁴⁵⁸. Mikrodawkowanie to sposób w jaki producenci proponują innowacyjną telewizję i złożone narracje, które w inny sposób byłoby ciężko zrozumieć czy sprzedać. Odbiorca rozumie tę nową narrację, ponieważ rozpoznaje znajdujące się w niej mikrodozowane gatunki, pomimo że są one widoczne dopiero po bliższym przyjrzeniu się. Oznacza to, że można przyjąć złożoność narracji, której nigdy wcześniej nie próbowano, ani sobie nie wyobrażano. Innowacja ta jest nagradzana przez sam model biznesowy w jakim funkcjonuje telewizja strumieniowa. Podczas gdy *Stranger Things* nadal mieści się w granicach gatunku science fiction, niektóre z oryginalnych programów w ogóle nie mają jednego wyraźnego gatunku. Za przykład może posłużyć *The End Of F***ing World*, który opisywany jest przez Netflix jako *program telewizyjny dla nastolatków*,

⁴⁵⁶ Tamże, s. 10.

⁴⁵⁷ Tamże, s. 11.

⁴⁵⁸ w trzecim sezonie grupy te zostały nazwane. *The Griswold Family* (Eleven, Will, Mike, Lucas, Max, Johnathan, and Nancy) – reprezentują horror, Drużyna Scoop Troop (Dustin, Steve, Robin, and Erica) – dramat szpiegowski, Bald Eagle (Joyce, Hopper) – science fiction.

brytyjski program telewizyjny, dramat telewizyjny i komedia telewizyjna, a same powyżej przytoczone kategorie są niejasne i trudnymi do identyfikacji⁴⁵⁹.

3.4. Wartości w serialach

Współczesne seriale różnią się od swoich poprzedników również pod kątem propagowanych wartości. Psycholog społeczny B. Wojciszke wartości definiuje jako: *przekonania o pożądanym stanach docelowych, lub zachowaniach które wykraczają poza specyficzne sytuacje, kierują wyborami i ocenami (zdarzeń, zachowań) oraz są uporządkowane według względnej ważności*⁴⁶⁰. Natomiast potocznie większość definicji określa wartości jako to co ważne, godne wyboru w życiu czy stanowiące cel dążeń jednostki.

Tradycyjne seriale jak podaje J. Sobota proponowały świat bezpieczny aksjologicznie. Bez względu na to czy emisja danej produkcji miała miejsce u publicznego czy komercyjnego nadawcy sugerowała ona, że szczęście osiąga się poprzez życie w tradycyjnej rodzinie nuklearnej (rodzice + dzieci)⁴⁶¹. Wraz z pojawieniem się neoseriali obserwujemy jakościową zmianę w tej materii. Są one rozmyte aksjologicznie poprzez kwestionowanie utrwalonych w społeczeństwie wartości i etyczny relatywizm bohaterów. Jedną z najważniejszych wartości kwestionowanych w neoserialach jest rodzina. Rodziny w których żyją bohaterowie, rzadko kiedy ukazywane są jako szczęśliwe, nawet jeśli początkowo sprawiają takie wrażenie. Jak podaje K. Arcimowicz współczesne seriale ukazują tę podstawową komórkę społeczną w stanie kryzysu. Badaczka konstatuje, że kwestionowanie rodziny jako wartości, do tej pory niepodważalnej, jest odzwierciedleniem współczesnej rzeczywistości i związane jest z postmodernistycznym wątpliwieniem. Ponadto twórcy neoseriali w swoich produkcjach podkreślają trudności w stworzeniu trwałej i szczęśliwej relacji, które często wynikają z egoizmu serialowych postaci. Negatywnie oceniane w świetle norm społecznych zachowania bohaterów są usprawiedliwiane doświadczonymi w przeszłości traumami, ciężką sytuacją życiową czy finansową w jakiej znaleźli się oni i ważne dla nich osoby⁴⁶².

⁴⁵⁹ A. Isaac, *Expressions in genrelessness...*, s.22.

⁴⁶⁰ B. Wojciszke, *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2012 s. 546.

⁴⁶¹ Klan, *M jak Miłość, Plebania, Samo życie, Na Wspólnej*.

⁴⁶² K. Arcimowicz, *Antybohaterowie neoseriali...*, s. 39.

Rozmycie aksjologiczne to jedna z charakterystycznych cech neoseriali, w których świat przestał być czarno-biały, a bohaterowie jednoznaczni. Natomiast moralną ocenę zachowania postaci, twórcy pozostawiają odbiorcy. Sugerując, że zależy ona od wielu uwarunkowań społeczno-kulturowych, historycznych czy sytuacyjnych⁴⁶³.

Relatywizm etyczny sprawia, że neoserial budzi u odbiorcy emocje, wywołując dyskomfort wynikający z zaangażowania w przeżywane przez bohatera dylematy, jak również ze względu na to, że ich twórcy nie diagnozują problemów i nie podają jasnych schematów ich rozwiązania. Fakt ten jest szczególnie znamieny w przypadku młodych odbiorców którzy nie zdążyli jeszcze nabyć wiedzy i doświadczenia życiowego pozwalającego na poradzenie sobie z zaprezentowanym na ekranie problemem. Jak wskazuje M. Bogunia-Borowska, seriale prowokują młodych odbiorców do zestawiania własnych przeżyć z losami bohaterów i odnajdywania sposobów na rozwiązanie przeżywanych problemów⁴⁶⁴. Natomiast postawienie przed dylematem na który nie znajdujemy rozwiązania może zaburzać poczucie bezpieczeństwa i budować zagubienie w zawilej rzeczywistości⁴⁶⁵.

Kolejnym ważną obserwacją badaczy jest fakt, że współczesne seriale niekoniecznie mają pozytywne zakończenie. J. Dukaj porównuje je do średniowiecznych i renesansowych moralitetów podejmujących tematykę wyboru pomiędzy dobrem i złem, potępieniem i zbawieniem. Pomimo, że żaden gatunek serialowy nie jest w stanie w pełni zobrazować otaczającej rzeczywistości, według K. Arcimowicz zniekształcona i pesymistyczna wizja człowieka i świata może być bliższa ukazania prawdy niż w serialach tradycyjnych⁴⁶⁶.

Neoseriale stanowią odzwierciedlenie kulturowych i obyczajowych przemian społecznych obserwowanych w zachodnim świecie a wiążących się ze zwiększeniem swobody seksualnej, wzrostem liczby związków nieformalnych, sekularyzacją społeczeństwa, wyemancypowaniem kobiet czy wzrostem tolerancji w stosunku do osób nieheteronormatywnych. Na taki sposób ukazania świata we współczesnych produkcjach miała

⁴⁶³ Tamże, s. 43.

⁴⁶⁴ M. Bogunia-Borowska, *Fenomen telewizji: Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2012, s. 130.

⁴⁶⁵ K. Arcimowicz, *Antybohaterowie neoseriali...*, s. 45.

⁴⁶⁶ Tamże.

również wpływ postmodernistyczna refleksja, której zasadniczą zasadą jest wątpienie⁴⁶⁷.

3.5. Funkcje serialu z perspektywy widza

Współczesna kultura – kultura 2.0 – często nazywana jest kulturą nadmiaru pozwalającą swoim odbiorcom na zaspokajanie potrzeby rozrywki i przyjemności. Jednak kompetentny, wykształcony i względnie zamożny widz nie koniecznie korzysta z popkultury w sposób bezmyślny czy eskapistyczny⁴⁶⁸.

Oglądanie seriali dostarcza widzom różnego rodzaju przyjemności. Po pierwsze tych wynikających z podziwiania aspektu wizualnego produkcji, zanurzenia się w serialowej rzeczywistości, przeżywania emocji postaci czy identyfikowania się z nią. Co więcej, nowe seriale dają odbiorcy możliwość niemalże intymnego uczestniczenia w przeżyciach bohaterów. Oglądana historia jest samodzielnie rozwijającym się procesem, a nie zamkniętym dziełem. Dlatego odbiorcy odnoszą wrażenie uczestnictwa w czymś prawdziwym⁴⁶⁹. Seriale odbierane są przez widzów jako równoważnik rzeczywistości. Prezentują wiele elementów, z którymi konsument spotyka się w świecie realnym, co często przyczynia się do powstawania reakcji zbliżonych do tych jakie wywołuje obcowanie z rzeczywistością. Serialowy świat po przez swoją ciągłość jest mniej ulotny, a cykliczność z jaką widz spotyka bohaterów pozwala mu zaangażować się w tą relację jak również identyfikować z danymi charakterem⁴⁷⁰. Dzięki tym cechom *serial pełni funkcję mediacyjną pomiędzy światem realnym widza, a rzeczywistością wykreowaną przez twórców produkcji*⁴⁷¹. Natomiast samo zanurzanie się w serialowa rzeczywistość jest często umotywowane pragnieniem emocjonalnego doświadczenia sytuacji, w których nie uczestniczymy na co dzień⁴⁷².

Dla przedstawicieli pokoleń cyfrowych oglądanie seriali to uczestniczenie w kulturze, a doświadczenie to pozwala im na rozwój więzi społecznych i poczucie wspólno-

⁴⁶⁷ Tamże, s.46.

⁴⁶⁸ M. Lisowska-Magdziarz, *Od redaktora: Seriale...*, s. 3.

⁴⁶⁹ Ł. Sokołowski, *Serial jako element praktyk społecznych*, „Kultura i Społeczeństwo”, 2011, nr 2–3, s. 194-195.

⁴⁷⁰ G. Zyzik, *Bazinga! Rozważania o nerdach i geekach*, [w:] Panek B., Wójtowicz A. (red.) *Między trendem a tradycją. Kulturowe oblicza seriali*, UMCS, Lublin 2015, s. 116.

⁴⁷¹ J. Kwiek, *Telenowela a edukacja. Studium psychologiczne*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2005, s. 36.

⁴⁷² M. Bogunia-Borowska, *Fenomen telewizji...*, s. 130.

towości. Dostęp do wideo na żądanie dostarcza widzom tematów do rozmów, zarówno tych online jak i offline. W erze telewizji tradycyjnej, charakteryzującej się określonym czasem emisji każdej audycji, taka forma uczestnictwa w kulturze była znacznie trudniejsza.

Ponadto innego rodzaju przyjemności dostarcza nowy sposób konsumpcji treści telewizyjnych jakim jest *binge-watching*⁴⁷³. Taśmowe oglądanie seriali pozwala na intensywniejsze niż w przypadku filmu, przywiązanie do bohatera i poznanie jego charakteru. Badania G.D. Webster i J. T. Campbell z Uniwersytetu Florydy wykazały, że badani widzowie *Gry o Tron* byli w stanie jednogłośnie ocenić poszczególne cechy osobowości postaci występujących serialu. Do badania wykorzystano dwie wystandaryzowane metody psychologiczne (*Big Five* i *Dark Tetrad Personality*) które pozwoliły na uzyskanie spójnych profili osobowościowych poszczególnych bohaterów po przez ocenę na skali łącznie dziewięciu różnych cech. Pomimo złożoności badania oceny respondentów były wyjątkowo spójne, co świadczy o tym, że widzowie mieli możliwość dobrego poznania postaci⁴⁷⁴. Taka znajomość bohatera przekłada się na pozytywną recepcję serialu jako całości, a co za tym idzie – pozwala lepiej poznać psychologiczną konstrukcję postaci, czy zrozumieć jej motywację. Dodatkowo umożliwia łatwiejsze docenienie całości narracyjnej budowy serialu i dostrzeżenie szczegółów⁴⁷⁵.

Jeszcze innym rodzajem przyjemność jest ironizowanie i wyśmiewanie oglądanej audycji⁴⁷⁶. P. Siuda zwraca uwagę, że część telewidzów lubi oglądać programy, którymi jednocześnie pogardza. Krytykując tworzą własne znaczenia przeciwko ich sensom⁴⁷⁷. Zjawisko to nosi nazwę *hate-watchingu* i staje się coraz bardziej rozpowszechnione wśród odbiorców⁴⁷⁸.

⁴⁷³ Zjawisko zostało szerzej zaprezentowane i scharakteryzowane w drugim rozdziale

⁴⁷⁴ G.D. Webster, J.T. Campbell, *Personality perception in Game of Thrones: Character consensus and assumed similarity*, „Psychology of Popular Media”, 2023, t. 12, nr 2, s. 207–218.

⁴⁷⁵ Co ciekawe jak wykazuje A. Karasińska emocjonalny stosunek do serialu nie koniecznie musi przełożyć się na praktyki fanowskie. w związku z czym nie można utożsamiać *binge-watchingu* a fantomem.[...] oglądanie różnych seriali w większej liczbie niż jeden odcinek podczas jednej sesji – związany jest z mniejszym nakładem przygotowań i wynika przede wszystkim z potrzeby relaksu, A. Karasińska, *Pomiędzy ramówką a serialowym obżarstwem. Jak Polacy oglądają seriale?* „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków, 2016, t. 59, nr 1 (225), s. 60, 61.

⁴⁷⁶ K. Cikała, *Życie w rytmie...*, s.47.

⁴⁷⁷ P. Siuda, *Polski antyfan*, „Kultura Popularna”2008, t. 3 nr 21, s. 33- 40.

⁴⁷⁸ M. Stanoeva, *Hate Watching Trash TV: Intersections of Class and AntiFandom*, Graduate Program in Communication and Culture, York University, Toronto 2016, s. 2.

3.6. Serial jako narzędzie globalizacji

Kolejnym ważnym aspektem jaki należy poruszyć przy próbie charakterystyki współczesnych seriali jest rola jaką odgrywają w globalnym rozprzestrzenianiu kultury, trendów czy obyczajów zakorzeniających się w innych społeczeństwach. Imperializm kulturowy rozumiany dotychczas jako poszerzanie wpływów kultury amerykańskiej, dzisiaj chociaż nie ma takiego podłoża jak w przeszłości jest jeszcze bardzo wyrazisty i skuteczny. Współczesna dominacja wiąże się z nadpodażą a nie jakością czy samą treścią produktu telewizyjnego. Jak podaje D. Baran pierwszym przejawem kulturowej ekspansji jest jego zagraniczna emisja, natomiast drugim adaptacja formatów i tworzenie lokalnych remake'ów⁴⁷⁹. Produkcje tego typu są mocno uzależnione od wymogów licencyjnych oraz uwarunkowań kulturowych kraju emisji⁴⁸⁰.

Jest to szczególnie widoczne w odniesieniu do treści kierowanych do młodych widzów. W ostatnich latach właściwie nie można mówić o polskich produkcjach dla młodzieży. Młodzi bohaterowie pojawiają się w rodzimych produkcjach jako drugoplanowy wątek, gdzie zazwyczaj są dziećmi głównych bohaterów, a ich problemy nie stanowią zasadniczego tematu opowiadanej historii. Telewizja tradycyjną nie traktuje młodzieży jako docelowego odbiorcy i odchodzi od produkowania treści dla wąskiego grona lokalnych odbiorców, podczas gdy ci coraz chętniej sięgają po międzynarodowe produkcje telewizji strumieniowej. To właśnie media strumieniowe dostrzegając niezagospodarowany rynek koncentrują się na młodych widzach oferując bogatą ofertę dla tej grupy wiekowej.

Neoserial ma być wiarygodny i czytelny dla *globalnego nastolatka*, którego tożsamość, jak podaje Z. Melosik jest współcześnie w znacznie większym stopniu kształtowana przez popkulturę i mass media, niż przez wartości narodowe, czy rodzinne. Globalny nastolatek swobodnie korzystający z Internetu, słuchający zagranicznej muzyki a przede wszystkim permanentnie zanurzony w wirtualnym świecie, ogląda te same serie co jego rówieśnicy w innych krajach, nie będąc uzależniony od krajowego nadaw-

⁴⁷⁹ Za przykład rumaków dostępnych na polskim rynku może posłużyć *Ojciec Mateusz* oparty na włoskim *Don Matteo*, odkupiona od amerykańców *Niania* czy *Miodowe lata* będące polską wariacją na temat *The Honeymooners* i *Jackie Gleason Show*.

⁴⁸⁰ D. Baran, *Wymiary współczesnego...*, s. 8-9.

cy przy doborze treści. Podobnie ze względów ekonomicznych produkcja skierowana i czytelna tylko dla wąskiego grona odbiorców jest coraz mniej uzasadniona⁴⁸¹. Dodatkowym atutem globalnych produkcji jest większy budżet, który wpływa na różnicę w sposobie ich realizacji i zapleczu technicznym, co zwiększa atrakcyjność tych treści dla odbiorcy⁴⁸².

Ze względu na swój globalny charakter produkcje młodzieżowe, aby rzeczywiście być uniwersalnymi dla odbiorcy muszą poruszać tematy, wpisujące się w doświadczenia mieszkańca globalnej wioski, dlatego częstymi zagadnieniami są edukacja, rozwój czy dojrzewanie⁴⁸³. Być może właśnie przez chęć bycia kulturowo uniwersalnymi coraz więcej z nich porusza zagadnienia z zakresu psychologii, gdyż różnego rodzaju trudności czy kryzysy psychologiczne takie jak kształtowania tożsamości, rozwój osobowości czy budowanie pierwszych intymnych relacji są egalitarnymi doświadczeniami. Są to powracające motywy w gatunkach narracyjnych, a jako przykład produkcji, koncentrujących swoją fabułę głównie na aspektach psychologicznych mogą posłużyć: *Atypowy* (2017) czy *Sex Education* (2019), które szczególnie eksplorują tą tematykę. Pierwszy z nich opowiada historię Sama, chłopca z wysoko funkcjonującym zaburzeniem ze spektrum autyzmu. Serial przedstawia cały kontekst funkcjonowania bohatera w rodzinie i w szkole. Widz obserwuje dynamikę relacji rodzinnych i rówieśniczych stanowiących zaplecze doświadczanych przez bohatera emocji, czy podejmowanych decyzji. Co za tym idzie produkcja oferuje szeroką perspektywę dojrzewania i rozwoju osobistego bohatera. Dodatkowo serial normalizuje pojęcie autyzmu oraz przyczynia się do zwiększenia świadomości społecznej na temat tego zaburzenia. Co wydaje się istotnym zadaniem w związku ze wzrastającą ilością stawianych diagnoz, zwłaszcza w Stanach Zjednoczonych i Europie. Jak podaje na swojej stronie Fundacja Autismo, świadcząca pomoc osobom dotkniętym tym zaburzeniem, jest ono diagnozowane u 1 na 54 dzieci, a wzrost zachorowalności stale rośnie⁴⁸⁴.

⁴⁸¹ Z. Melosik, *Kultura popularna i tożsamość młodzieży. w niewoli władzy i wolności*, Kraków 2013, s. 141.

⁴⁸² W. Jakubowski, *Sex Education...*, s.23.

⁴⁸³ Z. Melosik, *Kultura popularna...*, s. 141.

⁴⁸⁴ Fundacja Autismo, <http://www.autismo.pl/wiedza-o-autyzmie/jak-czesto-wystepuje-autyzm-epidemiologia/> (dostęp: 05.02.23)

Głównym tematem kolejnej przywołanej powyżej produkcji – *Sex Education* jak sam tytuł wskazuje jest edukacja seksualna. Serial przedstawia historię 17-letniego Otisa, syna znanych seksuologów. Ponieważ Otis jest zaznajomiony z pracą swojej mamy, postanawia wykorzystać wiedzę i pomóc szkolnym kolegom i koleżankom rozwiązać pojawiające się w tym temacie obawy i wątpliwości. Serial podejmuje próbę obiektywnego przedstawienia zagadnień edukacji seksualnej, nie zaburzającego postrzegania przez widza rzeczywistości. Bohaterowie zdobywają pierwsze doświadczenia seksualne i podchodzą do tematu z dużym zainteresowaniem i krytycznym nastawieniem, a twórcom udało się utrzymać całość produkcji w lekkim stylu⁴⁸⁵. Chociaż osią akcji serialu jest seksualność uczniów, nie jest on jednak ograniczony tylko do tego aspektu ich życia, ukazując szerszą perspektywę funkcjonowania współczesnej młodzieży dorastającej w globalnym świecie⁴⁸⁶. Seriale strumieniowe kierowane do międzynarodowej publiczności aby być uniwersalnymi eksplorują globalistyczną treść. Wykazana powyżej tematyka psychologiczna w produkcjach młodzieżowych z pewnością do nich należy. Media strumieniowe coraz częściej przedstawiają egalitarne kryzysy egzystencjalne, które na swojej drodze napotyka każdy człowiek, a których rozwiązanie umożliwia kształtowanie dojrzałej osobowości. Jednak równolegle obserwujemy drugi trend polegający na głośnym mówieniu o problemach zdrowia psychicznego młodego pokolenia.

3.7. Zdrowie psychiczne w produkcjach młodzieżowych

Pierwszą produkcją, której emisja odbiła się szerokim echem zarówno w mediach jak i debacie publicznej na temat prezentacji problemów zdrowia psychicznego, był młodzieżowy serial *13 Powodów* poruszający kwestię samobójstwa osoby nieletniej. W marcu 2017 roku Netflix wydał pierwszy sezon serialu, bazującego na powieści J. Ashera o tym samym tytule. Serial opowiada historię nastolatki, która popełnia samobójstwo z powodu serii bolesnych wydarzeń takich jak zdrada, napaść seksualna, zastraszanie przez rówieśników, brak wsparcia ze strony przyjaciół, rodziny i personelu szkoły. Pośmiertnie poprzez list samobójczy oraz serię kaset audio ujawnia rówieśnikom

⁴⁸⁵ D. Forni, *Young adults and tv series. Netflix and new form of serial narratives for young viewers*, „MeTis, Mondi Educativi. Temi, indagini, suggestioni”, 2020, t. 10, nr 1, s. 298.

⁴⁸⁶ W. Jakubowski, *Sex Education*..., s. 24.

przyczyny swojej decyzji. Każdy odcinek prezentuje jeden z 13 powodów, natomiast w ostatni przedstawia nastolatkę tnącą sobie nadgarstki w wannie⁴⁸⁷.

Serial zyskał ogromną popularność, w samych Stanach Zjednoczonych dotarł do 6,08 milionów widzów w ciągu pierwszych trzech dni od premiery 6 odcinka drugiego sezonu. Z czego szacuje się, że 75% z tych widzów to osoby do 34 roku życia i młodsze⁴⁸⁸. Podobnie w Polsce serial cieszy się dużym zainteresowaniem, o czym świadczy jego obecność w pierwszej dziesiątce prawie każdego rankingu najpopularniejszych seriali młodzieżowych⁴⁸⁹. Badania Netflix'a z 2018 roku w których udział wzięło 5 400 rodziców i dzieci 5 krajów wykazały, że 75% badanych uznaje *13 Powodów* za realistyczny obraz szkoły średniej, a prezentację sposobów radzenia sobie z problemami takimi jak depresja czy zastraszanie przez rówieśników jako dokładne odzwierciedlenie rzeczywistości.

Serial wzbudził duże poruszenie wśród swoich odbiorców, o czym świadczy liczba postów na temat produkcji opublikowanych na Twitterze, gdzie *13 Powodów* zajęło 5. miejsce (wśród komentowanych programów). Netflix szybko zdecydował się na emisję kolejnego sezonu, promując go jako katalizator ważnych dyskusji na temat zdrowia psychicznego⁴⁹⁰. Po premierze programu nauczyciele i osoby zajmujące się zdrowiem psychicznym wyrazili zaniepokojenie, że może on stanowić źródło inspiracji dla młodzieży. To przeczucie okazało się słuszne, znajdując swoje potwierdzenie w badaniach⁴⁹¹. J.W. Ayers⁴⁹² wraz ze współpracownikami wykazali wzrost ilości wyszukiwanych haseł powiązanych z samobójstwem w wyszukiwarce Google bezpośrednio po wydaniu

⁴⁸⁷ P. Plager i in. *References to Netflix "13 Reasons Why" at clinical presentation among 31 pediatric patients*, „Journal of Children and Media”, 2019 s. 317-327,

⁴⁸⁸ M. J. Grant i in. *Commentary: Thirteen Reasons Why: The Impact of Suicide Portrayal on Adolescents' Mental Health*, „Journal Of Mental Health And Clinical Psychology”, 2020, t. 4, nr 2, s. 46.

N. Nowecka, *Najlepsze seriale dla nastolatków. Seriale młodzieżowe, które musicie obejrzeć* [LISTA TOP 8] <https://www.radiozet.pl/Seriale/Top-8-Najlepsze-seriale-dla-nastolatkow-Seriale-mlodziowowe-kto-re-musicie-obejrzec>; (dostęp: 02.12.20) ⁴⁸⁹ *Najlepsze seriale młodzieżowe. Produkcje dla młodzieży* [TOP 10] <https://kultura.onet.pl/film/wiadomosci/najlepsze-seriale-mlodziowowe-produkcje-dla-mlodziwy-top-10/s7qcwtw>; (dostęp: 02.12.2020, TOP 10 seriali młodzieżowych na Netflixie <https://www.granice.pl/publicystyka/najlepsze-seriale-mlodziowowe-netflix/1535/1>; (dostęp 02.12.2020)

⁴⁹⁰ P. Plager i inni, *References to Netflix*,... s. 320.

⁴⁹¹ Prezentacja zaburzeń psychicznych w mediach i wtórne konsekwencje wpływu tych treści na odbiorców stają się coraz częstszym przedmiotem prac badawczych, z które wykazują dodatni związek między ekspozycją na tego typu treści a pogorszeniem stanu zdrowia psychicznego czy podjęciem próby samobójczej. Por. Çelik, Kalenderoğlu, Almiş i Turgut, 2016; Cheng, Li, Silenzio i Caine, 2014; Gould, Kleinman, Lake, Forman i Midle, 2014; Mueller, 2017; Sisask i Värnik, 2012;

⁴⁹² J.W. Ayers i inni, *Internet searches for suicide following the release of 13 Reasons Why*, „JAMA Internal Medicine”, 2017, t. 177, nr 10, s. 1527.

serialu, w porównaniu do stanu sprzed premiery. Natomiast V. Hong i współpracownicy w swoich badaniach wykazali, że ponad połowa ankietowanych dzieci znajdujących się na psychiatrycznym oddziale ratunkowym, które oglądały program, uważa, że zwiększa on ryzyko samobójstwa⁴⁹³. Jak oceniają B. Plager, M. Zarin-Pass i M.B. Pitt w swojej klinicznej analizie potencjalnego wpływu serialu na osoby hospitalizowane w ich ośrodku *13 powodów* Netflixa narusza normy przyjęte dla prezentacji samobójstwa w mediach. Jak twierdzą, samobójstwo jest przedstawione jako rozwiązanie problemu społecznego, natomiast choroba psychiczna bagatelizowana⁴⁹⁴. Badacze przeanalizowali 5,1 miliona udokumentowanych sesji klinicznych przeprowadzonych w Fairview Health Services w Minesocie w okresie do 23 tygodni po premierze programu. Wyniki pokazały, że 31 pacjentów podczas 63 spotkań, w swoich wypowiedziach nawiązało do serialu *13 Powodów*. Wszystkie za wyjątkiem jednej pojawiały się w odniesieniu do prezentacji myśli samobójczych lub próby samobójczej. W większości przypadków pacjent lub opiekun jednoznacznie stwierdzali, że obejrzenie serialu przyczyniło się do nasilenia problemu pacjenta⁴⁹⁵.

Natomiast Rosa⁴⁹⁶ i współpracownicy udowadniają, że osoby które miały większe poczucie smutku, apatię lub myśli o samookaleczeniu czy samobójstwie częściej zgłaszały spadki nastroju po obejrzeniu programu. Świadczy to o tym, że osoby z historią zaburzeń psychicznych są bardziej narażone na negatywny wpływ mediów, a treści medialne mogą na nie wpływać w inny sposób niż na osoby mniej wrażliwe⁴⁹⁷. Szczególny niepokój badaczy wzbudziło naśladowanie przez młodzież bohaterki. Wyniki ich badań wykazują, że fikcyjna prezentacja samobójstwa w mediach może wpływać na zachowania samobójcze u podatnych na wpływ nastolatków, naśladowujących bohatera, ubierając się tak jak on i przygotowując do samobójstwa w taki sam sposób jak ten przedstawiony w serialu. Podczas badania dwie pacjentki opisały zmianę swojego wyglądu, w celu upodobnienia się do postaci z programu, dwie kolejne zostały przyjęte na oddział po spisaniu swoich *13 Powodów*, a jedna z nich opisała obsesję na punkcie sceny przed-

⁴⁹³ V. Hong i inni, *13 Reasons Why: Viewing patterns and perceived impact among youths at risk of suicide*. „Psychiatric Service”, 2018, s. 107-114.

⁴⁹⁴ P. Plager i inni, *References to Netflix 13 Reasons Why...*, s. 317-327.

⁴⁹⁵ Tamże, s. 320.

⁴⁹⁶ G.S.D. Rosa, i inni, *Thirteen Reasons Why: The impact of suicide portrayal on adolescents' mental health*. Journal of Psychiatry Research, 2019, 108 s. 2-6.

⁴⁹⁷ M. J. Grant i inni, *Commentary: Thirteen Reasons...*, s. 48.

stawiającej samobójstwo, którą obejrzała wielokrotnie i rozważała podjęcie podobnych kroków⁴⁹⁸. Jednak największą kontrowersję wokół *13 Powodów* budzi rozdzźwięk między intencją popularnego programu a rzeczywistym przekazem wysyłanym do młodzieży. Program, jak deklarują twórcy, miał na celu zwrócenie uwagi na kwestię zdrowia psychicznego i wywołanie dyskusji wykorzystując do tego zyskujący w tym czasie na popularności serwis streamingowy Netflix. Jednak dostarczył on przykładów, w jaki sposób się samookaleczać, czy podjąć próbę samobójczą. Jak wykazują badania, forma w jakiej zostało przedstawione samobójstwo w serialu ma znaczny wpływ na widzów, doświadczających problemów psychicznych, zwłaszcza na tych, którzy rozważali samobójstwo lub dokonali samookaleczenia, aby poradzić sobie z traumą, zaniedbaniem czy nadużyciami⁴⁹⁹.

Organizacje takie jak Centers for Disease Control and Prevention i Światowa Organizacja Zdrowia, zaniepokojone potencjalnym wpływem powyższych treści na młodych odbiorców w 2017 roku dostarczyły szczegółowych wytycznych w jaki sposób samobójstwo powinno być prezentowane. Zaleciły one unikanie graficznej prezentacji i opisu szczegółowych kroków podjętych w celu realizacji czy przedstawiania samobójstwa jako konstruktywnego rozwiązania problemu.⁵⁰⁰ Na fali krytyki serialu Netflix wprowadził dodatkowe ostrzeżenie o charakterze prezentowanych treści, oraz informację, gdzie poruszony widz może szukać pomocy⁵⁰¹.

Kolejnym często obrazowany na ekranie problem psychologiczny z takim mierzą się młodzi ludzie są zachowania opozycyjno-buntownicze. Jak podaje obowiązująca w Polsce Międzynarodowa Statystyczna Klasyfikacja Chorób i Problemów Zdrowotny-

⁴⁹⁸ P. Plager i inni, *References to Netflix 13 Reasons Why...*, s. 318.

⁴⁹⁹ M. J. Grant i inni, *Commentary: Thirteen Reasons...*, s. 47. Naśladowanie zachowań samobójczych w kulturze nie jest jednak zjawiskiem nowym. w 1774 roku po premierze powieści Johanna Wolfganga Goethego *Ciepłota Młodego Wertera* zaobserwowano wzrost samobójstw wzorowanych na śmierci głównego bohatera książki. Zjawisko to spowodowało pojawienie się terminu *Efekt Wertera*, nawiązującego do silnej inspiracji i identyfikacji z bohaterem, skutkującej podjęciem próby samobójczej. Badania nad tym zjawiskiem pokazują, że prawdopodobieństwo wystąpienia Efektu Wertera jest najwyższe w ciągu trzech dni od ekspozycji na informację o samobójstwie, następnie zmniejsza się utrzymując na takim samym poziomie przez około dwa tygodnie. Jednak przy częstym powracaniu do tego wydarzenia, ryzyko próby samobójczej utrzymuje się dłużej (J. Szymańska, *Zapobieganie samobójstwom dzieci i młodzieży, Poradnik dla pracowników szkół i placówek oświatowych oraz rodziców.*, Wyd. II, „Ośrodek Rozwoju Edukacji”, Warszawa 2012, s. 25.)

⁵⁰⁰ World Health Organization, *Preventing suicide: a resource for media professionals – Update 2017*, <http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/258814/1/WHO-MSD-MER-17.5-eng.pdf?ua=1>. (dostęp: 22.11.20)

⁵⁰¹ British Broadcasting Corporation, *Netflix adds warning to 13 Reasons Why after criticism from mental health charities*, 05. 2017, <https://www.bbc.com/news/newsbeat-39778848> (dostęp: 11.05.22).

ch ICD-10⁵⁰², mieszczą się one w zakresie zaburzeń zachowania i charakteryzowane są jako uporczywe i powtarzające się wzorce aspołecznego, agresywnego i buntowniczego zachowania. Co ważne nie są one utożsamiane z buntem czy złośliwością dziecięcą, lecz wiążą się z naruszeniem społecznych oczekiwań względem dziecka w danym wieku. Tym, co wyróżnia zaburzenia zachowania, jest ich trwały charakter o długości przynajmniej 6 miesięcy. a żeby je zdiagnozować musi wystąpić przynajmniej cztery z zachowań takich jak: utrata panowania nad sobą, częste kłótnie z dorosłymi, częste buntowanie się lub odmawianie stosowania się do wymagań czy zasad wyznaczanych przez dorosłych, rozmyślne dokuczanie innym, obwinianie innych za własne błędy czy niewłaściwe zachowania, częste przewrażliwienie lub drażliwość wobec innych, uczucie gniewu lub rozżalenia, mściwe lub złośliwe zachowania.

Za przykład produkcji obrazujących zachowania aspołeczne odbiegające od ogólnie przyjętych norm mogą posłużyć dostępne na Netflixie seriale młodzieżowe takie jak *Trinkets* (2019) czy wspomniany przy gatunkowości *End of the F***ing World* (2017). Pierwsza z produkcji przedstawia historię trzech należących do różnych środowisk nastolatków, które nawiązują relację ze względu na wspólne hobby – kradzież sklepową. Drugi tytuł może zaniepokoić odbiorcę już na samym początku pierwszego odcinka, kiedy główny bohater James w monologu mającym na celu przedstawić jego postać mówi: *Jestem James. Mam 17 lat i jestem prawie pewien, że jestem psychopatą. Miałem osiem lat, kiedy zdałem sobie sprawę, że nie mam poczucia humoru. (...) Zawsze chciałem uderzyć mojego tatę w twarz. (...) Kiedy miałem 9 lat (tata) kupił frytkownicę, zainspirowały go telezakupy. Wsadziłem do niej rękę... chciałem coś poczuć. Kiedy miałem 15 lat włożyłem kota sąsiadów do pudła i wyniosłem do lasu... nie wiem jak się nazywał... (James podrzyna kotu gardło słysząc jego ostatnie miauczenie). Potem zabiłem więcej zwierząt i pamiętam każde z nich. (kamera pokazuje stół na którym znajdują się ciała wszystkich zabitych przez Jamesa zwierząt)(...) Szkoła mnie nudziła, ale było to dobre miejsce do obserwacji i selekcji, bo miałem plan. Chciałem zabić coś większego, znacznie większego⁵⁰³.*

⁵⁰² *Klasyfikacja zaburzeń psychicznych i zaburzeń zachowania w iCD-10*, Uniwersyteckie Wydawnictwo Medyczne „Vesalius”, Warszawa 1998, s. 140.

⁵⁰³ [netflix.com/The End of the F***ing World](https://www.netflix.com/The-End-of-the-F***ing-World).

W kontekście przemocy prezentowanej na ekranie, nie sposób nie odnieść się do bijącej rekordy popularności, południowokoreańskiej produkcji Netflixa – *Squid Game*. Mający premierę 17 września 2021 roku serial już tydzień później został okrzyknięty zarówno najchętniej oglądaną produkcją roku, jak i najpopularniejszym nieanglojęzycznym serialem w historii platformy. 13 października Netflix przerwał spekulacje wydając na Twitterze oświadczenie potwierdzające, że *Squid Game* obejrzano w co najmniej 111 mln gospodarstw domowych subskrybujących portal i tym stał się on najpopularniejszą produkcją w historii platformy⁵⁰⁴.

Pomimo, że serial swoją nazwą i fabułą nawiązuje do popularnych w Korei Południowej gier dziecięcych, ze względu na pojawiające się w produkcji sceny przemocy, został zaklasyfikowany jako dramat dla widzów powyżej 16 roku życia. Przedstawia on historię grupy osób zmagających się z poważnymi kłopotami finansowymi, którzy w celu poprawy sytuacji materialnej zrzekają się praw do własnego ciała, biorąc udział w niebezpiecznej grze. Z 456 zawodników startujących w rozgrywkach ogromną fortunę wygrywa tylko jeden, natomiast przegrani przypłacają udział w grze własnym życiem⁵⁰⁵. Serial w realistyczny sposób pokazuje brutalne strzały prosto w głowę, bryzgającą krew czy śmiertelne upadki z wysokości. Jednym z wątków serialu są prezentowane sceny pobierania organów od umierających po nieudanej egzekucji graczy. Ponadto produkcja pokazuje strach i rozpacz bohaterów oraz okrucieństwo ich oprawców⁵⁰⁶.

Pomimo, że serial jest przeznaczony dla starszych odbiorców panuje powszechne przekonanie o jego popularności wśród dzieci, o czym świadczy znaczna ilość treści publikowanych przez nie na Instagramie czy TikToku (popularnym wśród dzieci nawet mimo regulaminowych ograniczeń wiekowych, poniżej 13 roku życia), a nawiązujących do scen z serialu⁵⁰⁷. Aby zetknąć się z treścią produkcji nie trzeba mieć dostępu do Netflix, nie trzeba było nawet oglądać serialu. Mówili o nim popularni youtuberzy, a w internecie dostępne są zwiastuny, recenzje a nawet nagrania imitujące brutalne rozgryw-

⁵⁰⁴ M. Radkowski, *Popularność "Squid Game" zaskoczyła nawet Netfliksa. Skąd ten sukces? "Serial idealnie trafił w swój moment"*, wirtualnemedia.pl, 16.10.2021 (dostęp: 10.05.22.)

⁵⁰⁵ B.J. Babaujee, S.S. Varghese, *Unknown citizens in the Squid Game: a study on state domination in Hwang-Dong-Hyuk's Korean drama „Squid game”*, „Research Journal of English Language and Literature”, t. 9, nr 4, 2021, s.121.

⁵⁰⁶ Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, <https://fdds.pl/o-fundacji/co-nowego-w-fundacji/squid-game-serial-nie-dla-dzieci.html> (dostęp: 10.05.22)

⁵⁰⁷ N. Siregar, A. i in., *The Cultural Effect of Popular Korean Drama: Squid Game*, „IDEAS: Journal on English Language Teaching and Learning, Linguistics and Literature”, 2021, t. 9, nr 2, s. 446.

ki⁵⁰⁸. Podobne informacje świadczące o popularności serialu napływały ze szkół z całego świata. Nauczyciele zaobserwowali, że produkcja jest częstym tematem rozmów popodiecznych, a poszczególne konkurencje prezentowane w serialu, są przez nich odtwarzane podczas przerw. Ze względu na jego agresywny przekaz placówki edukacyjne w Stanach Zjednoczonych, Irlandii i Irlandii zabroniły uczniom noszenia halloweenowych kostiumów nawiązujących do serialu. Wywołało to znaczne poruszenie, spotykając się zarówno z krytyką jak i poparciem oraz poszukiwaniem odpowiedzi na pytanie jak jednocześnie chronić dzieci i dawać im możliwość wyrażania siebie⁵⁰⁹. Film stał się też inspiracją do rozgrywek online, tego typu treści oferuje np. platforma Roblox, ciesząca się popularnością wśród dzieci w wieku wczesnoszkolnym i młodszych. Również w internecie można było zaobserwować intensywną promocję gadżetów nawiązujących do serialu jak kostiumy graczy i strażników, kubki, koszulki, bluzy a nawet klocki umożliwiające budowę znanej z filmu areny⁵¹⁰. Powyższe obserwacje przyczyniły się do rozpoczęcia debaty publicznej na temat wpływu produkcji i potencjalnych konsekwencji dla dzieci. W Polsce o problemie głośno mówi Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, która na swoich stronach zamieściła apel do rodziców i nauczycieli, naświetlający problem, jak i dostarczający praktycznych instrukcji w jaki sposób rozmawiać z dziećmi, które miały styczność z produkcją. Fundacja uruchomiła czynny 24h na dobę, 7 dni w tygodniu telefon zaufania pod którym eksperci oferują pomoc rodzicom, nauczycielom, jak i dzieciom nie radzącymi sobie z emocjami po obejrzeniu serialu. Również Polska Policja zdecydowała się głośno mówić i ostrzegać przed niebezpiecznym wpływem serialu udostępniając apel fundacji⁵¹¹.

3.8. Nowe praktyki oglądania seriali

Analizując neoseriale nie sposób nie poruszyć zmian w sposobie odbioru współczesnych produkcji. Jak zostało wykazane powyżej nowe międzygatunkowe seriale, docie-

⁵⁰⁸ B. Galas, *Squid game dotarło do polskich szkół, uczniowie imitują swoją śmierć. Ekspertka wyjaśnia jak oglądanie serialu wpływa na psychikę*. <https://strefaedukacji.pl/squid-game-dotarlo-do-polskich-szkol-uczniowie-imituja-swoja-smierc-ekspertka-wyjasnia-jak-ogladanie-serialu-wplywa-na-psychike/ar/c5-15870343> (dostęp: 10.05.22.)

⁵⁰⁹ N. Siregar, A. i inni, *The Cultural Effect...*, s. 447-448.

⁵¹⁰ Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, <https://fdds.pl/o-fundacji/co-nowego-w-fundacji/squid-game-serial-nie-dla-dzieci.html> (dostęp: 10.05.22)

⁵¹¹ Tamże.

rające do globalnego widza, posiadające ogromny budżet oraz operujące nowymi technologiami w celu przyciągnięcia odbiorcy, znacząco zmieniły dotychczasowe wzorce konsumpcji treści medialnych.

Kiedy w maju 2013 roku, Netflix wydał piętnaście odcinków nowego sezonu serialu *Arrested Development*, raporty wykazały, że około 10% widzów obejrzało wszystkie w ciągu dwudziestu czterech godzin⁵¹². Nie był to jednak pierwszy przypadek kiedy platforma zdecydowała się na symultaniczną publikację całego sezonu programu. Podobne zjawisko było obserwowane w przypadku publikacji oryginalnych produkcji Netflixu *House of Cards* czy *Orange Is the New Black*, kiedy znaczny odsetek publiczności oglądał kolejne odcinki, pochłaniając cały sezon w zaledwie kilka dni. Publikacja wszystkich epizodów seriali przyczyniła się do nowego trendu w oglądaniu. *Binge-watching* jest popularny zwłaszcza wśród pokolenia Y i z stanowiących największy odsetek użytkowników Netflixu⁵¹³. Jednak młode pokolenie poszło o krok dalej by po odbytym serialowym maratonie przenieść się do social mediów, aby podzielić się swoją (zazwyczaj pozytywną) opinią na temat właśnie obejrzanych treści. Wideo na żądanie umożliwia widzom udział w rozmowach o kulturze, zarówno online i offline. Seriale emitowane w tradycyjnej telewizji wiązały się z określonym harmonogramem, co sprawiało, że powrót do przegapionego odcinka był właściwie niemożliwy.

Jak pisze U. Solińska, wzrost popularności seriali należy upatrywać właśnie w zwiększeniu ich dostępności po przez możliwości oglądania online. Młode pokolenie woli oglądać ulubione seriale w internecie niż za pośrednictwem telewizji tradycyjnej⁵¹⁴.

Dzięki rozbudowanej ofercie programów telewizyjnych i filmów, oglądaniu bez reklam, oraz możliwości płynnego oglądania odcinka po odcinku Netflix przyzwyczaił widzów do elastyczności w zakresie tego co, kiedy i jak oglądają. Telewizja strumieniowa dopasowuje się do potrzeb odbiorcy a ulubiony serial jest zawsze w zasięgu ręki.

⁵¹² A. Wallenstein, *'Arrested Development' Draws Big Early Netflix Audience*. „Variety”. Variety Media, 28.05.2013r. <https://variety.com/2013/digital/news/arrested-development-draws-big-early-netflix-audience-1200488489/> (dostęp: 30.11.22)

⁵¹³ S. Matrix, *The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends*, „Jeunesse: Young People, Texts, Cultures”, 2014, t 6, s. 119.

⁵¹⁴ U. Solińska, *Sposoby spędzania czasu preferowane przez młodzież gimnazjalną a ich środowisko rodzinne*, „Проблеми сучасної психології”, Kamień Podolski 2015, s. 603.

W rezultacie poświęcają oni więcej czasu na oglądanie telewizji, w większych dawkach naraz.

Amazon podał do informacji publicznej, że 65% najczęściej odtwarzanych na ich platformach treści, to treści przeznaczone dla dzieci. Stanowi to wyjaśnienie dlaczego gigant medialny jest gotowy publikować coraz to nowe oryginalne produkcje przeznaczone właśnie dla najmłodszej publiczności. Kształtowanie więzi z młodymi konsumentami ma na celu budowanie pozytywnego wizerunku i przywiązania do marki od najmłodszych lat. W 2013 roku Netflix starający się utrzymać swoją pozycję lidera na arenie usług strumieniowych podpisał największą do tej pory umowę na treści dla dzieci (300 godzin) z DreamWorks Animation⁵¹⁵.

Zmiana w odbiorze seriali na żądanie przez młodych widzów jest wynikiem wielu czynników. Przyczyniła się do niej cyfrowa dystrybucja i wysoka jakość nowych treści, ale również znaczny wzrost popularności prywatnych urządzeń mobilnych. Wyniki badań przeprowadzonych przez Disney w 2013 roku wykazały, że 40% amerykańskich gospodarstw domowych z dziećmi do 7 roku życia posiadało tablety z dostępem do Internetu, z których najczęściej korzystają najmłodszy⁵¹⁶. Podobne wyniki w tym czasie uzyskała polska Fundacja Dzieci Niczyje, której badania pokazały, że 64% dzieci w wieku 6 miesięcy – 6,5 roku korzystało z urządzeń mobilnych, a wraz z wiekiem ten odsetek wzrastał⁵¹⁷. Wyniki tych badań realizowanych blisko dekadę temu są o tyle istotne obecnie, że ówczesne dzieci wchodzi dziś w skład współczesnego pokolenia Z, a uzyskane rezultaty stanowią jeden z czynników wyjaśniających typowy dla współczesnych postmillenialsów sposób korzystania z mediów, a zwłaszcza oglądania seriali. Jak wynika z ustaleń wspomnianej fundacji dzieci *najczęściej wykorzystywały nowe media do oglądania filmów*, a samo korzystanie z urządzeń rodzice tłumaczyli *koniecznością zajęcia się własnymi sprawami lub chęcią nagrodzenia dziecka*⁵¹⁸.

Na bazie powyższych ustaleń w listopadzie 2013 gigant medialny zdecydował się na udostępnienie pierwszych aplikacji na tablety (*Sheriff Callie's Wild West*) umożliwia-

⁵¹⁵ S. Matrix, *The Netflix Effect...*, s. 122.

⁵¹⁶ G. Hall, *Disney Targets Tots for Binge Watching*. *L. A. Biz.*, „American City Business Journals”, 29. 10. 2013. <http://www.bizjournals.com/losangeles/news/2013/10/29/disney-targets-tots-for-binge-watching.html> (dostęp: 16.12.23)

⁵¹⁷ A. Bąk, *Jak małe dzieci korzystają z urządzeń mobilnych? Raport na podstawie danych zebranych od rodziców*, „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka” 2015 t. 14 nr 3, s. 55.

⁵¹⁸ Tamże, s. 55

jących strumieniowe przesyłanie treści. Aplikacja była skierowana do dzieci w wieku od dwóch do siedmiu lat i wygenerowała dla Disneya ponad 650 milionów wyświetleń wideo w ciągu następnych szesnastu miesięcy⁵¹⁹. Kolejny był Nickelodeon, który w 2014 roku wypuścił aplikację przeznaczoną dla dzieci w wieku przedszkolnym, natomiast MTV za pośrednictwem aplikacji mobilnych zaczęło docierać do nastolatków⁵²⁰. Wykorzystywanie mediów strumieniowych przez dzieci wzrasta zwłaszcza w rodzinach w których rodzice korzystają z technologii VOD i oTT a swoje dzieci zachęcają do krytycznego wyboru oglądanych przez nie treści⁵²¹. Jeśli chodzi o wybór urządzeń, pokolenie Z regularnie ogląda programy telewizyjne na żądanie na laptopach, tabletach, smartfonach i w telewizorach, często żonglując dwoma ekranami jednocześnie⁵²².

Zjawisko równoczesnego korzystania z innych ekranów podczas oglądania programu nosi nazwę *multiscreening*. Badania wykazują, że wśród polskiej młodzieży powyżej 15 roku życia ten sposób oglądania charakteryzuje 83% nastolatków, grupa ta jest określana jako *multiscreeners*, a równoczesna konsumpcja zazwyczaj obejmuje telewizję i internet, a jak podaje D.A. Myślak *poprzez taką formę konsumpcji treści odbiorca przelacza swoją uwagę pomiędzy ekranami, co niejednokrotnie powoduje wybiórcze przyswajanie treści*⁵²³.

3.9. Podsumowanie

Rozdział ukazuje ewolucję serialu jako formy audiowizualnej, która w XXI wieku osiągnęła niespotykaną dotąd popularność i prestiż. Serial, niegdyś postrzegany jako forma rozrywki niższego rzędu, z czasem przekształcił się w samodzielną, artystycznie złożoną formę narracyjną, coraz częściej zacierającą granice między telewizją a filmem fabularnym.

⁵¹⁹ B. Barnes, *Disney Show Will Appear First on App for Tablets*. „New York Times” 27. 10. 2013. <https://www.nytimes.com/2013/10/28/business/media/disney-show-will-appear-first-on-app-for-tablets.html> (dostęp: 16.12.22).

⁵²⁰ G. Hall, *Disney Targets Tots...*

⁵²¹ S. Matrix, *The Netflix Effect...*, s. 123.

⁵²² Tremor Video, Hulu, *Proprietary research...*, s.10.

⁵²³ D. A. Myślak, *Telewizja cyfrowa...*, s. 49.

W rozdziale zaprezentowany został przegląd podejść definicyjnych i klasyfikacji, wskazano na kluczowe cechy gatunkowe oraz przemiany, jakie zaszły w obrębie tej formy. Szczególną uwagę poświęcono neoserialom – nowoczesnym, wysokobudżetowym produkcjom, tworzonym z myślą o platformach streamingowych, które w dobie konwergencji mediów stały się symbolem tzw. *telewizji jakościowej* (*quality TV*).

Neoserial traktowany jest jako nowa forma gatunkowa, często łącząca różnorodne style i konwencje. Charakteryzuje się ona ambitnym scenariuszem, wysokim poziomem realizacyjnym, ale przede wszystkim złożoną fabułą. Współczesne serie testują nowe struktury narracyjne, eksperymentując z linearnością i fragmentacją, łamiąc tym samym zasady tradycyjnego opowiadania historii. Zmienili się również sami bohaterowie, którzy ze szlachetnych bajkowych postaci stali się ludźmi z krwi i kości, balansującymi między dobrem a złem⁵²⁴. Podobnie pod kątem prezentowanych wartości w neoserialach zaszła wyraźna zmiana. Stały się one rozmyte aksjologicznie i coraz częściej odchodzą od *czarno-białego* prezentowania rzeczywistości na rzecz bardziej złożonego i wielowymiarowego ukazywania zjawisk społecznych czy postaw bohaterów.

W kolejnej części rozdziału przyjrano się roli, jaką odgrywają współczesne serie w życiu swoich odbiorców, wskazując na ich funkcję edukacyjną, eskapistyczną, rozrywkową czy terapeutyczną. Podkreślono również rolę serialu w procesach globalizacyjnych – gdyż ten przez swój globalny zasięg dociera do odbiorców na całym świecie popularyzując w ten sposób określone wzorce językowe, kulturowe czy obyczajowe.

Ze względu na główny cel pracy jakim było określenie dyskursu mediów na temat problemów zdrowia psychicznego zawartego w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej oraz wtórne oszacowanie jego wpływu na wiedzę i postawy młodzieży, ważnym elementem rozdziału było omówienie obecności tematyki zdrowia psychicznego w serialach młodzieżowych. Wykazano, że te coraz częściej podejmują trudne, wcześniej tabuizowane tematy, takie jak depresja, myśli samobójcze, zaburzenia lękowe czy wykluczenie społeczne.

Ostatnia część rozdziału skupia się na zmianach w sposobach oglądania seriali, takich jak binge-watching, oglądanie mobilne, personalizacja treści oraz dzielenie się

⁵²⁴ D. Forni, *Young adults and tv series...*, s. 300.

wrażeniami w mediach społecznościowych. Zjawiska te są ściśle powiązane z cyfryzacją kultury audiowizualnej i rewolucją streamingową.

Całość zaprezentowanego rozdziału wskazuje na przekształcenie serialu z prostej formy rozrywki w złożony gatunek medialny, który odgrywa istotną rolę kulturową i społeczną, a jego rozwój pozostaje w ścisłym związku z przemianami technologicznymi współczesnego świata. Nie ulega jednak wątpliwości, że neoserial stanowi zbyt dynamiczne i płynne zjawisko, by móc je w pełni uchwycić, czy wyczerpująco opisać, jednak na pewno powinno być ono w dalszym ciągu analizowane. Ponadto przez wzgląd na społeczny fenomen neoseriali, z medioznawczego punktu widzenia niezwykle ważnym zadaniem wydaje się zrozumienie sposobów ich oddziaływania na odbiorców, co też stanowi przedmiot kolejnego rozdziału.

Rozdział 4

Wpływ seriali na odbiorców

Jak wykazano w poprzednich rozdziałach, współczesny świat jest bardzo mocno powiązany ze środkami masowego przekazu, a kultura konwergencji sprawia, że drogi starych i nowych mediów krzyżują się⁵²⁵. Tym samym obserwujemy nakładanie się efektów oddziaływania mediów masowych i nowych mediów⁵²⁶. M. McLuhana, twierdził, że *medium jest przekazem*, równocześnie zauważając, że *stajemy się tym, co posiadamy(...). Kształtujemy swoje narzędzia, a wkrótce nasze narzędzia będą kształtować nas*⁵²⁷. Media coraz bardziej wchodzą w świat człowieka, kształtując jego środowisko, mocniej niż kiedykolwiek w historii ludzkości. Stały się one nie tylko najważniejszym narzędziem informacyjnym, lecz również formacyjnym⁵²⁸. Wpływ mediów, a zwłaszcza telewizji strumieniowej na jednostkę, jest problemem bardzo złożonym, stanowiącym przedmiot zainteresowań medioznawców, psychologów, socjologów oraz pedagogów właściwie od początku ich powstania i rozpowszechnienia⁵²⁹. Medialny przekaz wywiera znaczny wpływ na całość funkcjonowania człowieka, począwszy od aspektów poznawczych, przez funkcjonowanie w wymiarze społecznym, aż po obserwowane zmiany fizyczne. Dlatego kierując się założeniami współczesnej psychologii, aby w pełni zrozumieć jakiś aspekt funkcjonowania człowieka należy analizować go całościowo, poniższy rozdział podejmuje próbę holistycznego podejścia do tematu uwzględniając trzy wzajemnie uzupełniające się i determinujące sfery: psychiczną, fizyczną oraz społeczną.

⁵²⁵ H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie...*, s. 11.

⁵²⁶ A. Kozłowska, *Oddziaływanie Mass Mediów*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006, s. 195

⁵²⁷ M. McLuhan, *Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka*, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004, s. 17.

⁵²⁸ M. Lewicka, *Media – wartości...*, s. 75.

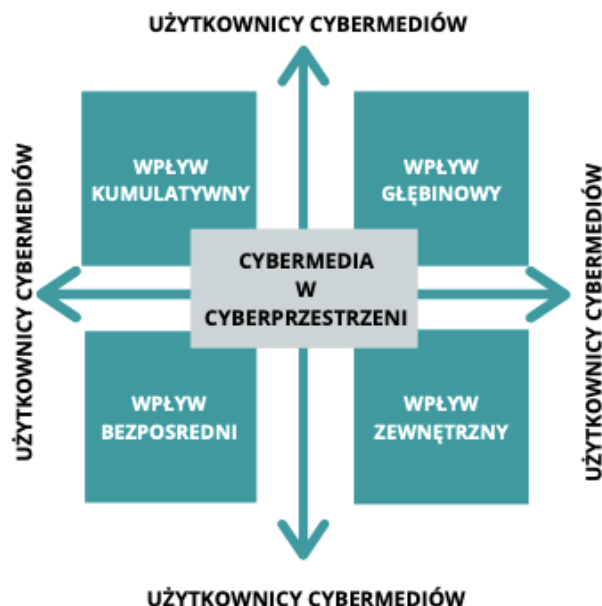
⁵²⁹ Tamże, s. 235.

4.1. Teoretyczne koncepcje wpływu mediów

Wpływ treści medialnych na odbiorców nie pozostaje bez znaczenia i zazwyczaj jest określany jako ambiwalentny o czym na gruncie polskim pisali [m.in.](#) S. Juszczyk 2000; B. Dobek Ostrowska 2001; M. Mrozowski 2001; A. Kozłowska 2006; A. Błasiak 2009; T. Prauzner 2010; P. Hanyga-Janczak 2011; A. Wawrzonkiewicz-Słomska; E. Cholewa 2017; J. Jarnicka 2021; M. Lewicka 2021; R. Waśko 2021. Badacze charakteryzują zarówno pożądane jak i niepożądane przykłady oddziaływania mediów na jednostkę, a wraz z pojawieniem się cybermediów zauważają powstanie nowych możliwości jak i zagrożeń. Największym niebezpieczeństwem wydaje się jednak ich wpływ na osoby, które nie doświadczają innych oddziaływań wychowawczych w swoim środowisku rodzinnym czy szkolnym⁵³⁰.

Psychologowie społeczni charakteryzują cztery rodzaje wpływu treści medialnych na człowieka: bezpośredni, kumulatywny, głębiny i zewnętrzny⁵³¹ (Wykres 8.).

Wykres 8. Wpływ mediów na odbiorców



Źródło. Opracowanie własne na podstawie J. Grubicka, *Cybermedia jako istotne narzędzie kreujące przestrzeń społeczno-kulturową współczesnej młodzieży* [w:] M. Maciąg, K. Maciąg (red.) *Dzieci i młodzież w XXI w. – ujęcie społeczne*, 2017, s. 235.

⁵³⁰ J. Grubicka, *Cybermedia jako...*, s. 234.

⁵³¹ Tamże, s. 235.

Wpływ bezpośredni ma miejsce, gdy przekaz medialny zawiera odpowiednio wysokie ładunek emocjonalny, który oddziałuje na osobowość lub poszczególne jej sfery i prowadzi do zmiany postaw i przekonań osoby pod wpływem zaprezentowanych treści. W życiu codziennym jego konsekwencje będą rzadko obserwowalne, jednak łatwiej można je dostrzec u osób młodych, niż u tych o ukształtowanej osobowości i światopoglądzie⁵³².

Wpływ kumulatywny cechuje się większym znaczeniem osobotwórczym, a główną jego cechą jest długotrwałe oddziaływanie określonych treści na odbiorców. Zmiana światopoglądu, opinii czy postaw zachodzi nieświadomie i skutkuje interioryzacją obrazu świata prezentowanego przez media. Długotrwała ekspozycja na treści programów informacyjnych, które w celu utrzymania oglądalności prezentują sensacyjne wydarzenia czy kontrowersyjne wypowiedzi wpływa na przekonanie, że większość ludzi stosuje przemoc, a światowe wydarzenia koncentrują się wokół wojen i kataklizmów, co nie daje odbiorcy zrównoważonej wizji świata⁵³³.

Wpływ głębinowy jest najmniej zbadany, ponieważ odnosi się do procesów podświadomych. Jednostka nie zdaje sobie sprawy, że jej postrzeganie świata, system wartości, postaw i zachowań jest wynikiem wpływu treści prezentowanych w mass mediach. Odbiorca poddany takiemu wpływowi często początkowo odrzuca oglądane treści, z uwagi na kontekst w jakim są przedstawiane, jednak w miarę upływu czasu kontekst zostaje zapomniany, a treść przekazu włączona do systemu wiedzy odbiorcy. Za egemplifikację wpływu głębinowego może posłużyć stosunek do aktorów biorących udział w produkcji, którym niejednokrotnie są przypisywane cechy odgrywanej postaci⁵³⁴.

Ostatni, najłatwiejszy do zaobserwowania rodzaj wpływu to wpływ zewnętrzny, który przejawia się w naśladownictwie określonego (akceptowalnego lub nieakceptowalnego) wzoru. Za przykład może posłużyć moda, czy zmiana sposobu zachowania spowodowana przez idoli młodzieżowych, znanych z mediów masowych – celebrytów, influencerów, aktorów, sportowców, piosenkarzy⁵³⁵.

Jak zauważa J. Grubicka wszystkie oddziaływania, zarówno pożądane jak i niepożądane zależą od trzech czynników: ilości czasu spędzanego w mediach, sposobu prze-

⁵³² Tamże, s. 236.

⁵³³ E. Aronson, *Człowiek istota społeczna*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1978, s. 61

⁵³⁴ Tamże, s. 77- 78.

⁵³⁵ J. Grubicka, *Cybermedia jako...*, s. 237.

kazu treści i walorów jakimi odbiorca dysponuje. Analiza tych czynników wydaje się szczególnie ważna w dzisiejszym świecie, przesyconym przekazem medialnym. Jak wspomniano wcześniej, powstanie nowych mediów otworzyło wiele możliwości, jednakże przyczyniło się również do powstania nowych, do tej pory nie spotykanych zagrożeń. Młodzież w fazie dojrzewania cechuje się silną podatnością na wpływy, co przy niewłaściwych wzorcach może skutkować podejmowaniem ryzykownych czy nieprze-myślanych zachowań, mających na celu bezkompromisowe zaspokajanie własnych potrzeb⁵³⁶.

4.2. Wpływ mediów na kształtowanie postaw

Jak podaje A. Kozłowska *trudno utrzymać tezę, że media w jakiś bezpośredni sposób wpływają na człowieka – wpływ ten następuje raczej pośrednio w oparciu o jego postawy*⁵³⁷. Sprawę dodatkowo komplikuje fakt, że poszczególne postawy i zachowania są wypadkową oddziaływania wielu bodźców, zarówno zewnętrznych jak i wewnętrznych, a mass media są uznawane jako jeden z nich. Dlatego wpływ mediów na kształtowanie postaw należy analizować w odniesieniu do całego układu czynników i okoliczności oddziałujących na człowieka. Jak pisze cytowana autorka, nawet jeśli jest to zadanie bardzo trudne, należy takie próby podejmować⁵³⁸.

4.2.1. Definicja postawy

Według G. Allporta termin *postawa* został po raz pierwszy użyty przez H. Spencera i a. Baina. Postawa była dla nich stanem psychicznej gotowości do słuchania i uczenia się, koniecznym do nabywania wiedzy⁵³⁹. W XIX w. pojęcie to było wykorzystywane do wyjaśniania różnic w czasach reakcji uzyskiwanych w badaniach eksperymentalnych. W 1918 roku F. Znaniecki i w.I. Thomas *postawę* określili jako stan umysłu jednostki wobec wartości o charakterze społecznym i właśnie w takim znaczeniu został on spopularyzowany na terenie socjologii i psychologii społecznej i jest najbliższy aktualnemu⁵⁴⁰.

⁵³⁶ Tamże.

⁵³⁷ A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006, s. 148-149.

⁵³⁸ Tamże, s. 149.

⁵³⁹ S. Mika, *Psychologia społeczna*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1984 s. 147.

⁵⁴⁰ Tamże, 148.

S. Mika termin *postawa* definiuje ze względu na trzy grupy koncepcji: behawioralnych, socjologicznych oraz poznawczych, z których każda widzi go w typowy dla siebie sposób. Definicje nawiązujące do tradycji behawiorystycznej i psychologii uczenia się zwracają uwagę na zachowania i reakcje osoby wobec przedmiotów zewnętrznych, w tym tych o charakterze społecznym. Chodzi tu o stałe i konsekwentnie powtarzające się zachowania, pojawiające się w reakcji na daną sytuację czy przedmiot. Drugą grupę definicji stanowią te nawiązujące do koncepcji socjologicznych, w których akcent postawiony jest na stosunek nosiciela postawy do jej przedmiotu. Są one nacechowane emocjonalne i podkreślają uczuciowe ustosunkowanie do przedmiotu postawy. Jako trzecie wyróżniamy definicje nawiązujące do teorii poznawczych. Podkreślają one, że postawą nie jest wyłącznie określone zachowanie czy emocjonalny stosunek wobec jakiegoś przedmiotu, lecz również odnoszące się do niego aspekty poznawcze, takie jak myśli i przekonania na temat jej przedmiotu.

Cytowani powyżej autorzy nie są zgodni co do jednoznacznej definicji postawy. Jednak jak podaje E. Aronson, większość z nich zgadza się co do tego, że jest to *trwała ocena – pozytywna lub negatywna, ludzi, obiektów i pojęć*⁵⁴¹, oraz że na postawę składają się poszczególne komponenty: emocjonalny (reakcje emocjonalne przez nią wywoływane), behawioralny (podejmowane przy zetknięciu z nią działania) oraz poznawczy (myśli i przekonania na temat jej przedmiotu).

Praktycznie rzecz ujmując oznacza to, że każdy kontakt z osobą, obiektem czy pojęciem wpływa na pojawienie się określonych stanów afektywnych. Przedmiot postawy wzbudza emocje i uczucia, które generują konkretne myśli i przekonania oraz wywołują reakcję behawioralną w stosunku do jej przedmiotu. Jednak jak podkreśla E. Aronson, natężenie występowania różnych komponentów postawy nie zawsze jest jednakowe i z jednym z nich może być ona związana bardziej niż z innymi⁵⁴².

4.2.2. Kształtowanie postaw przez media

Postawy kształtowane są pod wpływem bezpośrednich kontaktów z ich przedmiotem, jak również pod wpływem różnych nadawców (rodziców, nauczycieli, grup rówieśniczych i środków masowego przekazu). Proces ich kształtowania jest długotrwały

⁵⁴¹ E. Aronson, i inni, *Psychologia społeczna. Serce i umysł*. Zysk i S-ka, Gdańsk 1997 s. 288.

⁵⁴² Tamże, s. 289.

i odbywa się w wyniku codziennego doświadczania wpływu złożonych czynników wychowawczych⁵⁴³. Podejmowane w wieku dorosłym decyzje i wybory warunkowane są już w okresie dojrzewania, kiedy zachodzą procesy kształtujące osobowość. i chociaż jest to zjawisko bardzo złożone, to we współczesnym mediatyzowanym świecie rola mass mediów jest w nim coraz bardziej widoczna⁵⁴⁴.

Badacze udowadniają, że współczesne środki masowego przekazu wpływają na kształtowanie wszystkich trzech komponentów postawy: poznawczego – poprzez kreowanie rzeczywistości i rozumienie otaczającego świata, emocjonalnego – poprzez wywoływanie emocji i kształtowanie uczuć oraz behawioralnego – warunkując zachowania i wpływając na podejmowane działania⁵⁴⁵.

4.2.2.1. Komponent poznawczy

M. Mrozowski w płaszczyźnie poznawczej wskazuje trzy rodzaje oddziaływań polegające na:

- definiowaniu sytuacji i konstruowaniu obrazu rzeczywistości
- ustalaniu porządku dziennego
- wpływaniu na lukę informacyjną⁵⁴⁶.

Oddziaływanie mass mediów w płaszczyźnie poznawczej wpływa na sposób postrzegania przez odbiorcę rzeczywistości. Jak podaje A. Kozłowska, ludzie postrzegają świat przez pryzmat swoich przekonań i wyobrażeń, a nie obiektywnej rzeczywistości. Określenie swojego miejsca na tle szerszego kontekstu jest podstawowym warunkiem, który musi zostać spełniony, aby człowiek mógł się ustosunkować do napotykaných sytuacji czy problemów⁵⁴⁷. Jak zauważa w tym kontekście M. Mrozowski, korzystanie z mediów *sprzyja kultywowaniu – czyli stopniowemu kształtowaniu i umacnianiu – wśród odbiorców przekonań co do natury świata społecznego, które są zgodne ze stereotypowym, zniekształconym i wybiórczym obrazem rzeczywistości ukazywanym w programach*

⁵⁴³ P. Zimbardo, R.J. Gerrig, *Psychologia i życie*, PWN, Warszawa 2008, s. 84.

⁵⁴⁴ J. Jarczyńska, *Tożsamość młodzieży w świecie mediów cyfrowych. Znaczenie i funkcje mediów cyfrowych w procesie kształtowania tożsamości dorastających osób*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz, 2021, s. 391

⁵⁴⁵ A. Błasiak, *Aksjologiczne aspekty procesu wychowania. Wybrane zagadnienia*. Kraków, 2009, Wydawnictwo WAM. s. 177–178.

⁵⁴⁶ M. Mrozowski, *Media masowe...*, s. 389.

⁵⁴⁷ A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów...*, s. 149.

ch telewizyjnych. Autor dodaje, że wspomniane kultywowanie jest związane z kumulatywnym i nawarstwiającym się oddziaływaniem odbieranych przekazów, a dynamika i stopień zaangażowania tego procesu są w znacznej mierze zależne od czasu poświęcanego na konsumpcję medium⁵⁴⁸.

W tym kontekście istotnym będzie zwrócenie uwagi na rodzaj relacji zachodzącej między mediami a odbiorcą, a zwłaszcza jak odbiorca radzi sobie z napływem treści medialnych. Dlatego głównym i najczęściej pojawiającym się w związku z tym problemem, będzie brak selekcji informacji. J.B. Thompson uważa, że odbiorcy traktują media w sposób wybiórczy, koncentrując się wyłącznie na interesujących ich zagadnieniach⁵⁴⁹. Subiektywne wybieranie treści będących źródłem wiedzy o otaczającym świecie, wartościach czy zasadach życia społecznego, stanowi zagrożenie dla adekwatnej oceny rzeczywistości w związku z paradoksalnym ograniczeniem dostępu do informacji⁵⁵⁰. Tym bardziej, że niepoddawane krytycznej ocenie przekazy są przez wiele młodych osób niemalże natychmiastowo uznawane za prawdę. Wykreowany przez media świat jest często mylony z rzeczywistością, co sprawia, że mało świadomy odbiorca w łatwy sposób może zostać zmanipulowany, zwłaszcza kiedy przekazywane informacje są niepełne bądź selektywne⁵⁵¹. Wielu autorów, podążając za E. Pariserem, zwraca uwagę na zjawisko bańki informacyjnej (*filter bubble*), które obecnie objawia się otrzymywaniem wyselekcjonowanych, dostosowanych do preferencji i poprzednich wyszukiwań internauty informacji, przygotowanych na podstawie algorytmu. Pozorne ułatwienie poruszania się po cyfrowych treściach, niesie poważne negatywne konsekwencje dla obywatelstwa użytkownika⁵⁵². Jednak jak podaje M. Lewicka *Jednym z największych zagrożeń wynikających z nieprawidłowego, często bezmyślnego korzystania z mediów przez dzieci jest bezkrytyczne przejmowanie negatywnych zachowań, (...). Prowadzi to do tego, iż dzieci są mniej wrażliwe na zło, cierpienie, ludzką krzywdę, gdyż reakcja na stale powtarzające się bodźce staje się coraz słabsza. Dzieci mają problem z odróżnieniem fikcji od rzeczywistości*⁵⁵³.

⁵⁴⁸ M. Mrozowski, *Media masowe...*, s. 389.

⁵⁴⁹ J.B. Thompson, *Media i nowoczesność...*, s. 210 – 211.

⁵⁵⁰ M. Szpunar, *Koncepcja bańki filtrującej a hipernarcyzm w nowych mediach*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków 2018, t. 61, nr 2, s. 191–200.

⁵⁵¹ M. Lewicka, *Media – wartości...*, s. 75.

⁵⁵² M. Szpunar, *Koncepcja bańki...*, s. 191–200.

⁵⁵³ M. Lewicka, *Media – wartości – rodzina...*, s. 78.

Zjawisko bańki informacyjnej może być szczególnie niebezpieczne dla młodych odbiorców, którzy dopiero uczą się rozumieć i interpretować otaczający ich świat. W dobie powszechnego dostępu do Internetu i mediów społecznościowych coraz częściej korzystają oni z treści dostosowanych do ich preferencji, co sprzyja tworzeniu się zamkniętych środowisk informacyjnych. W efekcie mają ograniczony kontakt z różnorodnymi poglądami i faktami, co utrudnia im rozwijanie krytycznego myślenia oraz zrozumienie złożoności rzeczywistości. Dodatkowo, algorytmy personalizujące treści wzmacniają efekt bańki, podsuwając dzieciom informacje zgodne z ich wcześniejszymi zainteresowaniami i wyborami, co może prowadzić do utrwalania stereotypów i błędnych przekonań. Dlatego tak ważna jest rozwijanie umiejętności świadomego korzystania z mediów oraz wspieranie młodych odbiorców w rozwijaniu umiejętności analizy i oceny informacji.

Kolejnym istotnym czynnikiem wpływającym na różnicowanie sposobu recepcji treści medialnych są kompetencje poznawcze odbiorcy. Im wyższe kompetencje użytkownika, tym bardziej aktywnie konfrontuje docierające do niego informacje z dotychczasową wiedzą i przekonaniami, co wtórnie wpływa na ich podwyższenie. Natomiast odbiorcy posługujący się niskimi kompetencjami poznawczymi, nie poddający napływających treści analizie, z większym prawdopodobieństwem będą bezkrytycznie przyjmować za staną rzeczywistość medialną. Problem ten dotyczy zwłaszcza dzieci, które nie mając zapewnionej wystarczającej edukacji cyfrowej posiadają braki w zakresie świadomego korzystania z treści medialnych. Jak udowadniają liczne badania, treści medialne docierające do tej grupy (w znacznie większym stopniu niż u osób dorosłych) wpływają na jej rozwój poznawczy, uwidaczniając się w poziomie wiedzy, sposobach wartościowania, kształtowaniu postaw, zainteresowań czy stylu życia⁵⁵⁴.

W kontekście kompetencji poznawczych badacze zauważają jednak, że współcześni użytkownicy mediów masowych, ze względu na coraz większą ilość docierających do nich informacji, są bardziej zobligowani do posługiwania się kompetencjami komunikacyjnymi⁵⁵⁵. Ilościowy i jakościowy rozrost informacji sprawia, że powszechnie mówi

⁵⁵⁴ Tamże, s. 78.

⁵⁵⁵ A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów...*, s. 151-152.

się o powstaniu społeczeństwa informacyjnego⁵⁵⁶, a przekraczający możliwości absorpcyjne zalew treści nazywany jest kryzysem znaczenia (do którego może dojść w przypadku niewystarczających kompetencji komunikacyjnych odbiorców)⁵⁵⁷.

Powyższa reguła oddziaływania mass mediów wykazuje, że mają one decydujący wpływ na kształtowanie wyobrażeń ludzi na temat rzeczywistości. Jednak jest to również związane z jakością odbieranych treści, im są one bardziej odległe (dotyczą wiadomości zagranicznych, abstrakcyjnych zagadnień gospodarczych) i nie poruszają znanych odbiorcy spraw, tym większy wywierają na niego wpływ, poprzez brak możliwości odniesienia się i zweryfikowania tych informacji⁵⁵⁸.

Siła wpływu będzie zależeć również od spójności komunikatów zawartych w różnych mediach, oraz tego na ile dotyczą spraw, co do których odbiorca nie ma ugruntowanych postaw⁵⁵⁹. Jak podaje Juszczak *Celem socjotechnicznego działania nowych mediów jest wywołanie u odbiorcy wrażenia, że skoro wszystkie media przekazują to samo i w taki sam sposób, to musi to oznaczać prawdę. Prowadzi to do bezrefleksyjnego zaufania wobec informacji oraz iluzji samodzielnego kształtowania opinii. Jednym z charakterystycznych zabiegów stosowanych przez media jest kontekstowe spojrzenie na problem, niedostrzeganie go w całości przy jednoczesnym pominięciu innych informacji, co oczywiście pociąga za sobą znaczące deformacje prawdziwości przekazu*⁵⁶⁰.

Ekspozycja na treści medialne może prowadzić do ukształtowania spójnych z nimi poglądów czy przekonań. Młody odbiorca często poddając się mechanizmowi *społecznego dowodu słuszności* danej postawy będzie uznawał ją za powszechnie obowiązującą i interioryzował jako własną, przyjmując związany z nią sposób myślenia. Efekt ten jest szczególnie widoczny w przypadku, gdy medium cieszy się popularnością w środowisku danej osoby, jak również gdy prezentowane poglądy są nazwane *naukowymi, atrakcyjnymi czy postępowymi* i zestawiane z alternatywnymi

⁵⁵⁶ nowa formacja społeczna, w której informacja jest traktowana jak wartościowy towar. Jest związana z rozwojem usług związanych z przesyłaniem, przetwarzaniem i przechowywaniem informacji. Por. T. Goban-Klas, P. Sienkiewicz, *Spółeczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania.*, Kraków: Wydawnictwo Postępu Telekomunikacji, 1999, s. 42.

⁵⁵⁷ A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów...*, s. 151-152.

⁵⁵⁸ Tamże, s. 152.

⁵⁵⁹ B. Dobek-Ostrowska, *Nauka o komunikowaniu: podstawowe orientacje teoretyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001 s.115

⁵⁶⁰ S. Juszczak, *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia*, Katowice 2000, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, s. 65–67.

określanymi jako *zacořane*, *kompromitujące* czy *wykluczające*, zaprezentowanymi w ośmieszający sposób⁵⁶¹.

Media masowe w znacznej mierze wpływają również na kształtowanie opinii publicznej (czyli poglądów i zachowań opartych na określonych wartościach i zasadach moralnych)⁵⁶². Selekcja tematów dokonywana przez środki masowego przekazu skutkuje uznaniem ich ważności. *Media kształtują wyobrażenia na temat tego, co jest ważne. Zakłada się tutaj, że nie tyle wpływają na to, o czym myślimy, ale przede wszystkim w jaki sposób*. Teoria agenda media-setting zakłada, że środki masowego przekazu warunkują nie to *co*, lecz *o czym* ludzie myślą. Jednak media prezentując jakieś zagadnienie nie pozostawiają go interpretacji odbiorcy, lecz dodatkowo nadają im konkretną interpretację. W nawiązaniu do kompetencji komunikacyjnych oznacza to, że im niższy jest ich poziom i mniejsza zdolność krytycznej analizy komunikatu, tym bardziej jego treść będzie spójna z przekonaniami odbiorcy⁵⁶³.

Przyglądając się poznawczej płaszczyźnie oddziaływania mediów nie sposób pominąć koncepcję luki informacyjnej, u podstaw której leży założenie, że działalność medialna ma sprzyjać niwelowaniu dysproporcji społecznych w zakresie dostępu do wiedzy o świecie i kulturze. Skutkowałoby to zrównaniem kompetencji komunikacyjnych osób korzystających z tych samych mediów. Jednak jak podaje M. Mrozowski, w społeczeństwach w których obserwujemy wzrost informacji, nie obserwujemy zanikania luk informacyjnych, lecz raczej ich pogłębienie się i jeszcze większe dysproporcje pomiędzy osobami o różnym statusie socjoekonomicznym⁵⁶⁴. Luki informacyjne mogą przybierać dwie postacie – *otwartą* i *zamkniętą*.

Otwarta luka informacyjna dotyczy prostych informacji (tj. moda, wzrost cen, zmiana zasad ruchu drogowego) gdzie początkowo nabywają je osoby uprzywilejowane społecznie, natomiast po jakimś czasie różnica w poziomie wiedzy zaciera się i zostaje on osiągnięty także przez osoby o niższym statusie socjoekonomicznym. Dlatego uznaje się, że otwarta luka informacyjna ma charakter przejściowy.

⁵⁶¹ M. Lewicka, *Media – wartości – rodzina...*, s. 76.

⁵⁶² A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów...*, s. 153.

⁵⁶³ Tamże, s. 154.

⁵⁶⁴ M. Mrozowski, *Między manipulacją a poznaniem: Człowiek w świecie mass mediów*, Centralny Ośrodek Metodyki Upowszechniania Kultury, Warszawa 1991, s. 256.

Zamknięta luka informacyjna dotyczy bardziej skomplikowanych treści (np. z zakresu polityki, ekonomii czy kultury), gdzie przyrost wiedzy w tym zakresie jest ciągły. Zaobserwowano, że w tych warunkach luka informacyjna powiększa się, a osoby uprzywilejowane zyskują te informacje znacznie szybciej. Jednakże badania skandynawskie kontestują, że główną przyczyną luk informacyjnych nie jest status socjoekonomiczny, a wspomniane powyżej kompetencje poznawcze⁵⁶⁵.

Podczas analizy wpływu mediów na płaszczyznę poznawczą odbiorcy warto zwrócić uwagę na relatywizm moralny⁵⁶⁶ nowych mediów. Udowodniono, że prezentowanie sprzecznych ze sobą informacji i obserwowanie przeciwstawnych *modeli życia*, prowadzi do zagubienia odbiorcy i utrudnia zbudowanie fundamentu pod rozwój dojrzałej osobowości⁵⁶⁷. Jak podaje M. Lewicka zagrożenia w zakresie formowania norm moralnych u młodzieży rozpoznaje się na trzech płaszczyznach. Po pierwsze, poprzez selektywne prezentowanie rzeczywistości, pomijające bądź podkreślające niektóre aspekty życia, bez wyraźnej analizy społecznej wpływające na kreowanie fałszywego obrazu świata. Po drugie, poprzez propagowanie i popularyzowanie konsumpcyjnego stylu życia, podkreślanie wartości materialnych czy sprowadzanie sukcesu do zamożności i rozrywki. Jako trzecią płaszczyznę stanowiącą zagrożenie dla rozwoju aksjologicznego badaczka wymienia globalizację. Postępujący proces dekulturacji i globalna unifikacja prowadzi do zacierania się narodowych tradycji i wartości na rzecz dominacji standardów kultury popularnej⁵⁶⁸.

4.2.2.2. Komponent emocjonalny

Oddziaływanie mediów na płaszczyźnie emocjonalnej jest mocno powiązane z ich oddziaływaniem poznawczym. Oba te procesy przenikają się i współwystępują. Przetwarzanie informacji pociąga za sobą reakcję emocjonalną i odwrotnie, reakcje emocjonalne wywołują określone procesy poznawcze.

⁵⁶⁵ Tamże.

⁵⁶⁶ Zjawisko szerzej opisane w rozdziale 2.

⁵⁶⁷ M. Lewicka, *Media – wartości – rodzina...*, s. 76

⁵⁶⁸ L. Dyczewski, *Więź rodzinna a media elektroniczne*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, 2005, t. 67 nr 1, s. 232-233. (za:) M. Lewicka, *Media – wartości – rodzina. Możliwości pedagogicznego wsparcia*, „Przegląd Pedagogiczny” 2021, nr 1, s. 78.

M. Mrozowski⁵⁶⁹ podaje, że skutki emocjonalnego wpływu mass mediów na ich użytkowników są zależne od związku zachodzącego pomiędzy treścią komunikatu medialnego a jego odbiorcą. Badacz podaje, że związki te mogą występować pod postacią:

1. Pobudzenia emocjonalnego – występującego, gdy treść przekazu medialnego generuje u odbiorcy stan pobudzenia, napięcia emocjonalnego lub zmianę jego nastroju. Stosunek emocjonalny jest w tym wypadku uwarunkowany potrzebą stymulacji czy odbioru wrażeń.
2. Rozładowania napięcia – obserwowanego, gdy treść przekazu medialnego wpływa na uspokojenie, zrelaksowanie odbiorcy. Afekt jest w tym przypadku związany z potrzebą odzyskania stanu równowagi wewnętrznej i zredukowania napięcia.
3. Przeżycia zastępczego – rozpoznawalnego, gdy treści medialne pełnią funkcję kompensacji braków doświadczanych przez odbiorcę w życiu codziennym. Afekt emocjonalny wynika w tym wypadku z identyfikacji z przedstawionymi postaciami, wczuwania w ich sytuację i doświadczania w ten sposób stanów niedostępnych w kontaktach bezpośrednich.

Opisane powyżej rodzaje wpływu na płaszczyznę emocjonalną odbiorcy stanowią źródło korzystnych doznań, dających doraźną satysfakcję i wpływających na dobrostan psychiczny. Jednak analizując je w perspektywie długoterminowej można dostrzec negatywne konsekwencje. Doświadczane w wyniku kontaktu z przekazem medialnym (a spójne z aktualnymi potrzebami odbiorcy) emocje, wpływają na zwiększenie potrzeby konsumpcji treści medialnych. W efekcie prowadzi to do uzależnienia odbiorcy od medium. C. Smith w swoich badaniach dotyczących oddziaływania mediów, a zwłaszcza seriali, na emocje i uczucia odbiorcy, wykazał ich wpływ na nastrój i pojawienie się uczucie pustki związanego z zakończeniem sezonu bądź emisji ulubionego programu. Dodatkowo badacze podkreślają emocjonalne wyczerpanie odbiorcy związane z nadmiernym zaangażowaniem w przeżycia bohatera⁵⁷⁰.

W kontekście analizowanego w tej pracy wpływu seriali na kształtowanie postaw odbiorców badacze zauważają, że najbardziej jest on związany z przeżyciami zastęp-

⁵⁶⁹ M. Mrozowski, *Między manipulacją...*, s. 255.

⁵⁷⁰ C. Smith, *The Netflix effect: How binge-watching is changing television*, „Techradar”. <http://www.techradar.com/us/news/internet/the-netflix-effect-how-binge-watching-is-changing-television-1215808> (dostęp: 01.03.23)

czymi. Obserwowanie losów bohatera skutkuje emocjonalnym przywiązaniem do danej postaci. Wielu widzów tworzy z protagonistami jednostronne relacje paraspołeczne, odzwierciedlające aspekty tych rzeczywiście. Wykazano, że ten typ więzi zapewnia poczucie przynależności oraz chroni przed samotnością, co sprawia, że oglądanie seriali przestaje pełnić funkcje jedynie eskapistyczną czy rozrywkową⁵⁷¹. W zależności od motywacji odbiorców do zanurzania się w medialny świat, natężenie i afekt emocjonalny w związku z relacją paraspołeczną będzie różny. K. Wheeler wyróżnia dwa typy motywacji kierującej odbiorcami: instrumentalną i rytualną. Z motywacją instrumentalną mamy do czynienia, gdy jednostka korzysta z mediów w określonym celu (np. zdobycie informacji). Motywacja rytualna ma charakter bardziej nawykowy, a oglądanie serialu ma na celu pobudzenie emocjonalne lub rozładowanie napięcia⁵⁷².

J. Lather i E. Moyer-Guse wykazali, że osoby które oglądały telewizję z bardziej rytualnych niż instrumentalnych pobudek, silniej odczuwały dystres w związku z rozpadem relacji paraspołecznej⁵⁷³. Podobne wyniki uzyskał J. Cohen, który badał reakcje emocjonalne widzów w związku ze zdjęciem z anteny ich ulubionego programu. Wykazał on, że zakończenie związku paraspołecznego budzi porównywalne reakcje emocjonalne z tymi powstałymi na skutek rozpadu związku z drugim człowiekiem. Badacz zauważa również, że związki paraspołeczne nie stanowią zamiennika, lecz raczej przedłużenie prawdziwych relacji, gdyż nie wykazano zależności pomiędzy trudnościami w budowaniu prawdziwych relacji siłą związków paraspołecznych⁵⁷⁴.

Eyal J. Cohen zauważają związek pomiędzy oglądaniem ulubionych programów a subiektywnym poczuciem samotności⁵⁷⁵. Osoby samotne w większym stopniu doświadczały dyskomfortu wywołanego zakończeniem relacji paraspołecznej. Zakończenie oglądania produkcji wywoływało u nich emocje zbliżone do depresji⁵⁷⁶ (tj. przygę-

⁵⁷¹J.L. Derrick i inni, *Social surrogacy: How favored television programs provide the experience of belonging*, „Journal of Experimental Social Psychology”, 2009, nr 45, s. 352-362.

⁵⁷²K. Wheeler, *The Relationships Between Television Viewing Behaviors, Attachment, Loneliness, Depression, and Psychological Well-Being*, „University Honors Program Theses – Georgia Southern University”, 2015, nr 4, s. 5.

⁵⁷³J. Lather, E. Moyer-Guse, *How do we react when our favorite characters are taken away? An examination of a temporary parasocial breakup*, „Mass Communication and Society”, 2011, nr 14, s. 196-215.

⁵⁷⁴J. Cohen, *Parasocial break-up from favorite television characters: The role of attachment styles and relationship intensity*, „Journal of Social and Personal Relationships” 2004, nr 21, s. 187-202.

⁵⁷⁵K. Eyal, J. Cohen, *When good Friends say goodbye: a parasocial breakup study*, „Journal of Broadcasting and Electronic Media”, 2006, nr 50, 502-523.

⁵⁷⁶Depresja tutaj, zdefiniowana operacyjnie zgodnie z pozycjami Skali Depresji Centrum Badań Epidemiologicznych (CES-D),

bienie, poczucie winy, bezwartościowość, bezradności i beznadziei, niemożność lub brak motywacji do poruszania się, słaby apetyt, problemy ze snem).

Powyższe badania wykazują, że dobrostan psychiczny jest powiązany z paraspolecznymi aspektami oglądania seriali. J.L. Derrick, S. Gabriel i K. Hugenberga podają, że oglądanie ulubionych programów telewizyjnych chroni przed poczuciem samotności w większym stopniu niż czynności, takie jak: jedzenie, surfowanie po Internecie czy słuchanie muzyki. Dodatkowo osoby bardziej samotne, mogą mieć większą skłonność do korzystania z telewizji. Badania R. M. Page i współpracowników wykazały, że młodzież spędzająca przed ekranem telewizora 5 lub więcej godzin dziennie, osiągała wyższe wyniki w skalach mierzących samotność niż osoby korzystające z niej poniżej 4 godzin dziennie⁵⁷⁷.

Biorąc pod uwagę powyższe wyniki jak również ustalenia innych badaczy, depresja może być pozytywnie związana z oglądaniem telewizji. Jak wykazali B.S. Frey i współpracownicy, osoby oglądające więcej telewizji deklarowały niższe samopoczucia niż osoby korzystające z niej w mniejszym zakresie⁵⁷⁸. Podobne wyniki w tym zakresie uzyskali polscy badacze. P. Hanyga-Janczak, oprócz wyższego poziomu depresji w kontekście wpływu mediów na sferę emocjonalną, mówi o uczuciu niezadowolenia z własnego wyglądu oraz posiadanych rzeczy, jak również zaniku wrażliwości, znieczuleniu na cudzy ból i krzywdę, uczuciach lęku, niepokoju, nieufności, pesymizmie lub cynizmie, demoralizacji i agresji⁵⁷⁹.

4.2.2.3. Komponent behawioralny

Wpływ mediów masowych na płaszczyznę behawioralną stanowi wypadkową dwóch opisanych powyżej typów oddziaływania. Media bezpośrednio nie wpływają na tendencję do podejmowania określonych zachowań. Proces ten odbywa się poprzez zmiany w obszarach procesów poznawczych i emocjonalnych zachodzących w sposób świadomy bądź podświadomy u odbiorcy. Jak podaje A. Kozłowska, wpływ środków masowe-

⁵⁷⁷ K. Wheeler, *The Relationships Between Television...*, s.10.

⁵⁷⁸ B.S. Frey i inni, *Does watching TV make us happy?* "Journal of Economic Psychology", 2007, nr 28, s. 283-313.

⁵⁷⁹ P. Hanyga-Janczak, *Wychowanie z telewizorem w tle. o telewizji w codziennym życiu rodziny, 2011* s.29 https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/4043/Tom3_Art2_PATRYCJA%20HANYGA-JANCZAK.pdf?sequence=1&isAllowed=y (dostęp 02.03.23)

go przekazu na użytkowników sprowadza do działania dwóch przeciwstawnych czynników: aktywacji i dezaktywacji procesów wolicjonalnych⁵⁸⁰.

Aktywacja występuje, kiedy pod wpływem treści medialnych odbiorca odczuwa chęć do podjęcia określonych działań. Za przykład może posłużyć wzrost zainteresowania powieścią po obejrzeniu jej ekranizacji, czy zainteresowanie grą w szachy, jakie odnotowano po premierze miniserialu *Gambit Królowej*.

Dezaktywacja natomiast jest obserwowana w sytuacji przeciwstawnej, czyli kiedy przekaz medialny wpływa na zaniechanie jakichś zachowań, spadek zainteresowań poznawczych czy stagnację emocjonalną. Zachowania najłatwiej podlegające dezaktywacji to takie które wymagają dużego wysiłku czy znacznych zmian w zakresie stylu życia.

Chociaż teoretycznie różnica pomiędzy powyższymi typami wpływu wydaje się jasna i klarowna, w praktyce jest ona bardziej złożona. Jak podaje A. Kozłowska *reakcje odbiorców na przekazywane treści są bardzo zróżnicowane i często niejednoznaczne nawet dla nich samych. (...) Ukształtowanie określonej postawy nie gwarantuje jeszcze wywołania określonego zachowania, i odwrotnie – zmiana zachowania nie musi wcale wpływać na zmianę postawy człowieka*⁵⁸¹.

Opisane powyżej płaszczyzny oddziaływania mediów masowych wpływają na kształtowanie poszczególnych komponentów postawy odbiorców. Jednak wpływ mediów na postawy odbiorców ma znacznie szerszy kontekst i powinien być analizowany również w odniesieniu do innych czynników mogących go warunkować tj. proporcji doświadczanych pierwotnych i wtórnych wpływów socjalizacyjnych, czasu spędzanego na korzystaniu z medium czy dokonywanej selekcji treści.

4.3. Socjalizacyjna funkcja współczesnych mediów

Aby człowiek mógł odnaleźć się w społeczeństwie i efektywnie pełnić stawiane przed nim role, musi przejść przez proces socjalizacji. Socjalizacja ma charakter permanentny, a jednostka podlega jej przez całe życie. Jest to proces dynamiczny, wieloaspek-

⁵⁸⁰ A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass mediów...*s. 157 – 158.

⁵⁸¹ Tamże, s.158.

towy i wielowymiarowy, w którym różne działania socjalizacyjne pojawiają się i znikają. Wyróżniamy jej dwa podstawowe typy: socjalizację pierwotną i wtórną.

Socjalizacja pierwotna to nauka podstawowych, pozwalających na przeżycie umiejętności poprzez zabawę i naśladownictwo. Następująca po niej socjalizacja wtórna przygotowuje człowieka do pełnienia ról społecznych w dorosłym życiu, a po osiągnięciu dorosłości wpływa na modyfikowanie i wzbogacanie osobowości, wchodząc w coraz to nowe społeczne zależności⁵⁸².

Szybki rozwój środków masowego przekazu wpłynął na zatarcie granicy pomiędzy socjalizacją pierwotną a procesem socjalizacji wtórnej. Osobowość i tożsamość kształtują się poprzez oddziaływanie grup pierwotnych, takich jak rodzina, rówieśnicy czy lokalna społeczność, w których kontakty mają charakter bezpośredni i emocjonalny. Jednak współcześnie równie istotną rolę przypisuje się instytucjom wtórnym, w tym mass mediom, a zwłaszcza Internetowi. W procesie socjalizacji wtórnej media pełnią funkcję: wychowawczą (kształtując system wartości, norm społecznych czy wzorców zachowań), edukacyjną (dostarczając informacji) oraz budują tożsamość dziecka⁵⁸³.

Jak wykazuje M. Lewicka media towarzyszące człowiekowi od najmłodszych lat życia i stanowiące integralny element codzienności, wywierają znaczący wpływ na kształtującą się osobowość odbiorcy. Do najczęstszych skutków nadmiernej ekspozycji medialnej w młodym wieku, badacze zaliczają zwłaszcza te pojawiające się w obszarze rodziny. Medialna rozrywka wypełniająca czas dziecka, wpływa na osłabienie relacji między członkami rodziny, kształtuje poczucie wyobcowania, uczucie samotności, jak również zanikanie tradycyjnych form spędzania czasu wolnego⁵⁸⁴. Osłabiona w ten sposób podstawowa grupa pierwotna wywiera znacznie mniejszy wpływ na kształtowanie osobowości i tożsamości młodego człowieka. Zwłaszcza w sytuacji kiedy spędza on więcej czasu z medium niż z rodziną.

Nowe media wpływają na sposoby nawiązywania i podtrzymywania znajomości i przyjaźni, a przede wszystkim pozwalają na ciągle pozostawanie w kontakcie. Zmieniają sposób w jaki współcześni ludzie przeżywają dzieciństwo i spędzają czas wolny,

⁵⁸² B. Szacka, *Wprowadzenie do socjologii*, Oficyna – „W” Naukowa, Warszawa 2003, s. 137.

⁵⁸³ A. Kozłowska, *Oddziaływanie mass...*, s. 158.

L. Dyczewski, *Więź rodzinna a media elektroniczne*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 2005, t. 67 nr 1, s. 232-233. (za:) ⁵⁸⁴ M. Lewicka, *Media – wartości – rodzina. Możliwości pedagogicznego wsparcia*, „Przegląd Pedagogiczny” 2021, nr 1, s. 78.

który w znacznej mierze jest wypełniony za pomocą urządzeń cyfrowych. J. Haidt w książce *Niespokojne pokolenia. Jak wielkie przeprogramowanie dzieciństwa wywołało epidemię chorób psychicznych* wykazuje, że końcówka lat 80. XX wieku była początkiem transformacji dorastania opartego na zabawie i relacjach rówieśniczych do dorastania opartego na telefonie, która dokonała się w połowie drugiej dekady XXI wieku, kiedy to większość młodych ludzi posiada swój smartfon. Używając określenia *oparty na telefonie* wspomniany autor ma na myśli wszystkie urządzenia elektroniczne z dostępem do Internetu, które zajęły znaczny część czasu młodych ludzi, czyli komputery stacjonarne, laptopy, tablety, konsole do gier a zwłaszcza smartfony. Jak podaje: *Gdy zaczął się okres przejściowy pomiędzy dzieciństwem opartym na zabawie a opartym na telefonie, wiele małych dzieci i młodych ludzi chętnie zostawało w domu przed komputerem, jednocześnie tracąc okazję do stawiania czoła wyzwaniom fizycznym i społecznym, którym czoła muszą stawiać wszystkie ssaki, by rozwinąć podstawowe umiejętności, pokonać dziecięce lęki i przygotować się do uniezależnienia od rodziców, a wirtualne interakcje z rówieśnikami nie kompensują w pełni tych strat*⁵⁸⁵. Jednak w tym miejscu warto nadmienić, że wspomniana transformacja nie była jedynie skutkiem zmian w dostępie do technologii. Ważną rolę w tym procesie odegrała (intencjonalnie dobra, lecz katastrofalna w skutkach) zmiana w zakresie nadopiekuńczości i zmniejszania autonomii dzieci w realnym świecie. Z różnych historycznych i socjologicznych względów w latach 80. XX w. swobodna zabawa dzieci zaczęła być ograniczana w trosce o ich bezpieczeństwo. Rodzice chcąc wyeliminować zagrożenia w świecie realnym pozostawili dzieciom pełną autonomię w świecie wirtualnym, po części dlatego że większość z nich miała trudność w zrozumieniu jak on działa, a tym bardziej nie wiedziała jak go ograniczać, czego skutkiem było przeniesienie zabawy i życia społecznego młodych odbiorców do sieci. Przedstawiciele pokoleń cyfrowych jako dzieci niejednokrotnie błądzili po przestrzeniach przeznaczonych dla osób dorosłych, konsumując treści dla osób pełnoletnich i nierzadko nawiązując tam szkodliwe interakcje⁵⁸⁶.

Jak podaje w swoich badaniach A. Iwanicka, dorosłych opiekunów martwi, że czas który dzieci spędzają przed ekranami wpływa na ich izolację, nie tylko od rodziny, lecz

⁵⁸⁵ J. Haidt, *Niespokojne pokolenie...*, s.19 – 20.

⁵⁸⁶ Tamże, s.157- 199.

również rówieśników, prowadząc tym samym do zaburzeń rozwojowych. Częstość zarzutem padającym pod adresem mediów jest to, że wpływają one na zubożenie kontaktów społecznych i negatywnie oddziałują na emocjonalność dzieci⁵⁸⁷. Według M. Tanasia, media wpływają na uproszczenie uczuć takich jak przyjaźń i miłość, sprawiają też, że odbiorcy traktują jako prawdziwe zapośredniczone relacje cyfrowe⁵⁸⁸.

Kolejną grupą pierwotną, na którą wpływ mają media, są kontakty z rówieśnikami. Sam sposób w jaki funkcjonują media w znacznej mierze wpływa na interakcje, a co za tym idzie więzi społeczne. Badania wykazują, że w przypadku kiedy dane medium będzie wykorzystywane do nawiązania bezpośredniego kontaktu, komunikowanie się za jego pośrednictwem potencjalnie prowadzi do utrwalania więzi społecznych. Przy kontakcie pośrednim, gdy medium pozwala na komunikowanie dwustronne (np. smartfon czy Internet), siła zaangażowania odbiorców może być porównywalna do tej w przypadku komunikacji bezpośredniej, jednak charakter więzi nie będzie tak trwały⁵⁸⁹. W wieku szkolnym kluczowym zadaniem rozwojowym dziecka jest nauka współżycia z rówieśnikami, rozwijanie postaw w stosunku do grup i instytucji⁵⁹⁰. Młodzi ludzie kształtują swoją psychikę poprzez relację z grupą, a proces ten najczęściej odbywa się w szkole, jednak współcześnie coraz częściej ma on miejsce również w cyberprzestrzeni⁵⁹¹. Cyfrowa rzeczywistość stanowiąca środowisko życia młodego odbiorcy, nie pozostaje bez konsekwencji dla jego rozwoju. Nowoczesne technologie pozwalają uczniom na integrację ze względu na wspólne zainteresowania. Częstość tematem rozmów na uczelni czy w szkole są programy oglądane na YouTube czy Netflix, a także popularne gry. Jak podaje A. Iwanicka *Media cyfrowe pozwalają dzieciom tworzyć wspólne doświadczenia, wywołują ich radość, śmiech. Ale mogą też stać się przyczyną walki o hierarchię w grupie, próbą zaznaczenia pozycji w klasie, zdominowania lub upokorzenia innych*. W sytuacji tej tkwi też niebezpieczeństwo wykluczenia społecznego tych osób,

⁵⁸⁷ A. Iwanicka, *Dziecięce wchodzenie w interakcje społeczne za pomocą mediów cyfrowych – raport z badań*, 2020, s. 52. <https://problemyopiekunczo-wychowaw.pl/api/files/view/1449976.pdf> (dostęp: 02.03.23)

⁵⁸⁸ Tanaś, M. *Nastolatki 3.0*. „NASK”, Warszawa 2016

⁵⁸⁹ M. Lewicka, *Media – wartości – rodzina...*, s. 77.

⁵⁹⁰ E.H. Erikson, *Dzieciństwo i społeczeństwo*, Dom Wydawniczy REBIS, Poznań 2000, [za:] A. Iwanicka, *Dziecięce wchodzenie w interakcje społeczne za pomocą mediów cyfrowych – raport z badań*, 2020, s. 51. <https://problemyopiekunczo-wychowaw.pl/api/files/view/1449976.pdf> (dostęp: 02.03.23)

⁵⁹¹ R. Stefańska-Klar, *Późne dzieciństwo. Młodszy wiek szkolny*. W: B. Charwas-Napierała, J. Trempała (red.), *Psychologia rozwoju człowieka. Charakterystyka okresów życia człowieka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, t. 2 s. 130–162.

*które cyfrowych narzędzi nie posiadają – ostracyzm społeczny spowodowany brakiem modnego telefonu, konta na portalu społecznościowym, popularnej gry czy aplikacji może doprowadzić nawet do skrajnych sytuacji, takich jak depresja dziecięca, agresja czy kradzieże pożądanых urządzeń*⁵⁹².

Powyższy cytat trafnie ukazuje dwoistość wpływu mediów cyfrowych na życie społeczne młodych odbiorców. Z jednej strony technologie te sprzyjają socjalizacji poprzez dostarczenie doświadczeń pozwalających na budowanie relacji, dzielenie się emocjami i wspólne przeżywanie doświadczeń, a co za tym idzie tworzenie więzi rówieśniczych i stymulację rozwoju emocjonalnego. Z drugiej strony media stanowią zagrożenie dla prawidłowego przebiegu tego procesu. Dostęp do treści Internetowych może pełnić rolę narzędzia do budowania i manifestowania pozycji w grupie rówieśniczej, co nierzadko prowadzi do rywalizacji, wykluczenia społecznego czy subtelnych form przemocy, takich jak poniżanie czy ignorowanie. Brak dostępu do popularnych urządzeń czy aplikacji może skutkować społecznym ostracyzmem i poczuciem niższości, co w skrajnych przypadkach może prowadzić do poważnych konsekwencji psychicznych lub zachowań ryzykownych. Media cyfrowe tak silnie wniknęły w życie współczesnych ludzi, że próba odcięcia się od nich bez ponoszenia społecznych konsekwencji wydaje się właściwie niemożliwa. Co jest kolejnym argumentem za zwiększeniem ilości działań edukacyjnych pomagających w kształtowaniu kompetencji cyfrowych i społecznych.

Najbardziej pozytywny wpływ nowych mediów w aspekcie socjalizacji wykazano u dzieci, które posiadają silnie rozwinięte umiejętności społeczne. Udowodniono, że w tym przypadku korzystanie ze środków masowego przekazu dodatkowo wzmacnia i rozwija te kompetencje. Jednak bardziej skomplikowane wydaje się ich oddziaływanie na osoby doświadczające trudności w relacjach interpersonalnych. Z jednej strony nowe technologie mogą stanowić dodatkową przyczynę nawarstwiania się problemów i dalszej społecznej alienacji, natomiast z drugiej dzieci doświadczające w codziennym życiu samotności, niezrozumienia czy odrzucenia przez rówieśników, w internecie mogą otrzymać wsparcie jakiego nigdzie nie doświadczają⁵⁹³.

⁵⁹² A. Iwanicka, *Dziecięce wchodzenie...*, s. 52.

⁵⁹³ Tamże, s. 53.

4.4. Wpływ mediów na zdrowie psychiczne

Z uwagi na temat niniejszej rozprawy istotne wydaje się również przyjrzenie zależności pomiędzy korzystaniem z technologii cyfrowych a dobrostanem psychicznym odbiorców. Tym bardziej, że jak wykazano w poprzednich rozdziałach, czas spędzany na konsumpcji treści medialnych rośnie wykładniczo, a statystyki wykazują coraz większe nasilenie problemów psychologicznych u młodego pokolenia.

Jak udowadniają badacze, związek pomiędzy Internetem a dobrostanem psychicznym młodych ludzi jest bardzo złożony⁵⁹⁴. D. Chambers jeszcze przed pandemią zwracał uwagę na niedostatek badań dotyczących sposobów korzystania z nowych mediów wśród młodzieży doświadczającej problemów natury psychicznej. Natomiast w związku z pandemią COVID-19 i zwiększeniem wykorzystywania mediów cyfrowych, ułatwiających podczas lockdownu codzienne funkcjonowanie, jak również szeroko komentowanym pogorszeniem zdrowia psychicznego młodych ludzi, badacze na całym świecie zaczęli przyglądać się zależnościom pomiędzy dobrostanem psychicznym a korzystaniem z mediów⁵⁹⁵. Większość badań poruszających to zagadnienie koncentruje się na mediach społecznościowych, które zaczęły pełnić ważną rolę w kontaktach społecznych i dostępie do informacji. W odniesieniu do zdrowia psychicznego, badacze zwracają uwagę na spadek liczby witryn internetowych oferujących działania prewencyjne i wspierające. Powyższego stanu rzeczy upatrują oni w poszukiwaniu informacji na temat

⁵⁹⁴ D. Chambers i inni, *Young people, the internet and mental health*, „Irish Journal of Psychological Medicine”, 2018, nr 35, s. 1–4.

⁵⁹⁵ R. D. Neill i inni, *Media consumption and mental health during COVID-19 lockdown: a UK cross-sectional study across England, Wales, Scotland and Northern Ireland*, „Journal of Public Health”, 2021, nr 3; B. Zhong i inni, *Mental health toll from the coronavirus: Social media usage reveals Wuhan residents' depression and secondary trauma in the COVID-19 outbreak*, „Computers in Human Behavior”, 2021, t. 114, nr 1; G. Gilbert i inni, *Do Framed Mental Health Messages on Social Media Influence University Students' Motivation for Physical Activity?*, „Journal of Environment Research Public Health” 2021, t. 18, nr 16; Z. Su i inni, *Mental health consequences of COVID-19 media coverage: the need for effective crisis communication practices*, „Globalization and Health”, 2021, t. 17, nr 4; H. Ebrahimpour Sadagheyani, F. Tatari, *Investigating the role of social media on mental health*, „Mental Health and Social Inclusion”, 2021, nr 2; P. M. Valkenburg, i in. *Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence*, „Current Opinion in Psychology”, 2022, nr 44; R. Alonzo i inni, *Interplay between social media use, sleep quality, and mental health in youth: A systematic review*, „Sleep Medicine Reviews”, 2021, t. 56, nr 4; M. Vuorre i inni, *There Is No Evidence That Associations Between Adolescents' Digital Technology Engagement and Mental Health Problems Have Increased*, „Clinical Psychological Science” 2021, t. 9, nr 5 <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2167702621994549> (dostęp: 01.03.23); X. Li i inni, *Screen Use and Mental Health Symptoms in Canadian Children and Youth During the COVID-19 Pandemic*, „JAMA Network”, 2021, t. 10, nr 2; Y. Lee, Ye i inni, *Social media use and mental health during the COVID-19 pandemic in young adults: a meta-analysis of 14 cross-sectional studies*, „BMC Public Health”, 2022, t. 995, nr 22,

pomocy i wsparcia właśnie w mediach społecznościowych, blogach i osobistych stronach internetowych, stanowiących bardziej rozpowszechnione środowisko online⁵⁹⁶. Co więcej, istotnym wydaje się fakt, że wirtualizacja relacji (również tych pomocowych jak np. pomoc psychologiczna) przyczynia się do spłylenia kontaktów i większej łatwości w ich zrywaniu, a internet jest pierwszym źródłem informacji odnośnie rozwiązywania różnych problemów życiowych.

M. Surowiec w swoich badaniach analizuje korelację pomiędzy dysfunkcyjnym korzystaniem z social mediów a depresją, wykazując, że liczba osób diagnozowanych pod kątem zaburzeń depresyjnych związanych z nadmiernym użytkowaniem mediów wzrasta. Problem ten szczególnie dotyczy młodych odbiorców, ze względu na brak w pełni ukształtowanej psychiki. Jednym z czynników wpływających na wyjątkową podatność tej grupy na negatywne skutki korzystania z Internetu, jest typowa dla wieku rozwojowego niestabilność emocjonalna. Problem dodatkowo potęgowany jest przez ciągły rozwój mediów, a zwłaszcza ich nowe funkcjonalności, co czyni je wyjątkowo atrakcyjnymi dla tej grupy wiekowej. Nowe możliwości na tyle przyciągają uwagę użytkowników, że coraz mniej koncentrują się na wydarzeniach życia codziennego. Osoby takie zaniedbują kontakty z najbliższymi, mają trudność w tworzeniu trwałych relacji, i o wiele lepiej odnajdują się w świecie cyfrowym niż rzeczywistym. Taka alienacja negatywnie wpływa na ich dobrostan psychiczny. Coraz częściej mówi się również o uzależnieniu od mediów, charakteryzującym się występowaniem obsesyjnych myśli o czynniku uzależniającym, zaniedbywaniu swoich obowiązków na rzecz korzystania z medium, czy problemach z koncentracją⁵⁹⁷. Długie godziny spędzane przed ekranem równocześnie wpływają na rezygnowanie z aktywności fizycznej, co często prowadzi do problemów w zakresie zdrowia fizycznego, wtórnie odbijając się na dobrostanie psychicznym⁵⁹⁸.

Jako ważny czynnik negatywnie wpływający na samopoczucie, badacz podaje doświadczenie dysonansu poznawczego, będące wynikiem rozbieżności pomiędzy przedstawionym wyidealizowanym światem na Instagramie czy Facebooku, a prawdziwym

⁵⁹⁶ D. Chambers i inni, *Young people...*, s. 2.

⁵⁹⁷ M. Surowiec, *Uzależnienie od social...*, s. 89.

L. Dyczewski, *Więź rodzinna a media elektroniczne*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, 2005, t. 67 nr 1, s. 232-233. (za:) ⁵⁹⁸ M. Lewicka, *Media – wartości – rodzina. Możliwości pedagogicznego wsparcia*, „Przegląd Pedagogiczny” 2021, nr 1, s. 78.

życiem. Trudność w odróżnieniu fikcji prezentowanej w social mediach od rzeczywistości, wpływa na uznanie obowiązującego w nich kanonu piękna, co stanowi problem zwłaszcza wśród młodych użytkowniczek. Jak podaje M. Surowiec: *W ich przypadku zaburzenia depresyjne są wywołane niską samooceną, czy też problemem niedostatecznego zaspokojenia potrzeb związanych ze społeczną akceptacją*⁵⁹⁹.

Powyższe wyniki odnoszą się głównie do dysfunkcjonalnego korzystania z mediów. Natomiast analizując korzystanie z mediów nie odbiegające od przyjętych dla społeczeństwa norm wyniki nie są już tak jednoznaczne. Wykazują one, że media społecznościowe mają zarówno negatywny jaki i pozytywny wpływ na zdrowie psychiczne jednostki. Jako negatywne skutki najczęściej podawane są: niepokój, depresja, samotność, słaba jakość snu, myśli o samookaleczeniu i samobójstwie, zwiększony poziom stresu psychicznego, cybernękanie, niezadowolenie z obrazu własnego ciała, zjawisko FOMO i zmniejszona satysfakcja z życia⁶⁰⁰. Natomiast pozytywne skutki korzystania z mediów społecznościowych dla zdrowia psychicznego obejmują: dostęp do doświadczeń zdrowotnych innych osób i specjalistyczną informację zdrowotną, radzenie sobie z depresją, wsparcie emocjonalne i społeczne, rozszerzanie i wzmacnianie sieci i interakcji offline, wyrażanie siebie i budowanie swojej tożsamości, jak również nawiązywanie i utrzymywanie relacji. Badacze podkreślają jak ważnym zadaniem jest uczenie umiejętności ograniczania negatywnego wpływu mediów społecznościowych na zdrowie psychiczne i przekształcania go w szansę poprzez wdrażanie odpowiednich strategii i działań oraz zwiększanie i wzmacnianie pozytywnych efektów⁶⁰¹.

Pomimo licznych dowodów na negatywny wpływ mediów cyfrowych na zdrowie psychiczne, literatura przedmiotu zawiera również przykłady na to, że związek ten nie ulega nasileniu. M. Vuorre, A. Orben i A. K. Przybylski zbadali zmiany w korelacji pomiędzy zaangażowaniem w technologię a zdrowiem psychicznym w trzech reprezentatywnych próbach krajowych. Uzyskane przez nich wyniki wykazują, że siła związku pomiędzy zaangażowaniem w technologię a depresją na przestrzeń ostatniej dekady spadła, natomiast korzystanie z mediów społecznościowych stało się silnie związane

⁵⁹⁹ M. Surowiec, *Uzależnienie od social media...* s. 5.

⁶⁰⁰ Zjawisko zostało szerzej opisane w rozdziale 4.

⁶⁰¹ H. Ebrahimpour Sadagheyani, F. Tatari, *Investigating the role...*, s.45.

z problemami emocjonalnymi. Badacze również nie zaobserwowali w tym aspekcie różnic ze względu na płeć⁶⁰².

Interpretując powyższe wyniki podkreślają oni, że nie da się analizować funkcjonowania współczesnych pokoleń bez odniesienia do technologii cyfrowych. Jednak pomimo licznych dowodów na występowanie związku pomiędzy zdrowiem psychicznym a wzrostem popularności nowych mediów wśród młodych ludzi, badacze podkreślają, że istnieje niewiele dowodów na zwiększenie jego siły⁶⁰³. Niemniej jednak obawy dotyczące potencjalnych negatywnych skutków technologii stały się dominującym tematem dyskursu. A. Orben proponuje spojrzeć na te społeczne niepokoje z perspektywy historycznej. Badacz analizuje reakcje społeczeństwa na pojawiające się nowe formy rozrywki, stanowiącej udział młodego pokolenia na przestrzeni czasu. Chociaż obecnie rodzice i naukowcy są zaniepokojeni wpływem mediów społecznościowych i technologii cyfrowych na zdrowie psychiczne, na początku XX w. podobne zarzuty kierowane były w stronę popularnych, tanich powieści, które obwiniano o wywoływanie manii i wpływ na podejmowanie przez młodych ludzi ryzyka⁶⁰⁴. Pokolenie później uważano, że wciągający charakter słuchowisk radiowych naraża młodych słuchaczy na zły stan zdrowia, bezsenność i niepokój⁶⁰⁵. Obawy te zostały w dużej mierze zapomniane w połowie wieku, kiedy stymulujące wizualnie komiksy i telewizja zostały uznane za czynniki predysponujące nastolatków do złego przystosowania i zachowań aspołecznych⁶⁰⁶. Podobne obiekcje budziły gry wideo. Były oskarżane o stworzenie pokolenie brutalnych przestępców⁶⁰⁷, jednak z czasem argument ten został obalony⁶⁰⁸.

⁶⁰² M. Vuorre i inni, *There Is No Evidence...*

⁶⁰³ K. Dickson i inni, *Screen-based activities and children and young people's mental health and psychosocial wellbeing: a systematic map of reviews*, „EPPI-Centre, Social Science Research Unit, UCL Institute of Education, University College London” 2019. https://eppi.ioe.ac.uk/cms/Portals/0/PDF%20reviews%20and%20summaries/Systematic%20Map%20of%20Reviews%20on%20Screen-based%20activities_08.01.19.pdf?ver=2019-01-29-155200-517 (dostęp: 27.02.23).

⁶⁰⁴ D. Kardefelt-Winther, G. Rees, S. Livingstone, *Contextualising the link between adolescents' use of digital technology and their mental health: a multi-country study of time spent online and life satisfaction*. „Journal of Child Psychology and Psychiatry” 2020, t. 61, nr 8, s. 875–889.

⁶⁰⁵ M. I. Preston, *Children's reactions to movie horrors and radiocrime*. „The Journal of Pediatrics”, 1941, t. 19 nr 2, s. 147–168. [za:] M. Vuorre i inni. *There Is No Evidence...*

⁶⁰⁶ F. Wertham, *Seduction of the innocent*, Rinehart, 1954, [za:] M. Vuorre i inni *There Is No Evidence...*

⁶⁰⁷ A. Orben, *The Sisyphian cycle of technology panics*, „Perspectives on Psychological Science”, 2020, t. 15, nr 5, s. 1143–1157.

⁶⁰⁸ A. Drummond, J.D. Sauer, C.J. Ferguson, *Do longitudinal studies support long-term relationships between aggressive game play and youth aggressive behaviour? a meta-analytic examination*. „Royal Society Open Science”, 2020, t. 7, nr 7, <https://royalsocietypublishing.org/doi/full/10.1098/rsos.200373> (dostęp: 28.02.23)

Obserwowany obecnie rozwój nowych technologii wpływa na wzrost ilości badań, koncentrujących się na charakterystycznych cechach nowych mediów. Takie podejście sprawia, że przeoczany jest fakt, że związek technologii ze zdrowiem psychicznym ulega zmianie na przestrzeni czasu. Badacze postulują, że dokładniejsze zrozumienie wpływu nowych technologii na dzieci i młodzież wymaga zbadania ich skutków w czasie. Natomiast założenie, że wpływ technologii na użytkowników jest stały, wpłynęło na brak systematycznych badań w tym zakresie. A. Orben podaje, że kiedy pojawiają się obawy związane z nowym medium, te dotyczące poprzedniego są w dużej mierze porzucane bez weryfikacji, czy rzeczywiście były uzasadnione⁶⁰⁹. W stopniowy sposób niepokój jest przekierowywany na nowsze technologie, wraz z sugestią, że ze względu na postęp technologiczny jest ona bardziej szkodliwa. Ponieważ zainteresowanie przenosi się gdzie indziej, istnieje niewiele, lub nie ma dowodów na to, że skutki oddziaływania poprzednich technologii, faktycznie się nasiliły lub zmniejszyły.

4.5. Wpływ seriali streamingowych na młodych odbiorców

Jak wykazano w poprzednim rozdziale, współczesne serie przeszły ogromną zmianę zarówno ilościową jak i jakościową, coraz bardziej upodabniając się do produkcji kinowych. Wysoka jakość produkcji (kinematograficzna jakość obrazu, zaawansowane efekty specjalne, profesjonalna scenografia i kostiumy), udział znanych reżyserów i aktorów (jak np. Martin Scorsese czy David Fincher), rozbudowana narracja i struktura fabularna (złożone postacie, wielowątkowość), filmowy styl montażu i reżyserii, budżet porównywalny z filmami, emocjonalna intensywność i powaga tematyki, międzynarodowa dystrybucja i prestiż (globalne premiery i prestiżowe nagrody jak Emmy czy Złote Globy) sprawiły, że obecnie są one uznawane za pełnoprawny gatunek sztuki. Społeczna nobilitacja, jak również nowe cechy gatunkowe przyczyniły się również do zmiany sposobów w jaki serie oddziałują na odbiorców.

Literatura przedmiotu wykazuje różne efekty ekspozycji filmowej, jednak skuteczność jej wpływu jest zależna od kierunku oddziaływania. Jak podaje T. Kubrak, znac-

⁶⁰⁹ A. Orben, *The Sisyphian cycle...*, s. 1150.

nie trudniej jest zmienić zachowanie ludzi, niż wpłynąć na ich opinie czy postawy. W związku z powyższym dyskusyjną kwestią jest wpływ mediów na agresywne i prospołeczne zachowania ludzi. Badacze podają natomiast szereg przykładów na to, że filmy wywierają wpływ na stereotypy płciowe i etniczne, zmieniają postawy wobec portretowanych na ekranie grup społecznych, czy przyczyniają się do kształtowania opinii na różne tematy⁶¹⁰.

Jak wykazują w swoich badaniach J. Kimmerle i U. Cres, filmy prezentujące życie osób zakażonych wirusem HIV, czy seriale opowiadające historie transpłciowych bohaterów, przyczyniły się do zwiększenia sympatii względem tych grup i częściowego wyeliminowania szkodliwych stereotypów⁶¹¹. Podobne wyniki uzyskali J.J. Iguartua i F.J. Frutos udowadniając, że przedstawianie w filmach zaburzeń psychicznych wpływa na poszerzenie wiedzy i zmianę postaw względem osób doświadczających problemów zdrowia psychicznego⁶¹². Ponadto wykazano, że produkcje budzące empatię w stosunku do emigrantów, wywoływały wobec tej grupy bardziej przychylne nastawienie widzów⁶¹³. Podobnie pozytywne przedstawienie osób homoseksualnych skutkowało zmniejszeniem poziomu homofobii⁶¹⁴.

Udowodniono, że kino może wpływać na zmianę zdania widzów na określone tematy nie naruszając tym samym bardziej stabilnych przekonań czy opinii danej jednostki. Za przykład może posłużyć film *JFK*⁶¹⁵ poświęcony zabójstwu J.F. Kennedy'ego który, jak podają badania, znacząco zmienił sądy odbiorców na temat przyczyn zbrodni, natomiast nie wpłynął na zmianę przekonań politycznych widzów⁶¹⁶. Badania wykazują, że produkcje wizualne wpływają również na wyobrażenia odbiorców na temat innych krajów i kultur. Co ciekawe, udowadniają one, że stopień emocjonalnego zaangażowa-

⁶¹⁰ T. Kubrak, *Impact of Films: Changes in Young People's Attitudes after Watching a Movie*, *XVI European Congress of Psychology*, "Behavioral Science", 2020, t. 10, nr 5, <https://www.mdpi.com/2076-328X/10/5/86> (dostęp: 27.02.23).

⁶¹¹ J. Kimmerle, U. Cres, *The Effects of TV and Film Exposure on Knowledge about and Attitudes toward Mental Disorders*, „Journal of Community Psychology” 2013, nr 41, s. 931–943.

⁶¹² J.J. Iguartua, F.J. Frutos, *Enhancing attitudes toward stigmatized groups with movies: Mediating and moderating processes of narrative persuasion*, „International Journal of Communication” 2017, nr 11, s. 158–177.

⁶¹³ Tamże, s. 158–177.

⁶¹⁴ G. Madzarević, M.T. Soto-Sanfiel, *Positive Representation of Gay Characters in Movies for Reducing Homophobia*, „Sexuality and Culture”, 2018, nr 22, s. 909–930.

⁶¹⁵ Film w reżyserii Oliviera Stone'a, mający premierę w grudniu 1991 r.

⁶¹⁶ L. Butler i in. *The Psychological Impact of Viewing the Film "JFK": Emotions, Beliefs, and Political Behavioral Intentions*, „Political Psychology”, 1995, nr 16, s. 237–257.

nia widza w prezentowaną historię, bez względu na jej charakter (brutalna, przerażająca, radosna) wpływał pozytywnie na postrzeganie miejsc stanowiących tło opowieści⁶¹⁷.

Jak podaje B. Dhiman, współczesne seriale, ze względu na nowe cechy gatunkowe i niepraktykowane dotychczas zabiegi mające na celu zwiększenie czasu spędzanego przed ekranem, wywierają jeszcze silniejszy wpływ na odbiorców niż wspomniane powyżej produkcje kinowe. Badacz zauważa, że są one jednym z podstawowych źródeł wpływania na myśli, postawy, zachowania i przekonania⁶¹⁸. Jak podaje K. Ciskała: *Widzowie czerpią z seriali wzorce życiowe, uczą się rozwiązywać konflikty, budują swoje hierarchie wartości. Serial stał się nauczycielem, a poszczególni aktorzy ekspertami od relacji międzyludzkich, wychowania i zdrowia. [...] odbiorca wierzy w autentyczność postaci poprzez jej „realność” związaną z wykonywanym zawodem, miejscem zamieszkania, kupowaniem produktów*⁶¹⁹.

Jak podaje K. Muszyńska, wspomnianą autentyczność neoseriali dodatkowo buduje syntetyczny sposób, w jaki odzwierciedlają one aktualne trendy w popkulturze. Ekranowi bohaterowie oglądają popularne produkcje, odnoszą się do poczytnych w danym momencie powieści, a za ścieżkę dźwiękową neoseriali służą znane z list przebojów utwory⁶²⁰. Zabieg ten sprawia, że z perspektywy widza następuje zatarcie granicy pomiędzy serialowym światem a otaczającą go rzeczywistością. Tym samym z jeszcze większą siłą ulega on jego wpływowi, a przedstawione historie podświadomie uznaje za prawdziwe. Za przykład problemu w rozdzieleniu serialowej fabuły od rzeczywistości może posłużyć antypatia, jaką odbiorcy żywią względem aktorów występujących w rolach czarnych charakterów. Nierzadko odbiorcy utożsamiają ich z serialowymi postaciami, obarczając odpowiedzialnością za podjęte przez bohatera decyzje⁶²¹.

Udowodnionym jest również, że młodzi ludzie są bardziej skłonni naśladować i dostosowywać swoje zachowania do innych, dlatego też z większą łatwością identyfikują się z treściami zaprezentowanymi w filmach czy serialach. W rezultacie obserwujemy

⁶¹⁷ F. Yang, B. Bergh, *Movies Influence on Country Concept*, [w:] J.A. Fullerton i in. *Shaping International ...*, s. 113–133.

⁶¹⁸ B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact...*, s. 1.

⁶¹⁹ K. Ciskała, *Życie w rytmie...* s. 48.

⁶²⁰ Taki motyw spotykamy np. w *How i Met Your Mother* (2005), czy *Community* (2009).

⁶²¹ B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact...*, s. 2.

wiele zmian behawioralnych uwarunkowanych oglądanymi na codzień programami⁶²². Nastolatki bardzo emocjonalnie podchodzą do losów ekranowy bohaterów, którzy stanowią dla nich inspirację. Młodzież kopiuje sposób ubierania swoich idoli i używa podobnego języka, natomiast w internecie popularność biją quizy pt. *Jaką postacią z (nazwa serialu) jesteś?*⁶²³. Ponadto młodzi widzowie przejawiają tendencję do uczenia się dialogów i tekstów piosenek pojawiających się w filmach czy serialach, które na długo pozostają w ich pamięci⁶²⁴. Treści te często przedstawiają konkretny światopogląd i pomimo, że kontekst, w jakim się pojawiły, po czasie jest zapominany, ich przekaz zostaje włączony do katalogu prywatnych przekonań i opinii widza⁶²⁵.

Takie zanurzenie w serialowym świecie i identyfikacja z jego bohaterami, sprawia, że neoseriale budują wśród oglądających specjalny rodzaj wspólnotowości⁶²⁶. Odbiorcy danej produkcji posługują się własnym kodem językowym, nierzadko należą do fandomów lub tworzą inne grupy zrzeszające widzów w social mediach czy prawdziwym życiu. Jak podaje M. Lisowska-Magdziarz *Przynajmniej u części widzów prowadzi to do zachowań wykraczających poza zwykłe zainteresowanie ciekawą serią filmów telewizyjnych. Wokół nowych seriali wyrastają aktywne fandomy, nie tylko o kontemplacyjnym, lecz także o kreatywnym charakterze. Seriale stają się podstawą pod rozmaite formy fanworks – fikcji literackiej, prac plastycznych, filmowych itp.*⁶²⁷. W takich grupach ważne jest też trzymanie się ściśle określonych zasad, jak np. powstrzymanie się od zdradzania pojawiających się w kolejnych odcinkach wątków (tzw. spoilerów), co nie

⁶²² Tamże..., s. 3.

⁶²³ K. Muszyńska, *Musisz to obejrzeć! Analiza funkcjonowania oraz oddziaływania seryjności i serialu telewizyjnego w kulturze popularnej*, (w:) B. Panek, A. Wójtowicz (red.), *Między trendem a tradycją, kulturowe oblicza seriali*, PANDORA, Lublin 2015, s.17.

⁶²⁴ B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact of Web Series...*, s. 2.

⁶²⁵ Za przykład kultowych tekstów w neoserialach może posłużyć: *House of Cards: Nie boimy się terroru. My go stosujemy., Lew nie pyta zebry o pozwolenie na jej zjedzenie. Lwy nie mogą rozmawiać, a zebry nie będą słuchać., Istnieje tylko jedna zasada: polujesz albo jesteś upolowanym., czy Dr. House: Wszyscy kłamią, Rak nie sprawia, że stajesz się wyjątkowy., Wszyscy jesteśmy żałośni, to nas czyni interesującymi., Podobno nie można żyć bez miłości. Ja osobiście uważam, że tlen jest ważniejszy.* "czy Ludzkość jest przereklamowana. Por. Telemagazyn, Cytaty z seriali. "Wszyscy jesteśmy żałośni, to nas czyni interesującymi". Te teksty pamiętają wszyscy! 25.07.2018, <https://www.telemagazyn.pl/artykuly/cytaty-z-seriali-wszyscy-jestesmy-zalosni-to-nas-czyni-interesujacymi-te-teksty-pamietaja-wszyscy-65829.html> (dostęp: 01.03.2022r)

⁶²⁶ K. Muszyńska, *Musisz to obejrzeć!...*, s. 13.

⁶²⁷ M. Lisowska-Magdziarz, *Od redaktora...*, s. 8.

jest prostym zadaniem ze względu na liczne odniesienia do popularnych seriali w internecie⁶²⁸.

Bogata w *cliff-hangery* i plot twisty konstrukcja współczesnych seriali wpływa również na sposób ich oglądania. W przypadku gdy wszystkie odcinki nie są publikowane symultanicznie, zdarza się, że odbiorcy czekają na zakończenie sezonu by móc obejrzeć całą produkcję na raz. Jak podaje K. Muszyńska *Pragnienie dalszego ciągu jest tak palące, że widz nie jest w stanie lub nie chce przeżywać go co tydzień*. Taka praktyka wiąże się z obcowaniem z danym tytułem przez znacznie dłuższy czas niż w erze telewizji tradycyjnej, a tym samym znacznie silniejszym jego oddziaływaniem⁶²⁹.

W efekcie rodzice, widząc zmiany zachodzące w swoich dzieciach, starają się selekcjonować filmy i programy przez nie oglądane i wybierać te wpływające pozytywnie na ich rozwój. Jest to trudne zadanie, ze względu na to, że nowa era telewizji strumieniowej, oparta na odmiennych modelach ekonomicznych niż telewizja tradycyjna, za główny cel stawia sobie jak najdłuższe zatrzymanie widza przed ekranem. Młody i nie-doświadczony odbiorca jest na to bardzo podatny, gdyż nie dokonuje selekcji treści pod kątem prezentowanych w nich wartości czy pozytywnego wpływu⁶³⁰.

4.5.1. Kierunki oddziaływania seriali na młodych odbiorców

Zaprezentowany powyżej wpływ, jaki wywierają na młodego widza serie zazwyczaj jest określany jako ambiwalentny, a jego kierunek zależy od współwystępowania innych czynników, takich jak czas ekspozycji, kompetencje komunikacyjne odbiorcy czy doświadczane wsparcie społeczne. Badania wykazują zarówno pozytywne jak i negatywne efekty oddziaływania seriali na młodzież. B. Dhiman podaje, że serie uczą nastolatków interakcji społecznych z płcią przeciwną i dorosłymi, pozytywnie wpływają na ich samoocenę a także, jak wykazały eksperymenty, zwiększają tolerancję etniczną. Produkcje o charakterze humanistycznym poprawiają umiejętność komunikowania się z rówieśnikami, zwiększają chęć niesienia pomocy i rozumienia innych⁶³¹.

⁶²⁸ K. Muszyńska, *Musisz to obejrzeć!...*, s. 18.

⁶²⁹ Tamże, s. 18.

⁶³⁰ B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact...*, s.2.

⁶³¹ T. Kubrak, *Impact of Films...*, s. 86.

T. Kubrak wykazuje, że również produkcje nieprzedstawiające realnej wizji świata, jak np. filmy postapokaliptyczne, odgrywały pozytywny wpływ poprzez skłonienie do refleksji i zmianę postaw. Za przykład badaczka podaje film *Pojutrze*, który pozytywnie wpłynął na świadomość ekologiczną młodych widzów i dostrzeżenie swojej odpowiedzialności za środowisko. Po emisji filmu odnotowano zwiększoną liczbę zapytań internetowych i dyskusji na tematy około ekologiczne⁶³².

W kontekście pozytywnego wpływu, jaki seriale wywierają na życie współczesnej młodzieży, nie sposób pominąć tematu miniprodukcji Netflix'a – *Gambit Królowej*, która na platformie zadebiutowała 23 października 2020 roku w ciągu pierwszych 28 dni od premiery serialu, Netflix odnotował, że został on obejrzany w 62 milionach gospodarstw domowych posiadających subskrypcję. Wynik ten pozwolił na określenie produkcji jako najpopularniejszej limitowanej serii portalu. Serial znalazł się w pierwszej dziesiątce rankingów popularności w 92 krajach, zajmując pierwsze miejsce w 63 z nich. Natomiast wydana w 1983 roku powieść Waltera Tevisa trafiła na listę bestsellerów *The New York Times* po 37 latach od pierwszego wydania⁶³³.

Oprócz ogromnego sukcesu komercyjnego serial stał się inspiracją dla milionów odbiorców do rozpoczęcia swojej przygody z grą w szachy. Po premierze serialu wpisywane w wyszukiwarkę Google hasło: *Jak grać w szachy?* osiągnęło najwyższy wynik od 9 lat, a liczba szachistów korzystających z platformy www.chess.com wzrosła pięciokrotnie⁶³⁴. Strona od początku pandemii w marcu do października zarejestrowała milion nowych członków, natomiast w samym listopadzie przybyło 2,8 milionów nowych graczy. Na darmowym portalu szachowym lichess.org w listopadzie 2020 roku odbyło się 78 mln rozgrywek, co stanowiło dwukrotnie wyższy wynik w porównaniu z listopadem 2019 roku⁶³⁵. Również ilość treści poruszających tematykę gry w szachy w internecie znacznie wzrosła. Kanały szachowe na Twitchu – platformie strumieniowo przesyłającej treści na żywo – cieszą się stale wzrastającą popularnością. Nowych odbior-

⁶³² Tamże, s. 86.

⁶³³ Sisudigital, *Netflix Effect – The Queen's Gambit*, 12.2020 <https://sisudigital.fi/netflix-effect-the-queens-gambit/?fbclid=IwAR2lwr8Cy2aWwj6i4cN5RxBdOyOE-aqIufn0viiqygCPdyulhSLCxVIIIXVU> (dostęp: 07.05.22).

⁶³⁴ Tamże.

⁶³⁵ R. Dottle, 'The Queen's Gambit' Chess Boom Moves Online, Bloomberg, , <https://www.bloomberg.com/graphics/2020-chess-boomfbclid=IwAR3zxdqVxYMQeYsinA4veb3OE8ssVLqPVZHGaeZW-Dx2PLTKKIRSu3ID08g> (dostęp: 07.05.22).

ców zyskują dzięki transmisji wirtualnych rozgrywek mistrzów szachowych, takich jak amerykański arcymistrz Hikaru Nakamura⁶³⁶. Sklepy z zabawkami po premierze serialu w listopadzie i grudniu odnotowały gwałtowny wzrost sprzedanych szachów. i pomimo spadającej z czasem popularności serialu *Gambit Królowej*, J. Shahade (dwukrotna mistrzyni Stanów Zjednoczonych, a obecnie dyrektor programu kobiecego Federacji Szachowej USA) uważała, że obserwowane zainteresowanie może przełożyć się na *efekt pokoleniowy*. Wzbudzone przez serial zainteresowanie szachami i wykorzystanie do transmisji rozgrywek streamingu wtórnie wpłynęło na popularność gry w sferze wirtualnej. Kiedy 11 grudnia 2020 roku odbywały się mistrzostwa w szybkich szachach, ponad 70 000 widzów śledziło rozrywki online podczas których wielcy arcymistrzowie szachowi analizowali i komentowali ruchy zawodników, wchodząc w bezpośrednią interakcję z publicznością na czacie. Zmianie uległa również grupa demograficzna szachistów, niegdyś męska rozrywka przyciąga obecnie coraz więcej kobiet, które zarówno grają jak i oglądają rozgrywki online⁶³⁷.

4.5.1.1. *Binge-watching*

Jak podano powyżej, wpływ wywierany przez treści medialne jest bardzo złożony i może stanowić zarówno zagrożenie, jak i stać się inspiracją dla rozwoju i wzrostu osobistego.

W dyskursie na temat wpływu treści portali strumieniowych najczęściej niepokojącym badaczy zjawiskiem jest *binge-watching*⁶³⁸, który był już wcześniej wielokrotnie przywoływany w tekście rozprawy. Telewizja strumieniowa koncentruje się na tym modelu oglądania ze względu na to, że generuje on większą ilość odbiorców spędzających coraz więcej czasu przed ekranem. Jak wykazano powyżej, badania potwierdzają istnienie dodatknej korelacji między czasem ekspozycji na określone treści a kształtowaniem postaw odbiorców zgodnych z tymi przekazami, co ma istotne znaczenie w kontekście tematu niniejszej rozprawy.

Jednak w kontekście negatywnego wpływu na młodego odbiorcę zjawisko to jest negatywnie postrzegane ze względu na trzy aspekty:

⁶³⁶ Transmitujący jako GMHikaru.

⁶³⁷ R. Dottle, 'The Queen's Gambit...'

⁶³⁸ Szersza charakterystyka zjawiska znajduje się w rozdziale 2.

- czasochłonność i spędzanie często nadmiernej liczby godzin, zwłaszcza nocnych, na konsumpcji treści medialnych;
- treści stanowiące przedmiot *binge-watchingu*, zastrzeżenia budzą zwłaszcza te brutalne czy związane z seksem;
- konsekwencje dla życia społecznego i szkolnego odbiorców, gdyż wiąże się on często z becznością i izolacją⁶³⁹.

Jak podaje D. Forni, powyższe skutki są potencjalnie szkodliwe nie tylko dla młodych odbiorców, lecz również mało krytycznych w stosunku do własnych praktyk oglądania dorosłych. Badaczka twierdzi, że powinny one zostać dogłębnie zbadane, aby nie atakować i demonizować samego medium, lecz raczej nieświadome praktyki korzystania i użytek jaki mogą z niego zrobić nowe pokolenia⁶⁴⁰.

4.5.1.2. Wpływ wywierany przez *binge-watching*

Kompulsywne oglądanie (jak często w literaturze przedmiotu nazywany jest *binge-watching*), przez zwiększony czas ekspozycji wpływa na pogłębienie relacji odbiorca-tekst. Platformy, takie jak Netflix, częściowo ponoszą odpowiedzialność za wzrost liczby osób oglądających nałogowo ich produkcje, tworząc telewizję zachęcającą do takiego sposobu konsumpcji. Wykorzystują w tym celu zabiegi, takie jak jednoczesna premiera wszystkich odcinków sezonu czy stosowanie *cliff hangerów*⁶⁴¹.

Badania zrealizowane przez University of Oregon w 2015 roku wykazały, że widzowie praktykujący *binge-watching* czuli, że bardziej aktywnie uczestniczą w serialu, na głębszym poziomie łączą się z bohaterami, jak i uczestniczą w fabule. Zaangażowanie badanych było weryfikowane poprzez ustosunkowanie się do stwierdzeń jak np. *binge-watching jest bardziej interesujący niż inne sposoby oglądania* czy *binge-watching jest ekscytujący*. Badani uzyskujący wyższe wyniki w tej skali byli bardziej zaangażowani w przeżycia postaci jak i samą fabułę⁶⁴².

Jak wykazuje K. S. Wheeler, grupą społeczną najbardziej podatną na kompulsywne oglądanie telewizji są studenci. Badaczka argumentuje, że młodzi dorośli cechują się

⁶³⁹ B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact...*, s.2.

⁶⁴⁰ D. Forni, *Young adults...*, s. 300.

⁶⁴¹ K.S. Wheeler, *The Relationships...*, s. 3.

⁶⁴² M. Pittman, K. Sheehan, *Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix*, „First Monday”, 2015, s. 20.

większymi skłonnościami w tym zakresie, ze względu na brak unormowanego stylu życia, mniejszą ilość obowiązków i pełnionych ról społecznych (posiadanych dzieci czy współmałżonka). Kolejną cechą tej grupy jest słabsza umiejętność odraczania gratyfikacji niż u osób dorosłych. Przez wzgląd na tę cechę, młodym ludziom ciężiej jest odmówić sobie natychmiastowej satysfakcji, jaką daje oglądanie programu, co dodatkowo jest podbijane przez łatwy i natychmiastowy dostęp do pożądaných treści⁶⁴³.

Na przestrzeni ostatnich lat badacze udowodnili bezpośredni lub pośredni wpływ jaki wywiera *binge-watching* na młodych odbiorców. Badania Y. H. Sung wykazują, że kompulsywne oglądanie seriali wiąże się z silnymi negatywnymi emocjami u odbiorcy. Wykazano dodatnią korelację pomiędzy nałogowym oglądaniem a niezadowoleniem z własnego ciała, opuszczeniem się w nauce, objawami depresji czy niską samooceną⁶⁴⁴. Badania przeprowadzone w grupie wiekowej 18-25 lat wykazały, że *binge-watching* był związany z depresją i poczuciem samotności, a oglądanie treści strumieniowych niosło za sobą zmiany w postawach, zachowaniu i życiu społecznym⁶⁴⁵. T. Peterson, badając wpływ *binge-watchingu* na życie akademickie studentów doszedł do konkluzji, że wielu respondentów budowało wokół tej praktyki cały swój dzień, planując codzienne czynności w sposób umożliwiający wielogodzinne poświęcenie się rozrywce. Badania wykazały, że życie społeczne i oceny uczestników uległy pogorszeniu ze względu na nawyk *binge-watchingu* (co szkodzi fizycznemu i psychicznemu rozwojowi jednostki), jednak sami badani bagatelizowali lub nie byli świadomi negatywnych skutków wynikających z tej formy oglądania⁶⁴⁶. Uzależniający charakter nowych mediów sprawia, że typowe do tej pory aktywności młodych ludzi, takie jak: spotkania z przyjaciółmi, gry na świeżym powietrzu, odrabianie lekcji czy aktywność fizyczna są zastępowane czasem spędzonym przed ekranem⁶⁴⁷.

Jednak scharakteryzowany powyżej *binge-watching* nie jest jedynym niepokojącym badaczy aspektem nowych seriali. Kolejny, równie często podawany problem, to ich globalny charakter. Obserwowana w internecie ogromna liczba nowych seriali w połą-

⁶⁴³ K.S. Wheeler, *The Relationships between...*, s. 2.

⁶⁴⁴ Y.H. Sung i inni, *An exploratory study of motivations for binge-watching behavior*. Conference. Proceedings American Academy of Advertising, 2015, s. 169.

⁶⁴⁵ B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact...*, s. 2.

⁶⁴⁶ T. Peterson, *To binge or not to binge: a qualitative analysis of college students' binge-watching habits*. Florida Community Journal, 2016, nr 44, s. 77-88.

⁶⁴⁷ B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact...*, s. 3.

czeniu z popularyzacją sieci i urządzeń mobilnych sprawiła, że są one dostępne na wyciągnięcie ręki, a co za tym idzie znacznie trudniej poddać je kontroli. Globalna dystrybucja sprawia, że treść seriali często pozostają nieuregulowane od strony prawnej. B. Dhiman wyraża zaniepokojenie, że niepodlegające krajowej jurysdykcji treści zawierają zbyt dużo obraźliwego języka, wulgaryzmów, poczucia buntu przeciwko rodzicom, państwu, prawu, religii oraz poruszają inne społeczne tematy tabu. Równie znamienne jest niedostosowanie globalnych treści do kultury i tradycji danego kraju. Międzynarodowe produkcje pomijają ten aspekt, koncentrując się na przyciągnięciu widza za pomocą oryginalnych i kreatywnych treści. Tak konstruowane, a niepodlegające kontroli programy oddziałują na często niegotowych na nie odbiorców, wpływając na ich sposoby myślenia czy zachowania⁶⁴⁸.

4.5.2. Jak młodzi ludzie postrzegają wpływ seriali na swoje życie?

Badania przeprowadzone w 2021 roku przez B. Dhimana pokazują w jaki sposób młodzi ludzie postrzegają wpływ mediów strumieniowych na swoje życie. 250 respondentów w wieku 18-33 poproszono o ustosunkowanie się do pytania: *Czy oglądanie treści strumieniowych wywiera na Ciebie wpływ psychologiczny*⁶⁴⁹? 33% badanych odpowiedziało twierdząco, 39% nie zgodziło się ze stwierdzeniem, natomiast 29% nie było pewnych co do odczuwanego wpływu. Natomiast znaczna większość młodzieży (62%), zauważa zmianę w języku czy zachowaniu swoich kolegów pod wpływem oglądanego serialu. 30% nie zaobserwowało takich zmian, natomiast 7% miało w tej kwestii wątpliwości⁶⁵⁰.

Jako odpowiedź na pytanie *Czy unikasz ćwiczeń fizycznych z powodu oglądania seriali internetowych?* 22% respondentów odpowiedziało twierdząco, jednak znaczna większość (78,%) stwierdziła, że seriale motywują ich do ćwiczeń fizycznych. Co może wskazywać na to, że obserwowanie na ekranie atrakcyjnych fizycznie aktorów motywowało odbiorców do ćwiczeń fizycznych i zadbania o swój wygląd.

⁶⁴⁸ B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact...*, s.3

⁶⁴⁹ Oryginalne pytanie brzmiało: *Do you agree that web series and online content has psychological effects on you?*

⁶⁵⁰ Oryginalne pytanie brzmiało: *Do you think that web series are changing the language and behavior of the youth?*

Młodzi zapytani *Czy seriale powodują niepokój i depresję wśród młodzieży?* w 70% odpowiedzieli przecząco, 20% respondentów zgodziło się ze stwierdzeniem, natomiast 9% nie miało pewności, czy seriale internetowe i treści online wywołały u nich niepokój i depresję, czy nie. Podobnie na pytanie *Czy oglądanie seriali internetowych wpłynęło na Twoje wyniki na egzaminach lub innych ważnych zadaniach?* większość respondentów (72%) odpowiedziała, że nie dostrzega wpływu treści strumieniowych na osiągnięte wyniki, natomiast 28% respondentów zgodziło się, że oglądanie strumieniowego przesyłania wideo online i seriali internetowych wpłynęło na ich wyniki na egzaminach lub innych ważnych zadaniach.

Ponadto przeprowadzone badania wykazały, że dla młodych ludzi ważniejsze są relacje w świecie realnym, a postawieni w sytuacji wyboru: nielimitowany dostęp do mediów cyfrowych czy spotkanie z ulubioną koleżanką/kolegą, wybiorą to drugie⁶⁵¹. Te ustalenia znajdują potwierdzenie również u polskich badaczy. A. Iwanicka w przeprowadzonych przez siebie badaniach wykazuje, że dzieci mają świadomość, jak istotnym aspektem życia jest budowanie relacji z innymi. Dużo ważniejsze okazują się dla nich kontakty bezpośrednie niż te utrzymywane jedynie online. Badaczka podaje, że dzieci zapytane czy mają kolegów/koleżanki poznane za pomocą Internetu wykazywały takie znajomości, jednak nie traktowały ich na równi z relacjami offline mówiąc: *Ja mam takiego kolegę, znam go z gier, często razem gramy. Ale czy to jest mój prawdziwy kolega? Chyba nie, bo gadam z nim tylko o graniu, a z kolegami ze szkoły to rozmawiam też na inne, ważniejsze tematy. Tamten kolega to tylko taki mój kolega do grania, wolę jednak tych prawdziwych*. Inna dziewczynka mówi: *Mnie często na Instagramie lajkuje taka dziewczynka, dużo z nią piszę, ale chyba nie chcę się z nią spotkać, bo o czym tu gadać? Na insta to gadamy tylko o kotkach, przesyłamy sobie ich zdjęcia, a ile można gadać o kotkach?*⁶⁵².

Dzieci są świadome zarówno korzyści jak i ograniczeń wynikających z korzystania z nowych technologii. Jako pozytywny aspekt podają szybki dostęp do informacji poprzez grupy klasowe, niwelowanie uczucia smutku i samotności czy kontakt z rodziną, o czym świadczą przytoczone przez badaczkę wypowiedzi dzieci: *Jak jestem sam w domu i się nudzę, i nie mam się z kim bawić, to sobie piszę z moimi kolegami i wtedy*

⁶⁵¹ B. Dhiman, P.S. Malik, *Psychosocial Impact...*, s. 3.

⁶⁵² A. Iwanicka, *Dziecięce wchodzenie...*, s. 55-56.

mi jakoś mniej smutno. Wyglupiamy się, piszemy sobie różne śmieszne rzeczy, wysyłamy filmiki albo memy i jest fajniej niż samemu w domu; To też pomaga częściej rozmawiać z rodziną. Bo moja babunia daleko mieszka i mogę sobie do niej często dzwonić, albo pisać. Albo jak mama jest w pracy, a ja sama w domu, to też do niej piszę, kiedy wróci i już się nie martwię. Natomiast dostrzegają one również negatywne konsekwencje korzystania z mediów, co znajduje wyraz w wypowiedzi *Czasem jak spotykam się z moją koleżanką na zabawę, to ona wcale nie chce się bawić, bo wciąż tylko gapi się w telefon i ogląda Instagram, albo TikToka. a ja bym się chciała pobawić i czuję wtedy, że ona mnie wcale nie szanuje...* inna dziewczynka dodaje *czasem to widzę dzieci, jak wracają ze szkoły i wcale ze sobą nie rozmawiają, tylko wszystkie patrzą w swoje telefony. a przecież rozmowa z innymi jest bardzo ważna! a przez telefony nam to przeszkadza!*⁶⁵³. Powyższe wypowiedzi wykazują, że pomimo niezaprzeczalnych korzyści płynących z nowych mediów młodzi odbiorcy tęsknią za bezpośrednimi relacjami z innymi ludźmi i kształtowaniem więzi offline.

4.6. Podsumowanie

Współczesne media strumieniowe, jak podaje W. Jakubowski⁶⁵⁴, stanowią obszar *ukrytej* edukacji, nie tylko poprzez konstruowanie nowej rzeczywistości, lecz przede wszystkim odzwierciedlanie świata ludzkich problemów, marzeń i namiętności. Serialowe treści szybko przenikają do mediów społecznościowych dostarczając tematów do rozmów i stając się elementem nowego globalnego doświadczenia. Jednak oprócz funkcji rozrywkowej, ze względu na rolę jaką odgrywają w nieformalnej edukacji, stały się ciekawym obszarem analiz medioznawców, psychologów, socjologów czy pedagogów. R. Linton⁶⁵⁵ podkreśla, że społeczeństwa utrwalają się, poprzez edukowanie swoich obywateli i uczenie ich wzorów kulturowych. Zdaniem badacza współcześnie to właśnie mass media realizują tę funkcję. Treści medialne dostarczają informacji na temat zachowania się płci przeciwnej, ludzi o różnym statusie społecznym czy przedstawicieli określonych profesji. Młodzi ludzie za pomocą mediów strumieniowych poznają świat.

⁶⁵³ Tamże.

⁶⁵⁴ W. Jakubowski, *Sex Education...*, s. 57,

⁶⁵⁵ Linton R., *Kulturowe podstawy osobowości*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1975, s. 33-34.

Kształtują swoje postawy, poglądy i przekonania. Uczą się rozwiązywać konflikty, radzić sobie z problemami.

Jak podkreślają badacze, seriale za sprawą znacznego nagromadzenia tego typu wskazówek, stanowią istotny aspekt paraspołecznego doświadczenia. Oglądając seriale telewizyjne młodzi ludzie identyfikują się z bohaterami, porównując własne życie z tym z ilustrowanym w serialu, czy poprzez obserwację szukając rozwiązania swoich problemów⁶⁵⁶.

Współczesne produkcje medialne skrywają zarówno możliwości i ograniczenia. Z jednej strony, odpowiedzialne i świadome wykorzystywanie medium może poprowadzić widza przez bliskie mu doświadczenia i problemy. Z drugiej, ich realizacja jest często niekontrolowana, pozbawiona świadomego przedstawienia poruszanych tematów.⁶⁵⁷

Forma serialu rozpowszechniona przez Netflixa stała się ważnym elementem życia współczesnej młodzieży. Jednak sprzyja ona większej ilości czasu spędzanej przed ekranem, co wiąże się ze wzmożoną ekspozycją na treści medialne i ich siłę oddziaływania. W tym kontekście niezwykle ważna wydaje się umiejętność krytycznej oceny wytworów kultury audiowizualnej, co stawia istotne zadania dla współczesnej edukacji medialnej⁶⁵⁸. Seriale telewizyjne, a zwłaszcza dramaty dla nastolatków, wymagają podejścia edukacyjnego, stymulującego krytyczne i aktywne postrzeganie medium przez młodego widza. i choć produkty te są często ignorowane przez dorosłych, uznawane za część kultury mediów masowych, stanowią nieformalne narzędzia edukacyjne. Dlatego aby zrozumieć, w jaki sposób pośrednio wpływają na społeczną i kulturową percepcję młodych dorosłych, należy przyjrzeć się narracjom proponowanym młodym odbiorcom przez media strumieniowe⁶⁵⁹.

Warto również zauważyć, że badania nad wpływem nowych mediów często nie uwzględniają możliwości, że prawdopodobnie zmieni się on w czasie, ze względu na nowe rozwiązania i sposoby, w jaki media są wykorzystywane. Technologia jest często uznawana za jednostkową przyczynę zmian społecznych, dokonywanych na drodze de-

⁶⁵⁶ D. Horton, R. Wohl, *Komunikacja masowa i paraspołeczna...*, s. 77.

⁶⁵⁷ D. Forni, *Young adults and tv series...*, s. 297.

⁶⁵⁸ W. Jakubowski, *Sex Education...*, s. 31.

⁶⁵⁹ D. Forni, *Young adults and tv series...*, s. 298.

terminizmu technologicznego. Podejmując próby zrozumienia jej wpływu na młodych i wrażliwych ludzi, naukowcy rzadko podkreślają dokonujące się w jej obrębie dynamiczne zmiany. Konteksty i sposoby wykorzystania technologii cyfrowych same w sobie ulegają przeobrażeniom, a różne platformy i rozwiązania zyskują lub tracą popularność w grupie społecznej nastolatków⁶⁶⁰.

⁶⁶⁰ M. Vuorre i inni, *There Is No Evidence...*,

Rozdział 5

Metodologia badań własnych

Temat niniejszej rozprawy – *Media strumieniowe i ich serialowy przekaz jako czynnik wpływu na wiedzę i postawy w zakresie problemów psychologicznych przedstawiciele pokoleń cyfrowych* – wynika z zainteresowań oraz praktyki zawodowej autorki. W trakcie udzielania wsparcia psychologicznego młodym ludziom jednym z częściej poruszanych zagadnień były nowe media, ze szczególnym uwzględnieniem popularnych seriali dostępnych na platformach streamingowych. Traktowali oni produkcje medialne jako ważny element swojego życia, serialowi bohaterowie stanowili inspirację do podejmowanych działań, a sama konsumpcja mediów zajmowała znaczną część ich wolnego czasu, co jest zbieżne z zaprezentowanymi w poprzednich rozdziałach danymi zastanymi. Często to seriale stanowiły bezpośrednią motywację do podjęcia pracy nad własnym zdrowiem psychicznym i rozpoczęcia terapii. Autorka zaobserwowała zmianę, jaka nastąpiła u młodych dorosłych, w podejściu do procesu leczenia, wzroście wiedzy na temat możliwości pomocowych jak również większej tolerancji w stosunku do osób doświadczających podobnych problemów.

Powyższe bezpośrednie obserwacje kliniczne jak również zaprezentowana w poprzednich rozdziałach analiza danych zastanych doprowadziła do postawienia pytań na temat sposobów prezentacji problemów psychologicznych w popularnych serialach dostępnych w mediach strumieniowych i ich wtórnego wpływu na wiedzę i postawy odbiorców. A co za tym idzie możliwości wykorzystania medium w celu propagowania postaw prozdrowotnych i wpływania na dobrostan psychiczny młodego pokolenia.

Niniejszy rozdział prezentuje pytania oraz hipotezy badawcze dotyczące całości rozprawy, a także metody i narzędzia, które zostały wykorzystane w trakcie realizacji badań empirycznych mających na celu znalezienie odpowiedzi na postawione pytania.

Jak podaje wielu badaczy⁶⁶¹ badania mediów tradycyjnych i mediów internetowych nie

wymagają nowych metod badawczych lecz interdyscyplinarnego podejścia metodologicznego. Podejście to powinno czerpać zarówno z metod badawczych, dobrze znanych na gruncie medioznawczym, jak i tych wywodzących się z innych dziedzin, a mogących wniesić wartość dodaną do prowadzenia badań w ramach nauki o mediach. Jak podaje M. Filiciak *Granice między dyscyplinami należy bowiem postrzegać nie jako linie podziału, lecz przestrzeń kontaktu*⁶⁶². Zaproponowane poniżej badania empiryczne stanowią próbę interdyscyplinarnego podejścia do rozważań nad mediami. W związku z powyższym wybrana procedura badawcza wykorzystuje metody mieszane, zarówno te bezpośrednio kojarzące się z dyscypliną jaką jest nauka o komunikacji społecznej i mediach, jak i psychologią. Oczekuje się, że takie triangulacyjne i interdyscyplinarne podejście do badań pozwoli na uniknięcie błędów i pełniejsze zrozumienie badanego zagadnienia.

5.1. Organizacja i przebieg badań

J. Apanowicz w książce *Metodologiczne uwarunkowania pracy naukowej* podkreśla, że badania naukowe prowadzone w szerokim ujęciu to *etapowy proces twórczych czynności przebiegający od ustalenia i powzięcia decyzji o rozwiązaniu problemu badawczego, aż do jego ujęcia pisemnego w formie odpowiedniego naukowego opracowania*. Badacz podkreśla, że jedynie świadome i celowo stosowane procedury badawcze pozwalają na zapewnienie podstawowych funkcji badań naukowych. Tak ujmowana działalność badacza powinna sprowadzać się do trzech

⁶⁶¹ J. Nowak, *Polityki sieciowej popkultury*, Wyd. UMCS, Lublin 2017, s. 20; M. Filiciak, *Media, Wersja Beta, Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*, Wyd. Naukowe Katedra, Gdańsk 2013, s. 28; K. Adamczewska, *Rola mediów we współczesnych modelach przepływu informacji politycznych*, Rozprawa doktorska, Uniwersytet Adama Mickiewicza w Poznaniu 2020, s. 177.

⁶⁶² M. Filiciak, *Media, Wersja...*, s. 28.

etapów: rozpoznania przedmiotu badań, opracowania efektów tego rozpoznania i ujęcia go w nową jakość oraz skonfrontowania pozyskanych wyników z praktyką⁶⁶³.

Mając na uwadze powyższe stwierdzenia proces badawczy został zaprojektowany wieloetapowo. Pierwszy etap badań polegał na analizie danych zastanych mającej na celu jak najpełniejsze zapoznanie się literaturą przedmiotu a co za tym idzie scharakteryzowanie i opisanie (wciąż ewoluującej) telewizji strumieniowej, rozpowszechnionego przez nią gatunku medialnego jakim jest serial oraz jej odbiorców, zarówno ich praktyk konsumenckich jak i wpływu wywieranego na nich przez treści medialne. Działanie to miało na celu lepsze zrozumienie badanego medium, uniknięcie błędów przy formułowaniu klucza kategoryzacyjnego wykorzystanego przy analizie zawartości oraz pytań w sondażu diagnostycznym. Ponadto przeprowadzony desk research, który na dalszym etapie pozwolił na weryfikację niektórych hipotez polegających na porównaniu danych zastanych w populacji z rzeczywistością zaprezentowaną w analizowanych serialach.

Kolejny etap badań realizowany był od kwietnia 2021 roku do kwietnia 2022 roku polegał na przeprowadzeniu przez autorkę analizy zawartości najpopularniejszych wśród młodzieży seriali dostępnych na platformach strumieniowych. Analiza pozwoliła na scharakteryzowanie w jaki sposób problemy psychologiczne są prezentowane w tych produkcjach, a co za tym idzie jakie informacje na ich temat zyskuje odbiorca.

W następnym etapie badania została wykorzystana ankieta internetowa CAWI (*computer assisted web interview*). Technika ta polega na wykorzystaniu dostępnych narzędzi informatycznych pod postacią odpowiednio przygotowanej i zakodowanej do wprowadzenia danych ankiety. Metoda ta pozwoliła na zebranie informacji na temat wiedzy i przekonań na temat problemów psychologicznych oraz informacji o sposobach korzystania z telewizji strumieniowej przez przedstawicieli pokoleń cyfrowych (Z i Y). Badania zostały przeprowadzone od lipca do września 2022 roku i były one realizowane anonimowo a udział w nich dobrowolny. Badania obejmowały teren całej Polski, a ankieta, udostępniona badanym nosiła tytuł *Seriale i zdrowie psychiczne*. Wypełnienie kwestionariusza trwało około 5-7 minut. Elektroniczna wersja opracowana została w narzędziu Google Forms, a link rozesłany do respondentów. Ankieta została

⁶⁶³ J. Apanowicz, *Metodologiczne uwarunkowania pracy naukowej. Prace doktorskie, prace habilitacyjne*, Wydawnictwo Difin S.A., Warszawa 2005, s. 38-39.

udostępniona na forach tematycznych podejmujących dyskusję na temat seriali, grupach facebookowych, grupach studenckich.

Połączenie zaprezentowanych powyżej metod badawczych pozwoliło na uzyskanie pełnego obrazu dyskursu na temat problemów psychologicznych prezentowanego w telewizji strumieniowej i oszacowanie wtórnego wpływu tych treści na młodych odbiorców.

5.2. Cel i przedmiot badań własnych

Pierwszy, a zarazem podstawowym etapem procedury badawczej jest określenie przedmiotu oraz celu realizowanych badań. Ten stanowiący podwaliny procesu badawczego krok jest definiowany jako zbiór zróżnicowanych działań pozwalających na dokładne, obiektywne i wyczerpujące poznanie wybranego fragmentu rzeczywistości, np. społecznej czy kulturowej, zakładając, że wynikiem badania naukowego jest charakterystyka danej rzeczywistości⁶⁶⁴. Ch. Frankfort-Nachmias i D. Nachmias w książce *Metody badawcze w naukach społecznych*, podkreślają, że: *podstawowym celem nauki, w tym nauk społecznych, jest dostarczenie – dającej się zweryfikować – wiedzy. Wiedza pomaga wyjaśnić, przewidzieć i zrozumieć interesujące zjawiska empiryczne. Co więcej, kształt wiedzy może zostać wykorzystany do poprawy kondycji ludzi*⁶⁶⁵. Cz. Flanek, M. Kucharski, J. Sztanc podkreślają istotę sformułowania głównego celu badawczego, na podstawie którego tworzone są cele szczegółowe. Takie hierarchiczne podejście pozwala na stworzenie precyzyjnych celów badawczych wpływających na podniesienie jakości prowadzonych badań⁶⁶⁶.

Głównym celem badawczym niniejszej pracy było dookreślenie dyskursu mediów na temat problemów zdrowia psychicznego zawartego w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej oraz wtórne oszacowanie jego wpływu na wiedzę i postawy młodych odbiorców. Powyższy cel został osadzony w trzech typach celów w badaniach spo-

⁶⁶⁴ E. Sobol (red.), *Mały słownik języka polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995, s. 854.

⁶⁶⁵ Ch. Frankfort-Nachmias, D. Nachmias, *Metody badawcze w naukach społecznych*, Zysk i S-ka, Poznań 2001, s. 23.

⁶⁶⁶ Cz. Flanek, M. Kucharski, J. Sztanc, *Elementy metodyki opracowywania prac promocyjnych*, Fundacja Innowacja, Warszawa 2010, s. 12-13.

łecznych sformułowanych przez E. Babbiego; eksploracyjnym, opisowym oraz wyjaśniającym⁶⁶⁷.

Realizacja celu eksploracyjnego pozwoliła na wstępne rozpoznanie sposobu, w jaki problemy zdrowia psychicznego są prezentowane w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej oraz jakie praktyki konsumenckie są udziałem młodych odbiorców tych mediów. Powyższe działanie przyczyniło się do lepszego zrozumienia badanego zjawiska, pozwoliło na poznanie obszaru prowadzonych badań oraz sformułowanie pytań i hipotez badawczych.

Realizacja celu opisowego polegała na zebraniu danych jakościowych i ilościowych. Umożliwiła ona dokonanie szczegółowego opis dyskursu mediów na temat zdrowia psychicznego zawartego w wybranych serialach telewizji strumieniowej z uwzględnieniem sposobu przedstawiania postaci zmagających się z problemami psychicznymi, kontekstu narracyjnego, częstotliwości występowania określonych problemów oraz technik zaradczych stosowanych przez bohaterów. Ponadto pozyskane dane umożliwiły scharakteryzowanie sposobów korzystania z platform streamingowych przez badanych oraz określenie ich wiedzy i postaw na temat problemów zdrowia psychicznego.

Cel wyjaśniający został zrealizowany poprzez analizę możliwych związków między ekspozycją młodych odbiorców na treści dotyczące zdrowia psychicznego obecne w serialach a ich wiedzą, postawami i potencjalnymi zmianami w percepcji tego zagadnienia. Celem było określenie, jakie są medialne przedstawienia tematyki zdrowia psychicznego oraz w jakim stopniu mogą one wpływać na społeczne postrzeganie zdrowia psychicznego przez młodych odbiorców.

Zostanie to zrealizowane w oparciu o zidentyfikowanie treści poruszających kwestie zdrowia psychicznego w przekazie medialnym kierowanym do młodzieży przez nadawców telewizji płatnych. Szczegółowymi celami pracy są:

- C1. Ocena częstotliwości tematyki problemów psychologicznych w treściach medialnych kierowanych do młodych odbiorców;
- C2. Scharakteryzowanie sposobu prezentacji problemów psychologicznych w serialach młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej;

⁶⁶⁷ E. R. Babbie, *The Practice of Social...* s. 89.

- C3. Identyfikacja zakresu problemów psychicznych obserwowanych w serialach i populacji;
- C4. Określenie roli treści, dostarczanych przez telewizję strumieniową w życiu polskich przedstawicieli pokoleń cyfrowych;
- C5. Ocena popularności seriali młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej w życiu polskich przedstawicieli pokoleń medialnych;
- C6. Scharakteryzowanie różnorodności nadawców telewizji strumieniowej wybieranych przez młodych odbiorców;
- C7. Ustalenie związku pomiędzy sposobem prezentacji problemów zdrowia psychicznego w serialach a postawami przedstawicieli pokoleń cyfrowych;
- C8. Określenie zależności pomiędzy sposobem prezentacji problemów zdrowia psychicznego w serialach a wiedzą młodych odbiorców na temat sposobów radzenia sobie z trudnościami natury psychicznej.

Główny cel badawczy dotyczy całej rozprawy, natomiast zaprezentowane cele szczegółowe odnoszą się zarówno do empirycznego jak i teoretycznego aspektu pracy. Dwa pierwsze cele (popularność tematyki zdrowia psychicznego oraz sposób prezentacji problemów psychologicznych w serialach młodzieżowych) zostały zrealizowane poprzez zastosowanie analizy zawartości mediów. Cel trzeci (identyfikacja zakresu problemów psychicznych w seriach młodzieżowych i populacji) została zrealizowana poprzez zestawienie danych ilościowych uzyskanych po przeprowadzonej analizie zawartości z danymi statystycznymi prezentującymi epidemiologię problemów psychicznych u przedstawicieli pokoleń cyfrowych pozyskanymi podczas analizy danych zastanych. Cel czwarty, piąty i szósty (określenie roli treści dostarczonych przez telewizję strumieniową, popularności seriali oraz różnorodności wybieranych przez młode pokolenie nadawców) został zrealizowany w oparciu o badania kwestionariuszowe (CAWI) przeprowadzone na przedstawicielach pokolenia Z i Y. Cel siódmy i ósmy (określenie związku pomiędzy sposobem prezentacji problemów psychicznych i sposobami radzenia sobie z nimi w serialach a wiedzą i postawami młodzieży) został zrealizowany poprzez zestawienie i porównanie danych ilościowych uzyskanych na podstawie analizy zawartości z danymi z badań kwestionariuszowych. Połączenie zastosowanych metod badawczych pozwoliło na

wnioskowanie na temat przekazu medialnego na temat problemów psychologicznych w życiu przedstawicieli młodego pokolenia, oraz określenie związku pomiędzy ekspozycją na treści medialne dotyczące problemów psychologicznych a kształtowaniem postaw i wiedzy młodzieży, co bezpośrednio eksploruje główny cel rozprawy.

5.3. Problemy i hipotezy badawcze

Jak podaje J. Szumski zadaniem szerokiego podejścia do problemu badawczego jest określenie zjawisk mogących stanowić przedmiot badań prowadzonych w ramach nauk społecznych. W węższym ujęciu problem badawczy powinien być postrzegany jako zjawiska stanowiące przedmiot zainteresowań nauki społecznej *które wywołują rezonans w świadomości ludzi danego społeczeństwa lub społeczności. Są to po prostu problemy powstałe w związku z pojawieniem się takich zjawisk, jakie są nie tylko przedmiotem refleksji uczonych, ale również przedmiotem powszechnego zainteresowania ludzi danego społeczeństwa*⁶⁶⁸. Do tej kategorii z pewnością możemy zaliczyć fenomen współczesnych seriali. Rozpowszechnienie i popularność tej formy medialnej stanowiło bezpośrednią motywację do zadawania pytań na temat związku pomiędzy konsumpcją tych treści i rolą jaką odgrywają one w życiu odbiorców poprzez dostarczanie wiedzy i kształtowanie ich postaw w odniesieniu do prezentowanych zagadnień.

Głównym problemem badawczym niniejszej pracy było określenie dyskursu mediów dotyczącego zdrowia psychicznego, obecnego w serialach tworzonych z myślą o młodych widzach i dostępnych na platformach telewizji strumieniowej, a także zbadanie, w jaki sposób treści te wtórnie wpływają na wiedzę oraz postawy odbiorców wobec problemów zdrowia psychicznego. Istotnym było uzyskanie odpowiedzi na główne pytanie badawcze czy problemy psychologiczne stanowią istotny temat produkcji dostępnych w telewizji strumieniowej oraz jak wtórnie te treści wpływają na wiedzę i postawy względem problemów psychologicznych u odbiorców.

⁶⁶⁸ J. Szumski, *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2010, s. 38.

5.3.1 Pytania badawcze

Pytania badawcze dotyczące zdefiniowanego problemu:

- P1. Czy bohaterowie seriali dostępnych na platformach streamingowych często zmagają się z problemami natury psychicznej?
- P2. Jakie strategie radzenia sobie z problemami psychicznymi stosują bohaterowie seriali? Czy są one konstruktywne, czy niekonstruktywne?
- P3. Jakie problemy psychiczne są najczęściej portretowane w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej?
- P4. Czy seriale są najczęściej wybieranym typem treści wśród młodych użytkowników platform streamingowych?
- P5. Jaką rolę odgrywają seriale streamingowe w życiu społecznym polskich przedstawicieli pokoleń cyfrowych?
- P6. Czy treści zawarte w serialach dostępnych na platformach streamingowych odzwierciedlają problemy psychiczne i emocjonalne charakterystyczne dla młodego pokolenia?
- P7. Czy młodzi odbiorcy postrzegają seriale streamingowe jako atrakcyjne i popularne źródło rozrywki?
- P8. Czy młodzi widzowie świadomie wybierają oglądane seriale, czy też ograniczają się do treści proponowanych przez subskrybowaną platformę?

5.3.2. Hipotezy badawcze

Poniżej zaprezentowano główną hipotezę badawczą, hipotezy szczegółowe oraz metody zastosowane w celu ich weryfikacji: AZ – analiza zawartości, CAWI ankieta internetowa oraz ADZ – analiza danych zastanych.

Hipoteza główna w niniejszej pracy brzmi: Seriale wpływają na wiedzę i postawy młodych odbiorców względem zdrowia psychicznego. Jednak w celu potwierdzenia mocy dowodowej hipotezy głównej konieczne jest spełnienie warunków określonych w zaprezentowanych poniżej hipotezach szczegółowych, które pełnią w stosunku do niej funkcję służebną, a ich pozytywna weryfikacja wzmacnia oraz umożliwiła naukowe potwierdzenie zasadności hipotezy głównej. Ponadto dodatkowo hipoteza główna będzie weryfikowana poprzez zestawienie i porównanie danych ilościowych uzyskanych na

podstawie analizy zawartości (AZ) z danymi z badań kwestionariuszowych (CAWI) i danymi pozyskanymi podczas analizy danych zastanych.

Hipotezy szczegółowe zostały zaprezentowane poniżej:

- H1. Znacząca większość produkcji streamingowych prezentuje bohaterów zmagających się z problemami psychologicznymi;
- H2. Bohaterowie seriali stosują różnorodne techniki radzenia sobie z problemami psychologicznymi, nie zawsze konstruktywne;
- H3. Do najczęściej portretowanych w serialach problemów psychologicznych należą Zespół Stresu Pourazowego (PTSD), uzależnienia, trudności relacyjne, depresja, żałoba;
- H4. Seriale są najczęściej wybieranym typem produkcji w telewizji strumieniowej przez przedstawicieli młodego pokolenia;
- H5. Produkcje streamingowe stanowią ważny element życia społecznego polskich przedstawicieli pokoleń cyfrowych;
- H6. Seriale dostępne w telewizji strumieniowej stanowią ilustrację kondycji psychicznej młodego pokolenia;
- H7. Seriale dostępne za pośrednictwem telewizji strumieniowej, stanowią popularne źródło rozrywki dla młodych widzów;
- H8. Młode pokolenie nie różnicuje odbieranych treści medialnych, ograniczając się do treści zamieszczanych przez nadawcę, którego subskrypcję posiada.

Pierwsza hipoteza szczegółowa (popularność tematyki problemów psychologicznych) zostanie zweryfikowana przez zastosowanie analizy zawartości, analizy danych zastanych oraz wyników badań kwestionariuszowych (CAWI). Hipoteza druga i trzecia (strategie zaradcze bohaterów oraz problemy z którymi się mierzą) zostaną zweryfikowane przez zastosowanie analizy zawartości i analizy danych zastanych. Hipoteza czwarta i piąta (popularność produkcji młodzieżowych oraz ich znaczenie w życiu społecznym młodego pokolenia) zostaną zweryfikowane w oparciu o badanie kwestionariuszowe (CAWI) oraz analizę danych zastanych. Hipoteza szósta (określenie zbieżności problemów psychologicznych prezentowanych w serialach z aktualnymi danymi z populacji) nastąpi po przez zestawienie danych uzyskanych po zastosowaniu analizy zawartości z danymi statystycznymi pozyskanymi podczas analizy danych zastanych

(desk research). Hipoteza siódma i ósma (popularność seriali wśród młodzieży oraz dobór treści medialnych udostępnianych przez różnych nadawców) znajdują rozstrzygnięcie po przez zastosowanie zarówno badań kwestionariuszowych jak i analizę danych zastanych.

5.4. Metody, techniki i narzędzia badawcze

Zaprezentowane powyżej założenia badawcze znajdują rozwiązanie w wyniku weryfikacji, podczas realizacji poszczególnych etapów badań i opracowania rozprawy. Rozprawa w pierwszej kolejności bazuje na metodach teoretycznych (desk research), które pozwalają na krytyczny przegląd literatury przedmiotu, lepsze zgłębienie tematu, wyjaśnienie terminów i osadzenie ich w konkretnych ramach potrzebnych na dalszych etapach projektu. W drugiej kolejności następuje przejście do metod empirycznych (analizy zawartości oraz badań kwestionariuszowych) opisanych poniżej.

5.4.1. Analiza zawartości

Jako główna metoda badawcza została wykorzystana analiza zawartości seriali pod kątem prezentowanych w nich problemów psychologicznych. Jak podaje W. Pisarek analiza zawartości to każda technika *wnioskowania o zbiorze przekazów na podstawie systematycznego i obiektywnego identyfikowania ich skonkretyzowanych, charakterystycznych cech*⁶⁶⁹. Według autora proces ten powinien spełniać dwa warunki. Musi być systematyczny, tzn. uwzględniać cały materiał zakwalifikowany do badania, i obiektywny, tzn. taki, że dwie różne osoby stosujące tą samą procedurę dojdą do takich samych wniosków. Jak dodaje W. Pisarek większość autorów podaje również warunków trzeci warunek – ilościową prezentację wyników⁶⁷⁰. Wartość przeprowadzonej analizy jest zależna od reprezentatywności wybranego do badania materiału. Próba powinna być jednocześnie *tak duża jak to możliwe* (na ile stać badacza czasowo i finansowo) jak i *tak mała jak to możliwe* (jednak zapewniająca niezbędny poziom zaufania do wyników)⁶⁷¹.

⁶⁶⁹ W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Warszawa 2008, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, s. 245-246.

⁶⁷⁰ Tamże, s. 246.

⁶⁷¹ Tamże, s. 247.

Mając na uwadze powyższe uwagi, wybór seriali publikowanych w mediach strumieniowych jako jednostki podlegającej analizom został dokonany przez wzgląd na kilka czynników:

1. Serial przez swój wieloodcinkowy charakter umożliwia obserwację ewolucji serialowych postaci, dłuższa forma w porównaniu z filmem pozwala na lepsze zobrazowanie zarówno problemu bohatera, sposobów radzenia sobie z nim jak i reakcji otoczenia.
2. Widz serialu potrzebuje więcej czasu na zapoznanie się z produkcją, (często są to tygodnie, a w przypadku seriali wielosezonowych lata), co skutkuje większym stosunkiem emocjonalnym do bohatera jak również wydłużonym czasem ekspozycji na dane treści, kluczowym przy kształtowaniu postaw.
3. Współczesne seriale, produkowane dla konkretnego odbiorcy (w tym przypadku młodzieży) stanowią źródło wiedzy na temat swoich odbiorców, ich zainteresowań i oczekiwań w stosunku do produkcji medialnych.

Analiza zawartości uwzględnia treść dziesięciu popularnych produkcji dostępnych w portalach streamingowych w latach 2019-2021. Dobór produkcji do badanej próby został dokonany na podstawie miejsca uzyskanego w rankingach opiniotwórczych portali filmowych i forów internetowych⁶⁷². Jak również platformy na której został opublikowany. Z racji, że badacze wykazują, że w badanej grupie wiekowej najpopularniejszym serwisem jest Netflix, 9/10 wybranych do analiz seriali to produkcje Netflixa, wyjątek stanowi *Euforia* będąca produktem HBO a włączona do analiz ze względu na prezentowaną tematykę, mocno odnoszącą się do problemów zdrowia psychicznego młodych ludzi i często pojawiającą się w dyskursie medialnym na ten temat⁶⁷³.

⁶⁷² www.filmweb.com; <https://www.imdb.com>

⁶⁷³ M. Jarecki, Czy 'Euforia' może namieszać nastolatkom w głowach? Zapytaliśmy o to psychologa Spider's Web, 10.02.2022, <https://rozrywka.spidersweb.pl/euforia-sezon-2-serial-szkodliwy-narkotyki-krytyka-s02e05-hbo>, (dostęp: 03.03.2022); M. Jarecki, Nastolatka przedawkowała, bo chciała być jak bohaterka serialu HBO. Tragedia po obejrzeniu Euforii, Spider's Web, <https://rozrywka.spidersweb.pl/euforia-sezon-2-nastolatka-przedawkowala-szkodliwosc-serial-hbo-zendaya> (dostęp: 10.02.2022); A. Rusak, Zendaya ostrzega przed seansem 'Euforii'. Nie, to nie jest serial dla wszystkich, VIBEZ, <https://vibez.pl/wydarzenia/zendaya-ostrzega-przed-seansem-euforii-nie-to-nie-jest-serial-dla-wszystkich-6725618911796064a> (dostęp: 03.03.2022); RZECZPOSPOLITA, Fenomen 'Euforii': ten serial pokazuje, co jest 'cool' w modzie w 2022 roku, Rzeczpospolita, <https://sukces.rp.pl/film/art35686591-fenomen-euforii-ten-serial-pokazuje-co-jest-cool-w-modzie-w-2022-roku> (dostęp: 03.03.2022); WYBORCZA.PL, „The New York Times”. Uzależnienie przekuł w hitowy serial. i rozwścieczył jego fanów”, Gazeta Wyborcza, 09.03.2022; GAZETA.PL, HBO w specjalnej kampanii walczy ze stygmatyzacją chorób psychicznych. Zmieni istniejące już programy, Gazeta.pl, 12.10.2019, <https://kultura.gazeta.pl/kultura/7.127222.25299990.hbo-w-specjalnej-kampanii-walczy-ze-stygmatyzacja-chorob-psychicznych.html>. (dostęp: 20.05.2020)

Jak wykazano w poprzednich rozdziałach rozprawy, globalny nastolatek w swoich wyborach konsumpcyjnych kieruje się globalnymi trendami, ma to również zastosowanie przy wyborze seriali, dlatego większość analizowanych produkcji 8/10 to anglojęzyczne produkcje tworzone z myślą o globalnym odbiorcy. Wyjątek stanowi bijący rekordy popularności południowokoreański *Squid Game*⁶⁷⁴ oraz polskie *Sexify*, wybrane ze względu na fakt, że serial był jednym z nielicznych polskich seriali Netflixa skonstruowanym z myślą o młodym odbiorcy⁶⁷⁵(Tabela 4.).

Tabela 4. Dobór seriali do próby badawczej z uwzględnieniem: roku produkcji, sezonu analizowanego serialu, ocen uzyskanych na portalach Filmweb oraz IMDB.

Lp.	Tytuł serialu	Lata emisji	Analizowany sezon/rok produkcji	Ocena na Filmweb	Ocena na IMDB
2.	Stranger Things	2016-2024	3/2019	8.3/10	8.7/10
8.	Gambit Królowej	2020	1/2020	8.2/10	8.6/10
10.	Euforia	2019-2022	1/2019	7.9/10	8.4/10
1.	Sex Education	2019-2021	1/2019	7.6/10	8.3/10
3.	The End of a F***ing World	2017-2019	2/2019	7.4/10	8.0/10
9.	Squid Game	2021	1/2021	7.3/10	8.0/10
5.	Never have i ever...	2020-2023	1/2020	6.9/10	7.8/10
6.	Ginny and Georgia	2021-2023	1/2021	7.1/10	7.5/10
4.	I am not ok with this	2020	1/2020	6.5/10	7.5/10
7.	Sexify	202-2023	1/2021	6.4/10	6.5/10

Źródło: opracowanie własne

⁶⁷⁴ P. Jankowski, *Na czym polega fenomen Squid Game, czyli Ach ci Koreańscy!*, benchmark.pl, https://www.benchmark.pl/testy_i_recenzje/squid-game-dlaczego-pociaga-nas-walka-na-smierc-i-zycie.html (dostęp: 30.11.21); J. Biernacik, *Krwawe klasy na ciężkie czasy – fenomen serialu 'Squid Game'*, Ostatnia Tawerna, <https://ostatniatawerna.pl/krwawe-klasy-na-ciezkie-czasy-fenomen-serialu-squid-game/> (dostęp: 30.11.21); R. Tomański, *Raz, dwa, trzy, giniesz ty, czyli o fenomenie popularności 'Squid Game'*, „Vogue Polska”, <https://www.vogue.pl/a/raz-dwa-trzy-giniesz-ty-czyli-o-fenomenie-popularnosci-squid-game> (dostęp: 30.11.21); D. Drózd, *Fenomen 'Squid Game'. Czy przemoc występuje tu dla samej przemocy?*, Wyborcza.pl, <https://wyborcza.pl/7,101707,27689947,fenomen-squid-game-czy-przemoc-wystepuje-tu-dla-samej-przemocy.html> (dostęp: 30.11.21)

⁶⁷⁵ Ł. Majchrzyk, *Sexify' to pierwszy polski serial, który się udał Netflixowi!*, Mobirank.pl, <https://mobirank.pl/2021/05/03/sexify-to-pierwszy-polski-serial-ktory-sie-udal-netfliksowi/> (dostęp: 20.05.21); K. Kraushar, *Polski serial 'Sexify' hitem Netflixa. Jest na pierwszym miejscu w Indiach, Libanie i na Jamajce*, Gazeta.pl, <https://kultura.gazeta.pl/kultura/7,127222,27046796,polski-serial-sexify-hitem-netflixa-jest-na-pierwszym-miejsku.html> (dostęp: 20.05.21); P. Romanowski, *Nowy hit Netflixa. Polska produkcja erotyczna podbija świat*, WP Film, <https://teleshop.wp.pl/nowy-hit-netflixa-polska-produkcja-erotyczna-podbija-swiat-6854845682375584a>. (dostęp: 15.01.23)

Analizie podlegały wszystkie odcinki w ramach jednego sezonu danej produkcji . W celu zadbania o obiektywizm badań, analiza treści będzie opierała się o klucz kategoryzacyjny (Aneks 1.). Klucz ten został opracowany przez autorkę w oparciu o posiadaną wiedzę psychologiczną na temat zaburzeń zdrowia psychicznego, psychologię rozwojową człowieka jak i kryteria diagnostyczne zawarte w klasyfikacjach DSMV i iCD11, pozwalające na dokonanie precyzyjnej diagnozy trudności bohatera. Ostateczna wersja klucza kategoryzacyjnego została przyjęta po przeprowadzeniu badań pilotażowych, które umożliwiły ocenę zasadności poszczególnych kategorii. Do badań pilotażowych zostało wykorzystane pięć produkcji i łącznie analizom zostało poddanych 102 bohaterów (49 dorosłych, 53 dzieci) z czego 25% doświadczało problemów natury psychologicznej (9 dorosłych, 17 dzieci). Na tej podstawie zostało wyłonione 19 kategorii, a proces klasyfikacji zachowania bohatera do każdej z nich został precyzyjnie opisany. Takie działanie pozwoli na powtórzenie badań przez innych badaczy (re-test) w celu sprawdzenia istotności. Dane uzyskane po przeprowadzonym badaniu dają możliwość dokonania analiz zarówno ilościowych jak i jakościowych. Dane ilościowe pozwalają na dokonanie uogólnień i wnioskowanie na temat wyników badań, natomiast dane opisowe umożliwiają bardziej szczegółową charakterystykę problemów psychologicznych w serialowej rzeczywistości.

Jak podaje W. Pisarek powodzenie analizy zawartości w znacznej mierze jest zależne od przyjętego systemu klasyfikacji nazywanego kluczem kategoryzacyjnym. *żadna analiza zawartości nie jest lepsza niż użyty w niej klucz kategoryzacyjny, (...), bo nie może ujawnić niczego, czego jako kategorii nie przewidzieli jego twórcy* a każdy analizowany temat wymaga indywidualnego klucza⁶⁷⁶.

Wykorzystany w analizie zawartości klucz kategoryzacyjny składał się z 19 pytań podzielonych na 2 grupy. Wszystkie one odnosiły się do pojedynczego bohatera występującego w produkcji. Do analiz zostały włączone wszystkie postacie pojawiające w danym sezonie serialu. Pytania od 1-9 mają na celu uzyskanie informacji ogólnych na temat bohatera: pozwalających na zakotwiczenie go w danej produkcji (np. tytuł serialu, sezon, odcinki w których się pojawia) oraz danych demograficznych (np. Wiek, płeć).

⁶⁷⁶ W. Pisarek, *Wstęp do nauki...* s. 247.

Pytania od 10-19 odnoszą się bezpośrednio do doświadczanych przez bohatera problemów psychologicznych, ich przejawów i sposobów radzenia sobie z nimi. Ważnym pytaniem było *Czy bohater posiada diagnozę?*. Jednak sama diagnoza nie stanowiła jedyne kryterium świadczącego o doświadczanych trudnościach psychologicznych. Często pomimo braku profesjonalnego nazewnictwa widz mógł obserwować trudności i cierpienie bohatera. Dlatego aby móc precyzyjnie zakwalifikować daną postać jako doświadczającą problemu zostały postawione kolejne pytania weryfikujące symptomy pojawiających się trudności. Pytania zostały dobrane na podstawie obowiązujących klasyfikacji zaburzeń psychicznych tj. opracowanego przez Amerykańskie Towarzystwo Psychiatryczne DSM V (*Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*) oraz sformułowana przez Światową Organizację Zdrowia i obowiązującą w Polsce ICD 11 (*International Classification of Diseases*). Przykładowe pytania to: *Czy widz obserwuje cierpienie bohatera?*, *Czy w serialu pojawiają się formy łamania norm społecznych, kulturowych jak np. stosowanie używek, podejmowanie zachowań agresywnych, ryzykownych?*, *Czy znamy etiologię problemu?*. Jak wykazano w rozdziale 4 treści serialowe wpływają na kształtowanie wiedzy i przekonań odbiorcy. Dlatego istotnym było postawienie pytań o sposoby radzenia sobie z zaburzeniem oraz reakcje otoczenia bohatera na jego problem (np. *Czy bohater podejmuje konstruktywne formy pomocowe takie jak: profesjonalna pomoc psychologiczna, medyczna?*, oraz *jak otoczenie reaguje na problem bohatera?*).

Możliwe odpowiedzi na każde z pytań zostały zawężone do ograniczonej ilości kategorii oznaczonych cyframi arabskimi. (np. *Płeć bohatera: 1 – kobieta, 2 – mężczyzna, 3 – osoba niebinarna*).

Powyższy sposób kodowania został zastosowany ze względu na późniejsze statystyczne opracowanie zebranego materiału i możliwość zbadania zależności pomiędzy pojawiającymi się zmiennymi.

5.4.2. Badania ankietowe

W kolejnej części badań i opracowania rozprawy zostało przeprowadzone badanie ankietowe (CAWI), w którym wykorzystana została *Skala wpływu mediów strumieniowych na wiedzę i przekonania na temat problemów psychologicznych*, stworzona spe-

cialnie na potrzeby pracy. Składa się ona z czterdziestu pytań podzielonych na trzy części. Pierwszej (pytania 1-11) *Kwestionariusz praktyk korzystania z mediów strumieniowych*, drugiej (pytania 12-25) *Skala zaangażowania w seriale*, trzeciej (pytania 26-39) *Skali postaw wobec problemów psychologicznych*. Kwestionariusz został poprzedzony pisemną instrukcją (Załącznik nr 2.), co miało na celu poprawę jego odbioru i właściwe zrozumienie treści badania.

5.4.2.1. Kwestionariusz praktyk korzystania z mediów strumieniowych

Stanowiący pierwszą część ankiety *Kwestionariusz praktyk korzystania z mediów strumieniowych* składa się z 11 pytań mających na celu zebranie podstawowych danych demograficznych (wiek, płeć, miejsce zamieszkania) oraz informacji na temat praktyk konsumenckich w odniesieniu do mediów strumieniowych (posiadanych subskrypcji, czasu przeznaczanego na ich konsumpcję czy oglądanych programów). Na poszczególne pytania ankietowani udzielali odpowiedzi po przez zaznaczenie wybranej odpowiedzi.

5.4.2.2. Skala zaangażowania w seriale

Druga część ankiety to *Skala zaangażowania w seriale*, w pierwotnej wersji składała się z 14 pozycji. Po przeprowadzeniu badań pilotażowych i analiz, wyodrębnionych zostało 11 zdań podzielonych za pomocą analizy czynnikowej na trzy czynniki/wymiały: *Podjęmowane działania* – czynnik behawioralny, *Odczuwalny wpływ* – czynnik emocjonalny oraz *Interakcje społeczne* – czynnik poznawczy. Metoda pozwala nam na wyciągnięcie wyniku ogólnego mówiącego o zaangażowaniu badanego w oglądanie seriali, jak również określenia wyniku w każdej z trzech kategorii. Osoba uzyskująca wysoki wynik ogólny charakteryzuje się silną potrzebą korzystania z medium i spędza więcej czasu na oglądaniu i rozmyślaniu na temat produkcji niż by tego chciała. Silnie identyfikuje się z przeżyciami bohatera i odnosi je do własnego życia. Ponadto oglądany program jest częstym przedmiotem rozmów z rodziną i ze znajomymi.

Podjęmowanie działania – czynnik behawioralny – wysoki wynik wiąże się z tendencją do kompulsywnego korzystania z mediów strumieniowych. Taka osoba ma trudność w dawkowaniu sobie przyjemności wynikającej z oglądania i zdystansowania się

do treści oglądanego serialu. Badani uzyskujący wysokie wyniki w skali cechują się większą tendencją do *binge-watchingu* i dostrzegają trudność w kontroli własnych praktyk konsumenckich. Przykładowe zdania mierzące ten czynnik to: *Oglądam zbyt wiele odcinków na raz; Spędzam więcej czasu na oglądaniu seriali niż bym tego chciał; Nie mogę przestać myśleć o serialu dopóki nie obejrzę całego sezonu; Po zakończeniu sezonu, jest mi ciężko skoncentrować się na czymś innym.*

Odczuwalny wpływ – czynnik emocjonalny – wysoki wynik osiągany w tym wymiarze wiąże się ze znacznym afektem emocjonalnym, odczuwanym w stosunku do oglądanych treści. Osoba identyfikuje się z przeżyciami bohatera, silnie przeżywa jego rozterki i sukcesy. Ponadto odnajduje w produkcjach sytuacje, stanowiące jej własne doświadczenia. Przykładowe stwierdzenia wchodzące w skład tego czynnika to: *Podczas oglądania serialu mam wrażenie że bohater przeżywa podobne sytuacje do mnie; Bohaterowie seriali które oglądam są do mnie podobni; w serialach rozpoznaje sytuacje z którymi się spotykam w moim życiu.*

Interakcje społeczne – czynnik poznawczy – Wysokie wyniki w tym wskaźniku pozwalają na wnioskowanie o przenikaniu treści mediów strumieniowych do doświadczeń i kontaktów społecznych jednostki. Stając się ważnym elementem rozmów i czynnikiem pozwalającymi na wspólne doświadczenia. Przykładowe stwierdzenia wchodzące w jego skład to: *Komentuje rozwój serialowych wątków ze znajomymi; Rozmawiam o serialach z rodziną; Seriale są częstym przedmiotem rozmów w szkole i wśród znajomych.*

5.4.2.3. Skala postaw wobec problemów psychologicznych

Skala postaw wobec problemów psychologicznych mierzy czy jednostka ma pozytywny czy negatywny stosunek do osób zmagających się z zaburzeniami w zakresie zdrowia psychicznego oraz czy zna konstruktywne sposoby radzenia sobie z problemami. Skala pierwotnie składała się z 14 stwierdzeń, co do których badani ustosunkowywali się na 5 stopniowej skali Likerta, gdzie 1 – oznaczało *zdecydowanie się nie zgadzam*, natomiast 5 – *zdecydowanie się zgadzam*. Jednakże po przeprowadzeniu badań pilotażowych i analiz, wyodrębnionych zostało 12 zdań podzielonych za pomocą anali-

zy czynnikowej na 2 czynniki: pierwszy odnoszący się do przekonań i drugi wykazujący wiedzę.

Przekonania – to czynnik określający stosunek osoby badanej do problemów psychologicznych. Przykładowe stwierdzenia to: *Lepiej unikać osób z problemami psychicznymi; Osoby z problemami psychicznymi powinny być odizolowane od społeczeństwa; Nie chciałbym się przyjaźnić z osobą zmagającą się z problemami psychicznymi;*

Wiedza – bada poziom i zakres informacji na temat ochrony zdrowia psychicznego, sposobów leczenia i profilaktyki. Przykładowe stwierdzenia to: *Choroba psychiczna jest taką samą chorobą jak inne problemy zdrowotne; Problemy psychologiczne wiążą się z cierpieniem; W radzeniu sobie z problemami psychologicznymi pomaga terapia;*

Metoda sondażu diagnostycznego została wybrana, gdyż prowadzone w ten sposób badania pozwalają na wnioskowanie na temat poglądów, opinii wybranych grup, zjawisk społecznych i ich narastania jak również stanów społecznej świadomości⁶⁷⁷. Pytania zawarte w kwestionariuszu dotyczyły: znajomości poszczególnych produkcji młodzieżowych dostępnych w serwisach streamingowych w latach 2020-2021, preferowanych stylów oglądania seriali, funkcji seriali w życiu odbiorców, postaw i wiedzy na temat problemów psychologicznych oraz sposobów radzenia sobie z nimi. Zestawienie wyników obu badań empirycznych pozwoliło na wnioskowanie o zależności pomiędzy ekspozycją na treści medialne zawarte w serialach młodzieżowych a posiadaną wiedzą i postawami względem problemów psychologicznych.

5.5. Charakterystyka respondentów

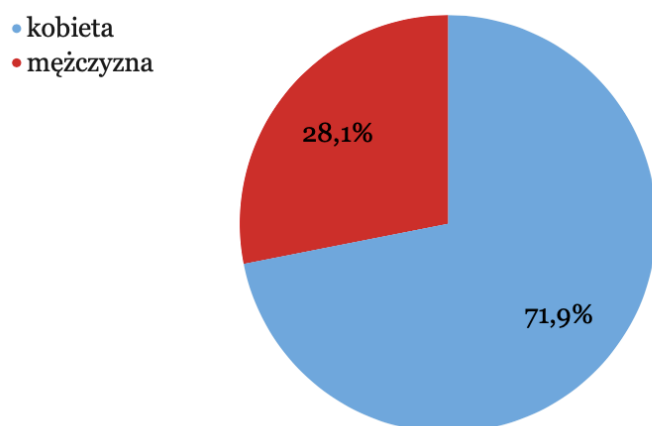
5.5.1. Respondenci według płci

Grupa badawcza biorąca udziału badaniu ankietowym (CAWI) liczyła 503 osoby, w tym 361 kobiet (72%) i 141 mężczyzn (28%). Liczebność próby jest wystarczająca, aby spełnić zadane przez autora dysertacji kryteria⁶⁷⁸

⁶⁷⁷ E. Babbie, *Podstawy badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2013, s. 147.

⁶⁷⁸ R. Zasepa, *Minimalna liczebność próby*, <https://stat.gov.pl/metainformacje/slownik-pojec/pojecia-stosowane-w-statystyce-publicznej/2759,pojcie.html> (dostęp: 01.09.22)Założony próg ufności to 95%

Wykres 9. Respondenci według płci



Źródło. opracowanie własne

5.5.2 Respondenci według wieku

Aby wziąć udział w badaniu warunkiem koniecznym była przynależność do pokolenia cyfrowego (Y, Z) i wiek w przedziale 18 – 35. Średni wiek badanych to 24 lata (Tabela 5.).

Tabela 5. Wiek respondentów

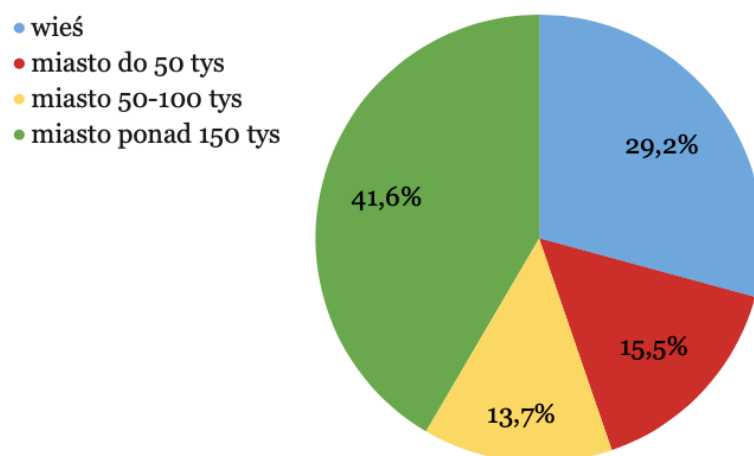
Wiek respondentów									
N ważnych	Średnia	Media- na	Moda	Liczno- ść Mody	Mini- mum	Mak- simum	Dolny Kwar- tyl.	Górny Kwar- tyl.	Odch.- std
503	24	23	22	73	18	35	21	26	4,5827

Źródło: opracowanie własne

5.5.3. Respondenci według miejsca zamieszkania

Badani dobierani byli w sposób przypadkowy z uwzględnieniem metody kuli śniegowej. Były to osoby z całej Polski. 29,2% respondentów mieszka na wsi, 15,5% w małych miastach (do 50 tysięcy mieszkańców), 13,7% w średnich miastach (50-100 tysięcy mieszkańców) natomiast 41,6% w dużych miastach (ponad 150 tysięcy mieszkańców). Udział w badaniu był dobrowolny i anonimowy.

Wykres 10. Podział respondentów według miejsca zamieszkania



Źródło. opracowanie własne

5.6. Podsumowanie

Powyższy rozdział poświęcony został szczegółowemu omówieniu metodologii badań własnych, stanowiących podstawę empiryczną niniejszego opracowania. Na początku rozdziału przedstawiono założenia metodologiczne oraz opisano organizację i przebieg badań. Określono cel oraz przedmiot badań, co pozwoliło na jasne zdefiniowanie kierunku analizy. W dalszej części rozdziału sformułowano główne problemy badawcze, pytania oraz hipotezy, które stanowiły punkt wyjścia do realizacji badań. Następnie omówiono zastosowane metody, techniki i narzędzia badawcze, takie jak analiza danych zastanych, analiza zawartości oraz badania ankietowe. Szczegółowo opisano m.in. klucz kategoryzacyjny wykorzystany do analizy treści, a także zastosowane narzędzia ankietowe. Rozdział kończy się charakterystyką respondentów, uwzględniającą ich płeć, wiek oraz miejsce zamieszkania, co pozwala na lepsze zrozumienie kontekstu uzyskanych wyników i ich interpretacji.

Zaprezentowany dobór metod i sposób realizacji projektu badawczego umożliwił zebranie informacji, które na późniejszym etapie projektu pozwoliły na znalezienie odpowiedzi na postawione pytania badawcze i umożliwiły weryfikację zaprezentowanych hipotez. Zastosowana triangulacja metod wpłynęła na zwiększenie rzetelności badań i możliwość dokonywania na ich podstawie uogólnień. Opisane poniżej wyniki badań

własnych rzucają światło na sposoby prezentacji problemów psychologicznych w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej, oraz określenie w jaki sposób ekspozycja na te treści wywiera wpływ na młodych odbiorców z pokolenie Y i Z.

Rozdział 6

Analiza wyników badań własnych

W poniższym rozdziale przedstawiono wyniki badań empirycznych uporządkowanych w następujący sposób:

- wyniki dotyczące praktyk korzystania z mediów strumieniowych przez badanych uzyskane na podstawie badań CAWI; oraz wyniki uzyskane przez badanych w *Skali zaangażowania w seriale*;
- charakterystyka treści seriali dostępnych na platformach strumieniowych opracowana na podstawie analizy zawartości, ze szczególnym uwzględnieniem prezentacji problemów psychologicznych doświadczanych przez bohaterów seriali;
- wyniki prezentujące wiedzę i postawy względem problemów zdrowia psychicznego badanych na podstawie badań CAWI.

6.1. Korzystanie z mediów strumieniowych

Aby móc określić jaką rolę odgrywa przekaz mediów strumieniowych w zakresie kształtowania postaw i wiedzy na temat problemów psychologicznych młodych odbiorców, w pierwszej części badania skupiono się na scharakteryzowaniu relacji badanej grupy z medium. Szczególnie istotne było określenie intensywności korzystania z telewizji strumieniowej, popularności poszczególnych platform streamingowych czy znajomości konkretnych seriali na nich dostępnych w grupie badanych osób. Dane te zostały pozyskane w oparciu o badanie *Kwestionariuszem praktyk korzystania z mediów strumieniowych*, będący jednym z elementów *Skali wpływu mediów strumieniowych na wiedzę i przekonania na temat problemów psychologicznych*.

To, co szczególnie charakteryzuje respondentów biorących udział w badaniu, to stopień, w którym są oni zaangażowani w konsumpcję treści strumieniowych. Badania

wykazały, że streaming stanowi dla nich popularną formę rozrywkę. 94% respondentów zadeklarowało, że korzysta z subskrypcji telewizji strumieniowej, natomiast odsetek osób niekorzystających ze streamingu wynosił 6% (n=30) (Tabela 6). Uzyskane dane są zbieżne z wynikami ogólnokrajowych badań prowadzonych w innych częściach Polski⁶⁷⁹.

Tabela 6. Czy korzystasz z subskrypcji tv strumieniowej?

Pytanie nr 5	Czy korzystasz z subskrypcji tv strumieniowej (Netflix, HBO GO, Amazon Prime, itp.) ?	
	Liczba	%
tak	473	94,03579
nie	30	5,96421

Źródło: opracowanie własne

Przeprowadzone badania nie wykazały istotnej statystycznie zależności pomiędzy płcią a korzystaniem z subskrypcji ($p=0,086$)⁶⁸⁰. W grupie kobiet i mężczyzn rozkład odpowiedzi na to pytanie był zbliżony. Podobnie brak istotnych statystycznie różnic zaobserwowano przy podziale respondentów ze względu na przynależność do poszczególnych pokoleń cyfrowych. Co świadczy o tym, że telewizja strumieniowa przeniknęła do codziennego życia młodych odbiorców stając się dla nich powszechnym medium.

Przeprowadzone badania wykazały istnienie istotnych statystycznie różnic w zakresie korzystania z subskrypcji w zależności od miejsca zamieszkania. Platformy streamingowe cieszyły się większą popularnością w małych miastach (do 50 tysięcy), 98,72% osób je zamieszkujących zadeklarowało posiadanie subskrypcji, w porównaniu z dużymi miastami gdzie było to 94,93% czy na wsiach 89,80%. Co zostało przedstawione w Tabeli 7.

Jak podaje P. Smoliński w małych miastach często diagnozuje się niski poziom kapitału społecznego, rozumianego jako dostęp do ofert instytucji kultury oraz zaangażo-

⁶⁷⁹ Por. 2.1.2.2.2. Aktywność w sieci.

⁶⁸⁰ Test chi-kwadrat Pearsona został zastosowany w celu statystycznej weryfikacji zależności pomiędzy zmiennymi jakościowymi, co pozwoliło na ocenę siły i istotności relacji między porównywanymi kategoriami, a tym samym umożliwiło sformułowanie dalszych wniosków badawczych.

wanie w inicjatywy obywatelskie. Dane z 2019 roku wykazują, że zamieszkujący małe miasta przedstawiciele pokolenia Z charakteryzują się niechęcią do uczestnictwa oraz pobieżnym odbiorem oferty kulturalnej swojej miejscowości ze względu na jej brak dostosowania do ich potrzeb⁶⁸¹. Ubogi repertuar lokalnych kin czy teatrów wymusza dojazd do większej miejscowości, a co za tym idzie rzadsze korzystanie z tej formy rozrywki. Powyższy stan rzeczy może wpływać na zwiększone korzystanie z oferty medialnej. Mniejsza popularność platform streamingowych w ośrodkach wiejskich w porównaniu z miastami może się wiązać ze słabszym dostępem do Internetu na tych obszarach. Jak podaje GUS w 2024 roku dostęp do sieci na wsi posiada 95,5% gospodarstw domowych, podczas gdy w mieście jest to 96,7%⁶⁸².

Tabela 7. Korzystanie z subskrypcji telewizji strumieniowej w podziale na płeć, wiek i miejsce zamieszkania

Analizowana zmienna			Korzystanie z subskrypcji		Chi ² p
			Tak	Nie	
Płeć	kobiety	N	345	17	Chi ² =2,940 p=0,086
		%	95,30%	4,70%	
	mężczyźni	N	128	13	
		%	90,78%	9,22%	
Wiek	do 21 lat	N	161	11	Chi ² = p=0,81096
		%	93,60%	6,40%	
	22-24 lata	N	153	8	
		%	95,03%	4,97%	
	25 lat i więcej	N	159	11	
		%	93,53%	6,47%	

⁶⁸¹ P. Smoliński, S. Środa-Murawska, E. Grzelak-Kostulska, *Uczestnictwo w kulturze w małym mieście. Perspektywa Pokolenia Z*, „Space – Society – Economy”, Łódź 2019, nr 28, s. 45–69.

⁶⁸² Główny Urząd Statystyczny, *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2024*, s. 110 <https://stat.gov.-pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2023-roku,1,17.html> (dostęp: 23.06.25)

Miejsce zamieszkania	wieś	N	132	15	Chi²= p=0,01724
		%	89,80%	10,20%	
	miasto do 50 tys	N	77	1	
		%	98,72%	1,28%	
	miasto pow. 50 tys.	N	262	14	
		%	94,93%	5,07%	
Ogółem		N	94,03579	5,96421	–

Źródło: opracowanie własne

6.1.1. Popularność poszczególnych portali streamingowych

W grupie badanych najpopularniejszym portalem okazał się Netflix, którego subskrypcję posiadało 93% wszystkich respondentów, deklarujących korzystanie ze streamingu. Drugą pod kątem popularności platformą było HBO GO/Max (49% badanych), natomiast na kolejnych pozycjach znalazły się Disney + (19%) i amazon Prime (18%). Polskie platformy streamingowe cieszyły się w tej grupie znacznie mniejszą popularnością: Player (7%) i CDA Premium (13%). Przytoczone wyniki pokrywają się z zaprezentowanymi w drugim rozdziale⁶⁸³ statystykami odnośnie popularności poszczególnych platform streamingowych. Dominacja Netflixa na polskim rynku jest związana z faktem, iż to właśnie ta platforma jako jedna z pierwszych zaczęła proponować swoje usługi globalnemu (w tym wypadku polskiemu) widzowi nie tylko udostępniając mu produkcje innych podmiotów medialnych, lecz również wydając własne treści oryginalne⁶⁸⁴. Jednak ze względu na intensywny rozwój sektora usług strumieniowych i stale wzrastającą popularność streamingu zakłada się, że popularność poszczególnych platform najbliższych latach ulegnie zmianie (Tabela 8.).

⁶⁸³ 2.2.1. Telewizja w życiu pokolenia Z

⁶⁸⁴ P. Winiarczyk, *Różnice pokoleniowe w praktykach odbioru platform streamingowych*, „Mediatizations Studies” t. 6 nr 22, s. 51-52.

Tabela 8. Z jakich subskrypcji korzystasz/korzystałeś?

Pytanie nr 6	Z jakiej subskrypcji korzystasz/ korzystałeś?	
	Liczba	%
Netflix	466	92,64
HBO GO / MAX	245	48,71
Disney+	94	18,69
Amazon Prime	91	18,09
CDA Premium	67	13,32
Player	37	7,36
Apple TV	19	3,78
Hulu	3	0,60
inne	22	4,37
Nie korzystam	29	5,77

Źródło: opracowanie własne

Netflix okazał się bardziej popularny wśród kobiet niż mężczyzn. Badania wykazały istotną statystycznie różnicę (test χ^2 Pearsona = 8,414654; $p = 0,00372$) w posiadaniu subskrypcji Netflixa ze względu na płeć. Dostęp do platformy zadeklarowało 94,75% kobiet i 87,23% mężczyzn (Tabela 9.). Powyższy trend potwierdzają oficjalne informacje udostępniane przez Netflix według których na platformie jest zarejestrowanych 51% kobiet i 49% mężczyzn⁶⁸⁵.

Powyższy fakt można wytłumaczyć tym, że jak wykazują badania kobiety są bardziej zaangażowane i spędzają więcej czasu na oglądaniu seriali telewizyjnych w porównaniu z mężczyznami. Oglądają one lub przesyłają strumieniowo programy telewizyjne każdego dnia o 9% częściej niż mężczyźni⁶⁸⁶. Ponadto uzyskany wynik można wytłumaczyć również tym, że sam Netflix wyróżnia się jako lider w prezentowaniu postaci kobiet oraz przedstawicieli mniejszości etnicznych

⁶⁸⁵ Netflix, *Quarterly Earnings*, 2024 <https://ir.netflix.net/financials/quarterly-earnings/> (dostęp: 26.08.2024)

⁶⁸⁶ M. Rahat i in. *Problematic video-streaming: a short review*, „Current Opinion in Behavioral Sciences”, 2022, t. 48, nr 12, s. 5.

i seksualnych . W latach 2018-2021 średnio 55% filmów i seriali na tej platformie miało główną rolę lub współdzieloną kluczową rolę przez kobietę . W przypadku filmów, odsetek ten wzrósł z 46,4% w 2018 roku do 64,6% w 2021 roku. Natomiast w serialach wzrósł z 50,6% w 2018 roku do 56,6% w 2021 roku. Netflix zainwestował również w większą liczbę projektów z kobietami w roli reżyserów – w 2021 roku kobiety reżyserowały 26,9% produkcji na platformie. Dane wskazują także, że spośród najbardziej dochodowych filmów 2021 roku, aż 12,7% zostało wyreżyserowanych przez kobiety⁶⁸⁷.

Tabela 9. Czy posiadasz subskrypcję Netflix'a?

Zmienna: Płeć	Nie posiadam subskrypcji Netflix'a	Posiadam subskrypcję Netflix'a	Wiersz Razem
Kobiety	19	343	362
%	5,25%	94,75%	
Mężczyźni	18	123	141
%	12,77%	87,23%	
Ogółem	37	466	503

Źródło: opracowanie własne

6.1.2. Częstotliwość korzystania z mediów strumieniowych

Najwięcej spośród badanych (40%) zadeklarowało, że korzysta z mediów strumieniowych średnio 3-5 razy w tygodniu, 18% respondentów ogląda treści streamingowe codziennie, natomiast 21% weekendowo (Tabela 10.).

Tabela 10. Jak często oglądasz seriale i/lub programy w telewizji strumieniowej?

Pytanie nr 7.	Jak często oglądasz seriale i/lub programy w telewizji strumieniowej?	
	Liczba	%
każdego dnia	91	18,09145

⁶⁸⁷ Wirtualne Media, *Netflix jest liderem w pokazywaniu wątków kobiet i mniejszości etnicznych oraz seksualnych* (03.05.2023r) <https://www.wirtualnemedial.pl/artukul/netflix-kobiety-mniejszosci-geje-lgbt> (dostęp: 15.12.2024)

Pytanie nr 7.	Jak często oglądasz seriale i/lub programy w telewizji strumieniowej?	
	Liczba	%
3-5 razy w tygodniu	199	39,56262
w weekendy	105	20,87475
raz na 2 tygodnie	61	12,12724
raz w miesiącu	21	4,17495
raz na kilka miesięcy	14	2,78330
nie oglądam	12	2,38569

Źródło: opracowanie własne

Badania wykazały, brak istotnych statystycznie różnic pomiędzy czasem przeznaczanym na korzystanie z telewizji strumieniowej a płcią, wiekiem czy miejscem zamieszkania.

Tabela 11. Jak często oglądasz seriale i/lub programy w telewizji strumieniowej?

Analizowana zmienna			Jak często oglądasz seriale i/lub programy w telewizji strumieniowej?					Chi ² p
			Każdego dnia	3-5x w tygodniu	W weekendy	Raz na 2 tyg.	rzadziej/ nie oglądam	
Płeć	kobiety	N	67	147	79	42	27	p=,18171
		%	18,51%	40,61%	21,82%	11,60%	7,46%	
	mężczyźni	N	24	52	26	19	20	
		%	17,02%	36,88%	18,44%	13,48%	14,18%	
Wiek	do 21 lat	N	34	72	36	13	17	p=,40822
		%	19,77%	41,86%	20,93%	7,56%	9,88%	
	22-24 lata	N	23	66	32	26	14	
		%	14,29%	40,99%	19,88%	16,15%	8,70%	
	25 lat i więcej	N	34	61	37	22	16	
		%	20,00%	35,88%	21,76%	12,94%	9,41%	

Miej- sce za- miesz- kania	wieś	N	18	60	30	21	18	p=,25832
		%	12,24%	40,82%	20,41%	14,29%	12,24%	
	miasto do 50 tysięcy	N	14	27	20	12	5	
		%	17,95%	34,62%	25,64%	15,38%	6,41%	
	miasto pow. 50 tysięcy	N	58	112	54	28	24	
		%	21,01%	40,58%	19,57%	10,14%	8,70%	
Ogółem		N	91	199	105	61	47	

Źródło. opracowanie własne

6.1.3. Popularność poszczególnych produktów telewizji strumieniowej

W badanej grupie streaming najczęściej wykorzystywany był do oglądania seriali, które stanowiły wybór 75% ankietowanych. Filmy fabularne wybierało 18% respondentów, natomiast znacznie mniejszym zainteresowaniem cieszyły się programy sportowe (2,3%), talk show (0,8%) oraz reality show (2,6%). Analizy nie wykazały istotnych statystycznie różnic ze względu na płeć, wiek czy miejsce zamieszkania badanych.

Powyższe wyniki znajdują odzwierciedlenie w ustaleniach agencji prasowej Bloomberg. Szczegółowym analizom poddano każdą opublikowaną na Netflix liście 10 najpopularniejszych w danym tygodniu produkcji od czerwca 2021 roku do marca 2022 roku. Ustalono, że seriale stanowiły 75% oglądalności na platformie. Uzyskany wynik uzasadniono faktem, iż obejrzenie wszystkich odcinków serialu zajmuje więcej czasu niż obejrzenie filmu, dlatego seriale dłużej pozostają na liście 10 najlepszych produkcji. W publikacji zauważono, że ze względu na wydawanie przez Netflix całych sezonów na raz, seriale nie pozostają na długo w pierwszej dziesiątce. W rzeczywistości przeciętny program z pierwszej dziesiątki utrzymuje się na liście tylko przez tydzień, dwa, a mniej niż jedna czwarta wszystkich programów dłużej niż cztery tygodnie⁶⁸⁸(Tabela 12.).

⁶⁸⁸ Bloomberg, *These are Netflix's Most Popular Shows*, <https://www.bloomberg.com/news/newsletters/2022-03-13/these-are-netflix-s-most-popular-shows-according-to-netflix> (dostęp: 01.02.2023)

Tabela 12. Jakie programy najczęściej oglądasz?

Pytanie nr 8.	Jakis programy najczęściej oglądasz?	
	Liczba	%
filmy fabularne	92	18,29026
seriale	378	75,14911
reality show	13	2,58449
talk show	4	0,79523
sport	12	2,38569
<i>Braki</i>	<i>4</i>	<i>0,79523</i>

Źródło: opracowanie własne

6.1.4. Czas przeznaczany na konsumpcję treści telewizji strumieniowej

Najwięcej badanych 40% zadeklarowało, że na jednorazowy seans poświęca 1-2 godziny, 25% respondentów wybrało odpowiedź 2-3 godziny, natomiast dla 21% korzysta z telewizji strumieniowej przez 30-60 minut 8% badanych na jeden seans przeznacza 3-4 godziny (Tabela 13.).

Tabela 13. Ile czasu dziennie poświęcasz na jednorazowy seans?

Odpowiedź	Liczba	%
0-30 minut	15	2,98211
30-60 minut	104	20,67594
1-2 godziny	201	39,96024
2-3 godziny	125	24,85089
3-4 godziny	38	7,55467
5-6 godzin	12	2,38569
7-8 godzin	1	0,19881
ponad 8 godzin	3	0,59642
<i>Braki</i>	<i>4</i>	<i>0,79523</i>

Źródło: opracowanie własne

Analiza czasu spędzanego przed ekranem wykazała różnice ze względu na płeć, wiek oraz miejsce zamieszkania. Badane kobiety na pytanie o czas spędzany przed ekranem, częściej niż mężczyźni wybierały środkowe/umiarkowane odpowiedzi *1-2 godziny* lub *2-3 godziny* podczas gdy mężczyźni częściej niż kobiety wybierali odpowiedzi skrajne *do 60 minut* oraz *powyżej 3 godzin*.

Analizując wiek badanych i czas poświęcany na jednorazowy seans wykazano, że respondenci powyżej 25 roku życia znacznie częściej w porównaniu do młodszych odbiorców na streaming poświęcali mniej niż godzinę (31,14%) natomiast odbiorcy w 22-24 lata częściej niż pozostałe grupy oglądają seriale powyżej 3 godzin (14,91% odbiorców). Zaprezentowane różnice mogą zostać uzasadnione wiekiem rozwojowym respondentów i pełnionymi przez nich rolami społecznymi. Młodszy badani ze względu na większą ilość wolnego czasu mogli przeznaczyć go więcej na korzystanie ze streamingu niż osoby starsze niejednokrotnie rozpoczynające pracę zawodową czy zakładające rodziny.

Ponadto wykazano istotne statystycznie różnice w czasie jednorazowego seansu w zależności od miejsca zamieszkania osoby badanej. Badania wykazały, że mieszkańcy mniejszych miast (do 50 tysięcy) częściej niż pozostałe grupy na jednorazowy seans przeznaczają 1-2 godziny (53,25%) co więcej grupa ta częściej niż inne deklarowała, że jest to ponad 3 godziny dziennie (19,48%). Wynik ten bezpośrednio koresponduje z popularnością platform streamingowych wśród respondentów zamieszkujących małe miasta do 50 tysięcy. Dane prezentujące ten fakt został zaprezentowane w punkcie 6.1.

Tabela 14. Czas przeznaczany na jednorazowy seans w podziale na wiek, płeć i miejsce zamieszkania

Analizowana zmienna			Ile czasu poświęcasz na jednorazowy seans?				Chi ² p
			do 60 min.	1-2h	2-3h	ponad 3h	
Płeć	kobiety	N	77	153	96	34	p=,03724
		%	21,39%	42,50%	26,67%	9,44%	

	mężczyźni	N	42	48	29	20	
		%	30,22%	34,53%	20,86%	14,39%	
Wiek	do 21 lat	N	32	65	55	19	p=,00287
		%	18,71%	38,01%	32,16%	11,11%	
	22-24 lata	N	35	61	41	24	
		%	21,74%	37,89%	25,47%	14,91%	
Miejsce zamieszkania	25 lat i więcej	N	52	75	29	11	p=,00215
		%	31,14%	44,91%	17,37%	6,59%	
	wieś	N	36	56	36	17	
		%	24,83%	38,62%	24,83%	11,72%	
Miejsce zamieszkania	miasto do 50 tys	N	11	41	10	15	p=,00215
		%	14,29%	53,25%	12,99%	19,48%	
	miasto powyżej 50 tysięcy	N	72	103	78	22	
		%	26,18%	37,45%	28,36%	8,00%	

Źródło: opracowanie własne

6.1.5. Liczba odcinków danego programu oglądanych pod rząd

59% respondentów zadeklarowało, że podczas jednorazowego seansu ogląda 1-2 odcinki danego programu, u 36% badanych jest to 3-4 epizody, natomiast niecałe 5% ankietowanych ogląda 5 lub więcej odcinków wybranej produkcji (Tabela 15.).

Tabela 15. Ile odcinków danego programu oglądasz pod rząd?

Pytanie nr 10.	Ile odcinków danego programu oglądasz pod rząd?	
	Liczba	Procent
1-2 odcinki	295	58,64811
3-4 odcinki	180	35,78529
5-6 odcinki	15	2,98211
7-8 odcinki	8	1,59046
<i>Braki</i>	5	<i>0,99404</i>

Źródło: Opracowanie własne

Analizując liczbę odcinków oglądanych pod rząd przez badanych zaobserwowano istotne statystycznie różnice wśród ze względu na ich wiek oraz miejsce zamieszkania. Tendencję do *binge-watchingu* najczęściej przejawiali najmłodsi respondenci, (18-21 lat). W tej grupie ponad połowa (52,35%) ankietowanych zadeklarowała oglądania więcej niż 2 odcinków podczas jednorazowego seansu, w grupie wiekowej 22-24 było to 40,99%, natomiast pośród osób powyżej 25 roku życia 28,74%.

Ze względu na miejsce zamieszkania ten typ oglądania w najmniejszym stopniu charakteryzuje mieszkańców wsi (32,41%), 48,05% mieszkańców małych miast oraz 42,70% mieszkańców miast powyżej 50.000 mieszkańców (Tabela 16.).

Wyniki dowodzą, że *binge-watching* jest powszechną praktyką w odniesieniu do oglądania seriali. Swobodny dostęp do kolejnego odcinka, brak konieczności oglądania reklam a przede wszystkim *cliff hangery* trzymające widza w napięciu poznawczym sprzyjają tej praktyce. Zwłaszcza te ostatnie ze względu na naturalną ludzką potrzebę domknięcia poznawczego, w której umysł dąży do odnalezienia zależności przyczynowo-skutkowej w celu uniknięcia poczucia niepokoju motywują młodych widzów do sięgania po kolejny epizod.

Tabela 16. Ile odcinków serialu oglądasz podczas jednego seansu?

Analizowana zmienna			Ile odcinków serialu oglądasz podczas jednego seansu?		Chi ² p
			1-2	powyżej 2	
Płeć	kobiety	N	211	147	p=,82844
		%	58,94%	41,06%	
	mężczyźni	N	42	48	
		%	60,00%	40,00%	
Wiek	do 21 lat	N	81	89	p=,00006
		%	47,65%	52,35%	
	22-24 lata	N	95	66	
		%	59,01%	40,99%	

	25 lat i więcej	N	119	48	
		%	71,26%	28,74%	
Miejsce zamieszkania	wieś	N	98	47	p=,04272
		%	67,59%	32,41%	
	miasto do 50 tys	N	40	37	
		%	51,95%	48,05%	
	miasto pow. 50 tys.	N	157	117	
		%	57,30%	42,70%	

Źródło: opracowanie własne

6.1.6. Popularność analizowanych produkcji w badanej grupie

Analizując popularność poszczególnych produkcji wśród respondentów, ponad połowa badanych oglądała *Sex Education* 54,67%, *Squid Game* 53,68% *Gambit Królowej* 51,89% i *Stranger Things* 51,49%. Nieco mniejszą popularnością cieszyły się: *The End of a F***ing World* 37,18%, *Ginny and Georgia* 32%, *Euforia* 30,62%, polskie *Sexify* 26,44%, *Jeszcze nigdy* 23,86%, czy *I am not ok with this* 10,74% (Tabela 17.).

Najczęściej wybierane przez respondentów tytuły *Stranger Things*, *Gambit Królowej* oraz *Sex Education* były również najwyżej ocenianymi serialami na opiniotwórczych portalach filmowych jak Filmweb czy IMDB spośród wszystkich analizowanych produkcji (Tabela 4.). Popularność konkretnego serialu, a zwłaszcza prowadzone na jego temat wśród znajomych czy w mediach społecznościowych rozmowy stają się ważnym elementem życia społecznego. Chęć uczestniczenia w nich a tym samym przynależności do grupy staje się motywem sięgania po tą formę rozrywki.

Należy zauważyć, że pomimo, że serial *Euforia* we wspomnianych rankingach uzyskał równie wysokie oceny, wśród badanych cieszył się on mniejszą popularnością. Powyższy fakt może mieć związek z tym, że serial ten w przeciwieństwie do pozostałych seriali dostępnych nie jest dostępny na Netflix a na platformie HBO, która cieszy się mniejszą popularnością wśród respondentów.

Tabela 17. Który z seriali oglądałeś?

Pytanie nr 11.	Który z seriali oglądałeś/aś?	
	Liczba	Procent
<i>Sex Education</i>	275	54,67
<i>Stranger Things</i>	259	51,49
<i>The End Of a F***ing World</i>	187	37,18
<i>I Am Not Ok With This</i>	54	10,74
<i>Jeszcze Nigdy</i>	120	23,86
<i>Ginny & Georgia</i>	162	32,21
<i>Sexify</i>	133	26,44
<i>Gambit Królowej</i>	261	51,89
<i>Squid Game</i>	270	53,68
<i>Euforia</i>	154	30,62

Źródło: opracowanie własne

Analiza popularności seriali ze względu na wiek respondentów wykazała, że wszystkie one cieszyły się największym zainteresowaniem wśród najmłodszej grupy wiekowej (do 21 roku życia) a ich popularność malała wraz z wiekiem odbiorców. Wyjątek w tym zakresie stanowi *Gambit Królowej* gdzie tendencja ta uległa odwrócenia a popularność produkcji rosła z wiekiem respondentów. Jak wykazano powyżej produkcja ta została obejrzana przez największą liczbę wszystkich respondentów, a wynik ten z pewnością może zostać powiązany z globalnym sukcesem serialu.

W odniesieniu do wieku badanych wyraźną (istotną statystycznie) różnicę możemy zaobserwować w odniesieniu do serialu *Sex Education*, który był zdecydowanie rzadziej wybierany wśród osób powyżej 25 roku życia. Fakt ten najprawdopodobniej jest związany z jego treścią, która koncentruje się na tematach takich jak kształtowanie swojej tożsamości seksualnej, pierwsze romantyczne relacje czy kontakty seksualne. Nawiązując do koncepcji rozwoju psychospołecznego E. Eriksona ok 19 roku życia człowiek staje przed kryzysem rozwojowym *Intymność vs. Izolacja*, którego rozwiązanie polega

na doświadczeniu oraz potrzebie bliskości i zaufania w kontaktach z innymi. Kryzys ten jest naturalnym etapem rozwoju i doświadczeniem każdego człowieka. Dlatego zainteresowanie powyższą tematyką wydaje się być jego naturalną konsekwencją⁶⁸⁹ Treści medialne w tym wypadku dostarczają odpowiedzi na nurtujące odbiorców w tym zakresie pytania a obserwacja zmagania bohaterów pozwala na zestawienie ich z własnymi problemami.

Ze względu na płeć badanych istotną statystycznie różnicę można zaobserwować w popularności seriali *Ginny and Georgia* oraz *Jeszcze nigdy*, które zdecydowanie częściej stanowiły wybór kobiet niż mężczyzn. Obie produkcje mają charakter obyczajowy i w dużej mierze koncentrują się na relacjach międzyludzkich, a jak wykazują badania polskiej publiczności z 2023 roku tego typu produkcje są wybierane prawie trzy razy częściej przez kobiety niż mężczyzn⁶⁹⁰, co też stanowi uzasadnienie uzyskanych wyników.

Ponadto nie wykazano istotnych różnic w popularności poszczególnych produkcji analizując je ze względu na zmienną miejsce zamieszkania (Tabela 18.).

Tabela 18. Popularność poszczególnych seriali przy uwzględnieniu kryterium: płci, wieku, miejsca zamieszkania

N=503	Płeć		Wiek			Miejsce zamieszkania		
	Kobie- ty	Mężczyźni	do 21	22-24	Ponad 25	Wieś	do 50 tys.	Pow. 50 tys.
	362	141	172	161	171	147	78	276
<i>Sex Edu- cation</i>	206	69	117	102	56	81	39	155
	56,91%	48,94%	68,02%	63,35%	32,94%	55,10%	50,00 %	56,16%
<i>Stranger Things</i>	176	83	106	78	75	75	47	136
	48,62%	58,87%	61,63%	48,45%	44,12%	51,02%	60,26 %	49,28%
<i>The End Of</i>	137	50	90	66	31	52	33	102

⁶⁸⁹ Erikson E. H., Erikson J. M., *The Life Cycle Completed: Extended Version*, W. W. Norton, 1998

⁶⁹⁰ H. Domański, D. Przybyś, K. M. Wyrzykowska, K. Zawadzka, *Seriale telewizyjne a dystanse klasowe w Polsce*, „Studia Socjologiczne” 2023, t. 1 nr 248 s.126

N=503	Płeć		Wiek			Miejsce zamieszkania		
	Kobie- ty	Mężczyźni	do 21	22-24	Ponad 25	Wieś	do 50 tys.	Pow. 50 tys.
	362	141	172	161	171	147	78	276
<i>Sex Edu- cation</i>	206	69	117	102	56	81	39	155
<i>a F***in g World</i>	37,85%	35,46%	52,33%	40,99%	18,24%	35,37%	42,31 %	36,96%
<i>I Am Not Ok With This</i>	41	13	34	12	8	12	6	36
	11,33%	9,22%	19,77%	7,45%	4,71%	8,16%	7,69%	13,04%
<i>Jeszcze Nigdy</i>	102	18	67	37	16	37	15	68
	28,18%	12,77%	38,95%	22,98%	9,41%	25,17%	19,23 %	24,64%
<i>Ginny & Georgia</i>	137	25	88	47	27	63	24	74
	37,85%	17,73%	51,16%	29,19%	15,88%	42,86%	30,77 %	26,81%
<i>Sexify</i>	104	29	50	52	31	39	16	78
	28,73%	20,57%	29,07%	32,30%	18,24%	26,53%	20,51 %	28,26%
<i>Gambit Królowej</i>	186	75	75	91	95	69	42	148
	51,38%	53,19%	43,60%	56,52%	55,88%	46,94%	53,85 %	53,62%
<i>Squid Game</i>	190	80	109	79	82	66	47	156
	52,49%	56,74%	63,37%	49,07%	48,24%	44,90%	60,26 %	56,52%
<i>Euforia</i>	120	34	80	52	22	48	15	90
	33,15%	24,11%	46,51%	32,30%	12,94%	32,65%	19,23 %	32,61%

Źródło: opracowanie własne

6.2. Sposób prezentacji problemów psychologicznych w serialach na podstawie analizy zawartości

Poniższy rozdział stanowi prezentację wyników uzyskanych przy pomocy analizy zawartości. Aby wykazać w jaki sposób seriale prezentują problemy zdrowia psychicz-

nego w badaniach skoncentrowano się na przeżyciach poszczególnych bohaterów. Doświadczenia każdej występującej w serialu postaci, zarówno pierwszo, jak i drugoplanowej zostały przeanalizowane pod kątem doświadczanych trudności.

6.2.1. Serialowi bohaterowie ze względu na wiek i płeć

W wybranych do analizy serialach łącznie wystąpiło 212 bohaterów. Najwięcej postaci pojawiało się w tych, których których akcja (w znacznej mierze) osadzona była w szkole lub na uczelni, jak *Sex Education* (34 bohaterów), *Euforia* (33 bohaterów), *Ginny & Georgia* (31 bohaterów) czy *Sexify* (22 bohaterów) (Tabela 19). Wybór szkoły jako tła dla rozgrywającej się akcji w dużym stopniu jest podyktowany młodym wiekiem bohaterów i faktem, że to właśnie w szkole spędzają większą część każdego dnia. Dla odbiorcy środowisko szkolne stanowi punkt odniesienia dla jego własnych doświadczeń. Zabieg ten pływa na atrakcyjność serialu dla młodego widza, gdyż pozwala na identyfikację z bohaterem, lepsze zrozumienie jego przeżyć i kontekstu w jakim funkcjonuje. C. Hoffner i M. Buchanan w swoich badaniach wykazują, że odbiorcy chętnie sięgają po seriale których bohaterowi są do nich podobni, a co za tym idzie z którymi mogą się identyfikować. Sam proces identyfikacji z postaciami medialnymi jest uznawany za pośredniczący w późniejszych reakcjach widzów, co może stanowić zarówno korzyść jak i ryzyko w zależności od wyboru figury identyfikacyjnej⁶⁹¹. W związku z powyższym charakterystyka serialowych postaci przez pryzmat doświadczanych przez nie trudności i ich sposobów radzenia sobie z problemami pozwala zaobserwować prezentowane w mediach strumieniowych postawy względem zdrowia psychicznego i podejmowane w tym kontekście działania.

⁶⁹¹ C. Hoffner, M. Buchanan, *Young Adults' Wishful Identification With Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes*, „Media Psychology”, 2005, t. 7. Nr 4, 325-351.

Tabela 19. Liczba postaci występujących w poszczególnych serialach

	Liczba postaci w poszczególnych serialach	
	Liczba występujących postaci	Procent
<i>Sex Education</i>	34	16,03774
<i>Stranger Things</i>	23	10,84906
<i>The End of F***ing World</i>	9	4,24528
<i>I am not ok with that</i>	14	6,60377
<i>Jeszcze Nigdy</i>	23	10,84906
<i>Ginny & Georgia</i>	31	14,62264
<i>Sexify</i>	22	10,37736
<i>Gambit Królowej</i>	14	6,60377
<i>Squid Game</i>	9	4,24528
<i>Euforia</i>	33	15,56604

Źródło: Opracowanie własne

W analizowanym materiale wystąpiły 103 kobiety, 107 mężczyzn oraz 2 osoby niebinarne (Tabela 20). Pomimo, faktu że w większości produkcji głównymi bohaterami były dzieci, w badanych serialach 58% przedstawionych postaci były to osoby dorosłe, natomiast dzieci stanowiły 42% (Tabela 21). W analizowanych seriach dorośli najczęściej byli członkami rodziny dziecka (rodzice, starsze rodzeństwo), nauczycielami czy innymi pracownikami szkoły z którymi w interakcję wchodził młodzi bohaterowie. Przeżycia i doświadczenia starszych postaci stanowiły wątki drugoplanowe i poświęcano im zdecydowanie mniej uwagi niż doświadczeniom młodych bohaterów, na których to koncentrowała się główna akcja seriali.

Tabela 20. Liczba bohaterów ze względu na płeć

	Płeć bohatera	
	Liczba	Procent
Kobiety	103	48,58491
Mężczyźni	107	50,47170
Osoby niebinarne	2	0,94340

Źródło: opracowanie własne

Tabela 21. Liczba bohaterów dzieci i dorosłych w analizowanych serialach

	Dorosły/dziecko	
	Liczba	Procent
dziecko	89	41,98113
dorosły	123	58,01887

Źródło: opracowanie własne

6.2.2. Problemy psychologiczne w analizowanych produkcjach

Jak wykazano w rozdziale 3 problemy psychologiczne stanowią coraz częstszy temat współczesnych seriali. Tendencja ta została zauważona również przez respondentów biorących udział w badaniu (Wykres 15., odpowiedź badanych na pyt nr 25.).

Przeprowadzona analiza wykazała, że problemy natury psychologicznej były udziałem 29,71% (63 na 212) wszystkich występujących w produkcjach bohaterów (Tabela 23). Istotną statystycznie różnicę (Test Chi² Pearsona = 4,548903, p=,03294) wykazano pomiędzy doświadczaniem problemów natury psychicznej a wiekiem bohatera. W grupie postaci zmagających się z trudnościami częściej były dzieci (stanowiły 53,23% tej grupy) niż dorośli (46,77%), podczas gdy w grupie bohaterów bez problemów częściej byli dorośli (62,67%) niż dzieci (37,33%). Z racji, że analizowane produkcje były tworzone głównie z myślą o młodym odbiorcy, nie dziwi fakt, że to właśnie ich doświadczeniom została poświęcona większa uwaga. Ponadto problemy psychologiczne będące przedmiotem analiz stanowiły zarówno zdiagnozowane zaburzenia psy-

chiczne, jak również naturalne dla rozwoju kryzysy i trudności (np. żałoba, czy emocje związane z budowaniem relacji romantycznej). Zabieg ten pozwolił na dodanie serialowi dramaturgii i generował emocje u widza śledzącego zmagania bohatera.

Tabela 22. Występowanie trudności psychologicznych u bohaterów w podziale na wiek

Występowanie zaburzenia	dziecko	dorosły	Razem
NIE	56	94	150
	37,33%	62,67%	
TAK	33	29	62
	53,23%	46,77%	
Ogółem	89	123	212

Źródło. opracowanie własne

Badania wykazały istotną statystycznie (Test χ^2 Pearsona = 11,65019, $p=,00295$) i pozytywną korelację pomiędzy płcią bohatera a doświadczanymi trudnościami. Kobiety znacznie częściej były przedstawiane jako zmagające się z trudnościami na tle psychologicznym. W grupie postaci z problemami odnotowano 61,29% kobiet, 35,48% mężczyzn i 3,23% osób niebinarnych. Podczas gdy wśród bohaterów bez problemów było mniej kobiet (stanowiły 43,33% tej grupy), więcej mężczyzn (stanowili 56,67% tej grupy) i nie było tu osób określonych jako niebinarne (Tabela 23.).

Dane odnośnie występowania problemów psychicznych w populacji wykazują, że są one uwarunkowane wieloma czynnikami przede wszystkim biologicznymi i kulturowymi. W odniesieniu do tych pierwszych różnice między kobietami i mężczyznami są uwarunkowane inną budową mózgu, co warunkuje odmienne predyspozycje w zakresie

rozwoju różnych zaburzeń⁶⁹². Istotnym czynnikiem są również uwarunkowania kulturowe w znaczny sposób modyfikujące biologiczne predyspozycje. Obowiązujące w kulturze zachodniej schematy męskości i kobiecości sprawiają, że ci pierwsi powinni być powściągliwi emocjonalnie, zdystansowani wobec świata, zadaniowi, asertywni i bardziej agresywni. Natomiast według wzorców społecznych kobiety są zależne emocjonalnie, skoncentrowane na relacjach międzyludzkich, otwarcie wyrażające lęk i smutek, ale ograniczające ekspresję złości i agresji. Powyższe różnice wpływają na inne standardy wychowania chłopców i dziewczynek, co w połączeniu z czynnikami biologicznymi implikuje odmienną w występowaniu i przebiegu zaburzeń psychicznych⁶⁹³. Dane z populacji wykazują, że doświadczanie trudności natury psychicznej jest porównywalne w obu grupach. Jednak ze względu na większą łatwość kobiet w wyrażaniu emocji i otwartą komunikację w tym zakresie to one 10-20 razy częściej korzystają z profesjonalnej pomocy, co daje wrażenie że częściej doświadczają problemów na tle psychicznym⁶⁹⁴

Tabela 23. Występowanie trudności psychologicznych u bohaterów w podziale na płeć

Płeć	Problem niewystępuje	Problem obecny	Razem
Kobieta	65	38	103
	63,11%	36,89%	
Mężczyzna	85	22	107
	79,44%	20,56%	
Osoba niebinarna	0	2	2
	0,00%	100,00%	

⁶⁹² Kobięce mózgi są średnio o 10% mniejsze, a większą jego część stanowi istota biała i płyn mózgowo-rdzeniowy. Mężczyzn natomiast charakteryzuje większa lateralizacja i większa objętość istoty szarej odpowiedzialnej za analizę, logikę i planowanie. Ponadto lateralizacja u kobiet jest związana z cyklem menstruacyjnym i aktywnością hormonalną. Różnice między płciami występują również w liczbie połączeń międzypółkulowych i grubości spoidła wielkiego (u kobiet 12% większe). Wykazuje się również dysproporcje w niektórych strukturach mózgowia (kobiety mają większy hipokamp, natomiast mężczyźni ciało migdałowate. (por. A. Tereszko, D. Dudek, *Różnice międzypłciowe w zaburzeniach psychicznych*, „Neuropsychiatria i Neuropsychologia”, 2017 t. 12 nr 4., 162–169.

⁶⁹³ A. Tereszko, D. Dudek, *Różnice międzypłciowe w zaburzeniach psychicznych*, „Neuropsychiatria i Neuropsychologia”, 2017, t.12 nr 4, 162–169.

⁶⁹⁴ Eurostat, Statistics Explained, *Mental health and related issues statistics*, wrzesień 2023. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Mental_health_and_related_issues_statistics (dostęp: 10.10. 24)

Płeć	Problem niewystępuje	Problem obecny	Razem
Ogółem	150	62	212

Źródło: opracowanie własne

Aby sprawdzić na ile istotni dla produkcji są bohaterowie doświadczający trudności psychicznych, wszystkie występujące w serialach postacie zostały podzielone na 3 kategorie. Na bohaterów pojawiających się w 50% odcinków danej produkcji, 50-75% oraz 75-100% odcinków.

Badania wykazały dodatnią korelację (Test χ^2 Pearsona = 18,79104, $p=,00008$) pomiędzy rolą bohatera w produkcji a wystąpieniem zaburzenia (Tabela 24). Trudności psychologiczne zdecydowanie częściej były udziałem bohaterów pierwszoplanowych. 42 (68%) bohaterów zakwalifikowanych jako posiadający problem wystąpiło w 75-100% wszystkich odcinków produkcji, bohaterowie rzadziej pojawiający się na ekranie w mniejszym stopniu doświadczali trudności. 15% postaci posiadających problem wystąpiło w 50-75% odcinków, natomiast 18% z nich pojawiło się w mniej niż połowie odcinków danej produkcji. Oś fabuły serialu zazwyczaj obraca się wokół losów głównego bohatera/bohaterów, jego zmagania i doświadczeń. Nie dziwi zatem fakt, że to właśnie te postacie widz poznaje najlepiej. Doświadczane przez bohatera problemy i trudności czynią go bardziej autentycznym i wielowymiarowym. Rozbudowanie psychologiczne postaci wydaje się być celowym zabiegiem, który sprawia, że odbiorca może się z nią identyfikować i traktować jak kogoś znajomego. Powyższy fakt pozwala na wytłumaczenie dlaczego to właśnie pierwszoplanowi bohaterowie są najczęściej prezentowani jako osoby doświadczające trudności. Jednak ważnym zauważeniem wydaje się fakt, że chociaż postaciom drugoplanowym poświęca się mniej uwagi również są oni prezentowani jako ludzie zmagający się z problemami. Blisko 40% bohaterów z zaburzeniami wystąpiło w połowie odcinków serialu i chociaż nie została im poświęcona tak duża uwaga jak w przypadku tych pierwszych temat zdrowia psychicznego wydaje się być ważnym zarówno dla twórców jak i odbiorców treści.

Tabela 24. Liczba odcinków w których pojawia się bohater doświadczający trudności

Bohater z zaburzeniem	Obecność bohatera w poniżej 50% odcinków	Obecność bohatera w 50-74% odcinków	Obecność bohatera w 75-100% odcinków	Razem
NIE	59	38	53	150
	39,33%	25,33%	35,33%	
TAK	11	9	42	62
	17,74%	14,52%	67,74%	
Ogółem	70	47	95	212

Źródło: opracowanie własne

6.2.2.1. Trudności psychologiczne bohaterów w poszczególnych serialach.

Najwięcej trudności doświadczali bohaterowie serialu *Sex Education* (62%). Stan ten najprawdopodobniej wynika, z faktu, że produkcja z założenia ma prezentować problemy młodego pokolenia i edukować w zakresie radzenia sobie z nimi. W pozostałych poddanych analizie serialach, w których trudności psychologiczne nie stanowiły głównego tematu, ilość takich postaci była mniejsza i wahała się od 36 do 11 procent, niemniej jednak występowały one w każdej produkcji (Tabela 25.).

Tabela 25. Liczba bohaterów doświadczających problemów psychologicznych w poszczególnych serialach

Serial	Bohater doświadcza problemów psychologicznych		
	NIE	TAK	Razem
<i>Sex Education</i>	13	21	34
	38,24%	61,76%	
<i>Stranger Things</i>	18	5	23
	78,26%	21,74%	
<i>The End of a Fucking World</i>	7	2	9
	77,78%	22,22%	

Serial	Bohater doświadcza problemów psychologicznych		
	NIE	TAK	Razem
<i>I am not ok with this</i>	11	3	14
	78,57%	21,43%	
<i>Jeszcze Nigdy</i>	16	7	23
	69,57%	30,43%	
<i>Ginny & Georgia</i>	23	8	31
	74,19%	25,81%	
<i>Sexify</i>	19	3	22
	86,36%	13,64%	
<i>Gambit Królowej</i>	9	5	14
	64,29%	35,71%	
<i>Squid Game</i>	8	1	9
	88,88%	11,11%	
<i>Euforia</i>	25	8	33
	75,76%	24,24%	
Ogółem	149	63	212
	70,28%	29,71%	

Źródło: opracowanie własne

Problemy psychologiczne zaprezentowane w serialach nie w każdym przypadku wiązały się z diagnozą kliniczną. Pośród 63 bohaterów zakwalifikowanych jako doświadczający trudności 22% (14 osób) posiadało diagnozę i stanowili oni 7% wszystkich postaci (14 z 212 osób). W pozostałych przypadkach widz obserwował na ekranie zmagania bohatera z problemem jednak nie została postawiona profesjonalna diagnoza, problem nie został wprost nazwany (Tabela 26.).

Tabela 26. Bohaterowie seriali ze względu na posiadaną diagnozę

Bohater posiada diagnozę	Liczba	Procent
TAK	14	6,60377
NIE	198	93,39623

Źródło: opracowanie własne

Lista problemów, do których byli przyporządkowywani poszczególni bohaterowie została opracowana przez autorkę na podstawie posiadanej wiedzy psychologicznej i doświadczenia zawodowego bezpośrednio podczas analizy treści serialu. Obserwując zachowania, wypowiedzi i emocje bohaterów, nazywała i dodawała do listy kolejne obserwowane na ekranie problemy. Do najczęstszych problemów, których doświadczali bohaterowie należały: trudności w relacjach (35%), zachowania opozycyjno buntownicze (21%) problemy z tożsamością seksualną (16%) oraz żałoba (16%) (Tabela 27.).

Trudności w relacjach jak również problemy wynikające z kształtowania własnej tożsamości seksualnej w psychologii są klasyfikowane jako typowe problemy wieku nastoletniego. Dlatego ich popularność w analizowanych produkcjach z pewnością wiąże się z faktem, że były one realizowane z myślą o młodym odbiorcy. Twórca klasycznej teorii rozwoju psychospołecznego, E. Erikson⁶⁹⁵ podaje, że na każdym etapie życia człowiek doświadcza innych konfliktów – kryzysów, z którymi musi sobie poradzić (pomyślnie wyjście z każdego z nich wykształca zdolności adaptacyjne na wyższym poziomie i pozwala lepiej radzić sobie z kolejnymi kryzysami) . W okresie dorastania (12-18 lat) człowiek ma do czynienia z konfliktem *tożsamość vs. dyfuzja ról* polegającym na znalezieniu odpowiedzi na pytanie: *Kim jestem?* To dookreślenie własnej tożsamości dokonuje się poprzez podejmowanie pierwszych decyzji i wyborów i sprawdzanie co mi w życiu odpowiada. Na podstawie obserwacji treści mediów strumieniowych, można stwierdzić, że ważnym elementem tego procesu jest kształtowanie swojej tożsamości seksualnej. Próba odnalezienia się w świecie pierwszych relacji i dookreślenie swojej płci nie zawsze zbieżnej z tą biologiczną. Rozwinięte w okresie dorastania poczucie tożsamości sprawia, że człowiek jest gotowy by dzielić swoje życie z innymi. Osoby

⁶⁹⁵ Erikson E. H., Erikson J. M., *The Life Cycle Completed: Extended Version*, W. W. Norton, 1998, s. 106 – 112.

dorośle, które w okresie dojrzewania nie wykształciły pozytywnego obrazu siebie, mogą mieć trudność w budowaniu intymnych relacji z innymi. Silne poczucie tożsamości niweluje lęk przed byciem uzależnionym od drugiego człowieka i umożliwia efektywne wchodzenie w relacje. Co też często odzwierciedlają serialowe produkcje.

Kolejnym bardzo wyraźnie zarysowanym na ekranie problemem z jakim zmagają się młodzi bohaterowie są zachowania opozycyjno-buntownicze (ODD). Klasyfikacja DSM V charakteryzuje je jako zaburzenia cechujące się aspołecznym, agresywnym i buntowniczym zachowaniem, które prowadzi do wyraźnego naruszenia zasad społecznych. Co ważne zachowanie jest czymś więcej niż zwykłą złośliwością czy młodzieńczym buntem i ma względnie trwałe charakter. Do przykładowych zachowań uzasadniających rozpoznanie ODD zalicza się: częste wdawanie się w bójki, terroryzowanie otoczenia, okrucieństwo wobec ludzi i zwierząt, poważna dewastacja mienia, podpalenia, kradzieże, kłamstwa, wagarowanie, ucieczki z domu, napady złości, aktywne przeciwstawianie się, odmawianie zastosowania się do żądań ważnych osób (autorytetów) lub obowiązujących zasad.

Żałoba której doświadczyło 16% bohaterów jest często w serialach pokazywana jako późniejsza przyczyna trudności adaptacyjnych bohatera. Według Klasyfikacji DSM-V jak i ICD-11 żałoba nie jest określana jako zaburzenie psychiczne, lecz naturalna reakcja stanowiąca odpowiedź na utratę kogoś bliskiego. Nie mniej jednak stanowi ona ważny problem psychologiczny, niejednokrotnie wymagający specjalistycznej pomocy. Co ciekawe w prawie wszystkich serialach (9/10) spotykamy się z bohaterem jej doświadczającym. Utrata najczęściej dotyczy rodzica (7/8) (*Sex Education* – Ola i Jakob Nyman, *Hope Haddon* -, *Stranger Things* – Jim Hopper, *The End of a F***ing World* – James, *I am not ok with this* – Sydney Novak, *Jeszcze nigdy* – Devi i Nalini Vishwakumar, *Ginny and Georgia* – Marcus Baker, *Gambit Królowej* – Beth Harmon, *Squid Game* – Kang Sae-byeok, *Euforia* – Rue, Ginna Bennett)

Tabela 27. Występowanie poszczególnych problemów psychologicznych u bohaterów seriali

Problem psychologiczny	Liczba	Procent
Zachowania opozycyjno-buntownicze	13	20,97
Uzależnienie od narkotyków	5	8,06
Uzależnienie od alkoholu	1	1,61
Zespół Stresu Pourazowego PTSD	24	38,64
DDD Dorosłe dzieci z rodzin dysfunkcyjnych	4	6,45
Samookalecznia, autoagresja	2	3,23
Uzależnienie od seksu	1	1,61
Schizofrenia	2	3,23
Żałoba	11	16,13
Niezrozumienie w grupie rówieśniczej	1	1,61
Zaburzenia lękowe	4	6,45
Problemy z tożsamością seksualną	10	16,13
Psychopatia	1	1,61
Zaburzenia psychosomatyczne	1	1,61
Samotność	2	3,23
Porzucenie przez rodzica	3	4,84
Rozwód rodziców	3	4,84
Doświadczenie przemocy	1	1,61
Publiczne upokorzenie	2	3,23
Bezpłodność	2	3,23
Choroba w rodzinie	4	6,45
Problemy w relacjach	22	35,48

Źródło: opracowanie własne

Istotnym wydaje się że na liście problemów nie znajdują się zaburzenia afektywne a zwłaszcza zaliczana do tej kategorii depresja. Pomimo iż w społeczeństwie bardzo dużo mówi się o jej występowaniu zwłaszcza wśród młodych ludzi, trend ten nie znalazł bez-

pośredniego odzwierciedlenia na ekranie. Obserwowani bohaterowie doświadczali wielu zmartwień i trudności, (często stanowiących główny wątek fabularny produkcji), jednak informacje zawarte w serialu nie pozwalały na jednoznaczne zdiagnozowanie depresji. Z racji jednak, aby nie pomijać tego zagadnienia, w kluczu kategoryzacyjnym pojawiła się kategoria *cierpienie* rozumiane jako trudność w poradzeniu sobie z problemem, doświadczanie silnych negatywnych emocji, dezorganizacja życia i działań bohatera (Tabela 28). Analiza wykazała, że 92% doświadczających problemów psychologicznych postaci doświadczało cierpienia. i chociaż nie można tej kategorii bezpośrednio powiązać z chorobą jaką jest depresja, to jest to istotna informacja mogąca mieć wpływ na kształt wiedzy na temat zaburzeń psychicznych odbiorcy. Zwłaszcza gdy te niejednokrotnie były w popkulturze romantyzowane i przedstawiane jako ciekawa *cecha osobowości* nadająca fabule dramaturgii. XX-wieczne filmy i seriale w większości przypadków ledwo zarysowywały szkice problemów zasługujących na głębszą troskę i uwagę⁶⁹⁶. Uzyskane wyniki wykazują zmianę narracji w tym zakresie. Współczesne seriale opowiadają o problemach psychologicznych z dużo większą empatią, co przyczynia się do ewolucji rozmów na temat zdrowia psychicznego, a wraz z nimi wzrostu świadomości, również wśród twórców kultury.

Tabela 28. Doświadczanie cierpienia przez bohatera dotkniętego problemem

Widz obserwuje cierpienie bohatera dotkniętego problemem	Liczba	Procent
TAK	58	92,06349
NIE	5	7,93651

Źródło: opracowanie własne

W większości seriale wykazywały etiologię zaburzeń bohatera (Tabela 29.) . W przypadku 63,5% postaci widz uzyskiwał wiedzę na temat źródła problemu, natomiast w 36,5% nie było takiej informacji. Przedstawienie przyczyn trudności bohatera pozwala na lepsze zrozumienie dynamiki rozwoju zaburzeń i może przyczyniać się do

⁶⁹⁶ *Przerwana lekcja muzyki* (1991) ukazuje oddział psychiatryczny jako niepokojącą choć zabawna imprezę. *Lot nad kukułczym gniazdem* (1975) natomiast przedstawia szpital psychiatryczny jako więzienie z zakratowanymi oknami torturujące pacjentów elektrowstrząsami. *Lśnienie* (1978), *Psychoza* (1960) *American Psycho* (2000) ukazują nie pasujących do świata szalonych i psychopatycznych bohaterów.

normalizacji tematu zdrowia psychicznego. Obserwowanie związków przyczynowo-skutkowych wpływa na zdolność antycypowania skutków działań, przewidywania konsekwencji i modyfikacji własnych zachowań⁶⁹⁷. Ponadto zrozumienie przyczyn leżących u podłoża trudności bohatera pozwala na większą w stosunku do niego empatię a co za tym idzie kształtowanie bardziej pozytywnych postaw w stosunku do problemów natury psychicznej.

Tabela 29. Prezentacja etiologii zaburzenia bohatera dotkniętego problemem

Widz posiada informację na temat etiologii zaburzenia bohatera	Liczba	Procent
TAK	40	63,49206
NIE	23	36,50794

Źródło: opracowanie własne

W 38% przypadków źródłem obecnego problemu bohatera było silnie traumatyzujące doświadczenie mające miejsce w dzieciństwie (śmierć kogoś bliskiego, porzucenie przez rodzica, przemoc w rodzinie), natomiast w 62% przyczyna zaburzeń dotyczyła bieżących wydarzeń, na skutek których bohater doświadczał trudności (Tabela 30.). Trauma jest definiowana jako stan psychiczny wywołany na skutek czynników zewnętrznych, które zagrażają zdrowiu lub życiu prowadzą do głębokich zmian w funkcjonowaniu człowieka⁶⁹⁸. Stan ten niejednokrotnie wiąże się z trudnością w powrocie do wcześniejszego funkcjonowania i może również tworzyć zespół objawów stresu pourazowego PTSD (*post traumatic stress disorder*). Do następstw traumy można zaliczyć: lęk, żalobę, depresję, zachowania agresywne i autoagresywne (w tym próby samobójcze), obniżone poczucie własnej wartości, problemy w relacjach interpersonalnych czy pogorszenie wyników szkolnych. Biorąc pod uwagę powyższą definicję, doświadczenie przez bohatera silnie traumatyzującego zdarzenia może być podane jako przyczyna jego późniejszych problemów.

⁶⁹⁷ M. Magda, *Wykrywanie związku przyczynowo-skutkowego w sytuacjach moralnych przez dzieci dziesięcioletnie*, „Nauczyciel i Szkoła”, 1999, t. 2 nr 7, s. 124-129.

⁶⁹⁸ B. Zawadzki, J. Strelau, *Zaburzenia pourazowe jako następstwo kataklizmu*, „Nauka” 2008, nr 2, s. 47-55

Tabela 30. Doświadczenie traumy przez bohatera w grupie bohaterów z problemami

Bohater doświadczył traumy	Liczba	Procent
TAK	24	38,09523
NIE	39	61,90477

Źródło: opracowanie własne

Z punktu widzenia pracy istotnym było określenie w jaki sposób serialowi bohaterowie radzą sobie z problemami. Techniki zaradcze zostały podzielone na dwie główne kategorie: *konstruktywne* i *niekonstruktywne*. Do pierwszej grupy zaliczone zostało przede wszystkim korzystanie ze specjalistycznej pomocy psychologicznej, psychiatrycznej (podjęcie leczenia) czy zwrócenie się o pomoc do otoczenia rodziców, nauczycieli (w przypadku młodych bohaterów) czy przyjaciół. Jako niekonstruktywne techniki kwalifikowane były: zachowania unikowe mające na celu odcięcie się od problemu tj. sięganie po środki zmieniające stan świadomości (narkotyki, alkohol), ucieczka z domu, autoagresja (samookaleczanie), zachowania dewastacyjne i niszczyielskie, odreagowywanie agresją (bójki, przemoc, znęcanie nad ludźmi, zwierzętami).

W analizowanych produkcjach 16,81% postaci podejmowało specjalistyczne leczenie: uczestnictwo w psychoterapii, wizyta u psychologa, psychiatry. Zdecydowana większość 82,30% nie korzystała z tej formy wsparcia, a jeden z bohaterów rozważał możliwość skorzystania z profesjonalnej pomocy (0,88%) (Tabela 31.).

Tabela 31. Podejmowanie leczenia przez bohatera

Bohater podejmuje leczenie	Liczba	Procent
tak	19	16,81416
nie	93	82,30088
Rozważa podjęcie leczenia	1	0,88496

Źródło. opracowanie własne

33,12% bohaterów wybierało niekonstrukttywne techniki radzenia sobie z problemem, 46,25% radziło sobie w inny sposób, natomiast w przypadku 21% widz nie używał informacji jak radzi sobie bohater (sytuacja dotyczyła najczęściej postaci drugoplanowych) (Tabela 32.).

Tabela 32. Bohater stosuje zachowania niekonstrukttywne

Zachowania niekonstrukttywne	Liczba	Procent
tak	53	33,12500
nie	74	46,25000
nie wiadomo	33	20,62500

Źródło: opracowanie własne

Często prezentowanym na ekranie niekonstruktywnym sposobem radzenia sobie z problemami jest łamanie norm społecznych, najczęściej pod postacią przemocy 51%, czy stosowania substancji psychoaktywnych 30% (Tabela 33.). Raport z badań *Epidemiologia zaburzeń psychiatrycznych i dostęp do psychiatrycznej opieki zdrowotnej – EZOP Polska*, wykazuje że to właśnie nadużywanie substancji należało do najczęstszych zachowań niekonstruktywnych w Polsce. Zaburzenia w tym zakresie stanowiły udział 12,8% społeczeństwa, w tym nadużywanie alkoholu dotyczyło 3 milionów Polaków (11,9%) a narkotyków 700 tysięcy osób (1,4%)⁶⁹⁹.

Tabela 33. Bohater łamanie ogólnie przyjęte norm społecznych

Bohater przejawia zachowania łamiące przyjęte normy społeczne	Liczba	Procent
przemoc	27	50,9434
stosowanie substancji psychoaktywnych	16	30,1886
kradzież	1	1,88679
inne formy	3	5,66038
brak łamania norm społecznych	6	11,3207

Źródło: opracowanie własne

⁶⁹⁹ A. Kiejna i in. *Epidemiologia zaburzeń psychiatrycznych i dostępność psychiatrycznej opieki zdrowotnej. EZOP – Polska – metodologia badania*, „Psychiatria Polska”, 2015, t 49 nr 1 s. 7–10.

Z punktu widzenia pracy istotnym było sprawdzenie w jaki sposób otoczenie bohatera reaguje na jego problem. Pomimo jak wykazano powyżej większość bohaterów doświadczających trudności nie korzystała z profesjonalnej pomocy to w 66% przypadków mogli oni liczyć na rodzinę i/lub przyjaciół, którzy byli zaangażowani w pomoc osobie doświadczającej trudności. W przypadku 16% bohaterów otoczenie nie miało świadomości, że ten zмага się z problemem, natomiast jedynie w 2% pomimo posiadanej wiedzy na temat jego trudności nie podejmowało działań pomocowych (Tabela 34.). Zwrócenie się do osób z najbliższego otoczenia z prośbą o pomoc jest zazwyczaj pierwszym i najprostszy do wykonania krokiem w walce z problemem. Dlatego też prezentacja takiej formy pokonywania trudności w serialach i obserwacja pozytywnych reakcji otoczenia bohatera w sytuacji kryzysowej może przyczynić się do nabywania przez młodych odbiorców wzorców konstruktywnych zachowań, zarówno w sytuacji kiedy sami potrzebują wsparcia, jak również obserwują trudności u innych osób.

Tabela 34. Reakcja otoczenia na problem bohatera

Reakcja otoczenia na problem bohatera	Liczba	Procent
Otoczenie jest zaangażowane w pomoc bohaterowi	35	66,03774
Otoczenie nie jest świadome problemu bohatera	16	30,18868
Otoczenie wie o problemie, ale nie jest zaangażowane w pomoc	2	3,77358

Źródło. opracowanie własne

W większości przypadków 45% widz obserwujący losy bohatera ma poczucie, że ten radzi sobie z doświadczanym problemem. Udaje mu się przeciwstawić napotykanym trudnością i znaleźć rozwiązanie. 27% bohaterów nie radzi sobie z problemem, a cała sytuacja ma negatywny wydźwięk, natomiast u 27% obserwujemy status quo, problem ani nie znajduje rozwiązania ani nie staje się dla bohatera bardziej uciążliwym (Tabela 35.). Test χ^2 Pearsona = 20,09814, $p=00004$, świadczy o tym, że zdecydowanie najczęściej bohaterowie znajdują pozytywne wyjście ze swoich trudności i odczuwają poprawę.

Tabela 35. Ogólny wydzźwięk radzenia sobie w sytuacji problemowej przez bohatera

	Liczba	Procent
pozytywny	28	45,16129
negatywny	17	27,41935
status quo	17	27,41935

Źródło: opracowanie własne

Z racji, że analizowane seriale są kierowane dla młodych widzów i w znacznej mierze bohaterami są osoby niepełnoletnie, należy zwrócić uwagę również na korzyści i konsekwencje problemów psychologicznych w życiu postaci. Jest to istotne gdyż w kontekście dzieci i młodzieży doświadczających trudności najczęściej proponowanym podejściem terapeutycznym jest terapia systemowa. Głównym założeniem terapii systemowej jest praca z całą rodziną i przeświadczenie, że problem jednego członka rodziny odbija się na życiu wszystkich pozostałych wchodzących w jej skład osób. Osoba reprezentująca problem jest określana jako *pacjent identyfikowany* a zaburzenie z którym się zmagają może przynosić korzyść całemu systemowi. Przykładowo choroba dziecka jednoczy nieogadujących się na codzien rodziców, odsuwa na bok inne problemy wewnątrz systemu⁷⁰⁰. Jednak teoria mówiąca o korzyściach płynących z problemu nie znalazła odzwierciedlenia na ekranie. Tylko 9,4% bohaterów czerpało korzyści ze swojego problemu, (w przypadku 90,5% brak informacji na ten temat) 77,3% doświadczało jego negatywnych konsekwencji (w 22,6% brak informacji na temat doświadczanych konsekwencji). Różnica istotna statystycznie ($p=,00004$) (Tabela 36.).

Tabela 36. Korzyści i konsekwencje problemu dla bohatera

	Liczba	Procent
Bohater czerpie korzyść z doświadczanego problemu	5	9,43396
Brak informacji o potencjalnych korzyściach	48	90,56604

⁷⁰⁰ B. De Barbaro, *Wprowadzenie do systemowego rozumienia rodziny*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 1994

	Liczba	Procent
Bohater doświadcza negatywnych konsekwencji	41	77,35849
Brak informacji o potencjalnych konsekwencjach	12	22,64151

Źródło: Opracowanie własne

6.3. Zaangażowanie badanych w oglądane seriale

Scharakteryzowanie relacji badanej grupy z medium umożliwiło przeprowadzone badanie ankietowe (CAWI), w którym wykorzystana została *Skala wpływu mediów strumieniowych na wiedzę i przekonania na temat problemów psychologicznych*. Do wnioskowania na powyższy temat posłużyła wchodząca w jej skład podskala: *Skala zaangażowania w seriale*, a uzyskane za jej pomocą wyniki pozwoliły na określenie kształtu tej relacji w trzech wymiarach: behawioralnym, emocjonalnym oraz poznawczym. Poszczególne czynniki zostały wyodrębnione za pomocą analizy czynnikowej podczas opracowywania metody.

Posługując się podstawowymi parametrami statystycznymi takimi jak średnia, mediana oraz odchylenie standardowe można zaobserwować rozkład wyników uzyskanych przez badanych w poszczególnych czynnikach. W Tabeli nr 37. przedstawionej poniżej zamieszczono statystyki opisowe dla wyniku ogólnego oraz czynników *Skali zaangażowania w seriale*. Wyniki badanych zostały szczegółowo opisane w kolejnych podpunktach tego rozdziału, nazywanych mierzonymi zmiennymi.

Skala zaangażowania w seriale pozwala na uzyskanie wyniku ogólnego w przedziale od 1 do 5. Średnia badanych to 2,8 (Tabela 37.), co odpowiada rozkładowi normalnemu w populacji i wskazuje na normalny rozkład wyniku tej zmiennej. Średnie wyniki poszczególnych czynników wchodzących w jej skład to: *Podejmowanie działania* 2,5; *Odczuwalny wpływ* 2,9; *Interakcje społeczne* 3,13, które zostały szczegółowo scharakteryzowane poniżej.

Tabela 37. Statystyki opisowe wyników uzyskanych przez badanych w Skali zaangażowania w seriale

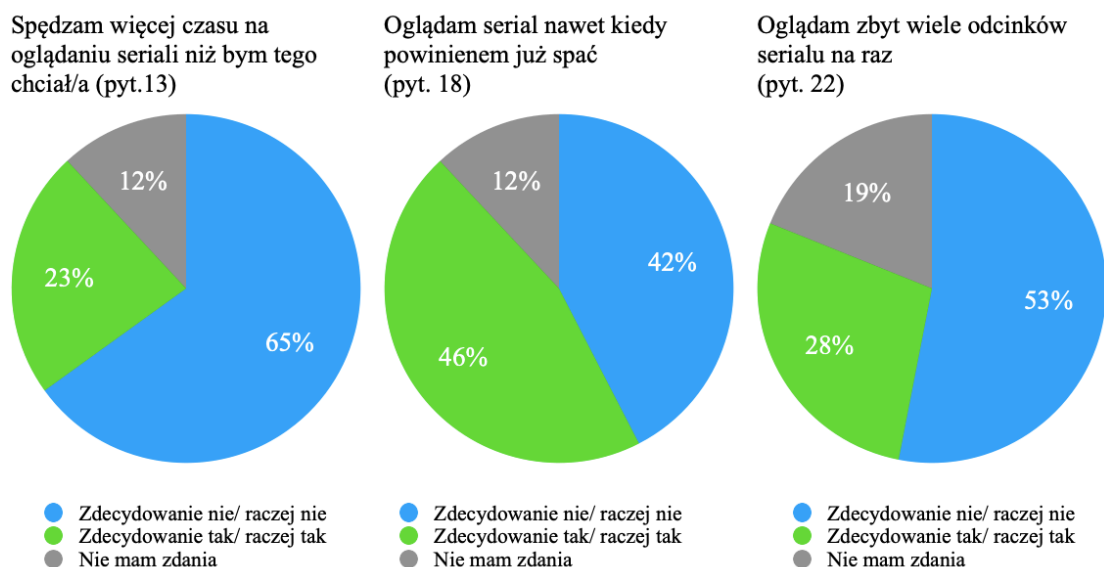
Zmienna	Skala zaangażowania w seriale					
	N waż- nych	Średnia	Mediana	Dolny Kwartył.	Górny Kwartył.	Odch.std
<i>Podjęmowane działania</i> – czynnik behawioralny,	503	2,514115	2,400000	1,600000	3,200000	1,003232
<i>Odczuwalny wpływ</i> – czynnik emocjonalny	503	2,856196	3,000000	2,000000	3,666667	0,952779
<i>Interakcje społeczne</i> – czynnik poznawczy.	503	3,127899	3,333333	2,333333	4,000000	1,049563
Wynik ogólny – średnia z podskal	503	2,832737	2,911111	2,311111	3,377778	0,779662

Źródło: opracowanie własne

6.3.1. Podjęmowane działania

Behawioralny aspekt zaangażowania w seriale został scharakteryzowany na podstawie wybranych za pomocą analizy czynnikowej pięciu pytań: (nr 22.) *oglądam zbyt wiele odcinków na raz*, (nr 13.) *Spędzam więcej czasu na oglądaniu seriali niż bym tego chciał*, (nr 23.) *Nie mogę przestać myśleć o serialu dopóki nie obejrzę całego sezonu*, (nr 14.) *Po zakończeniu sezonu, jest mi ciężko skoncentrować się na czymś innym*, (nr 18.) *oglądam serial nawet kiedy powinienem już spać*. Poniżej zaprezentowane i omówione zostały odpowiedzi na poszczególne pytania wchodzące w skład tego czynnika.

Wykres 11. Odpowiedzi badanych na pytania nr: 13, 18, 22

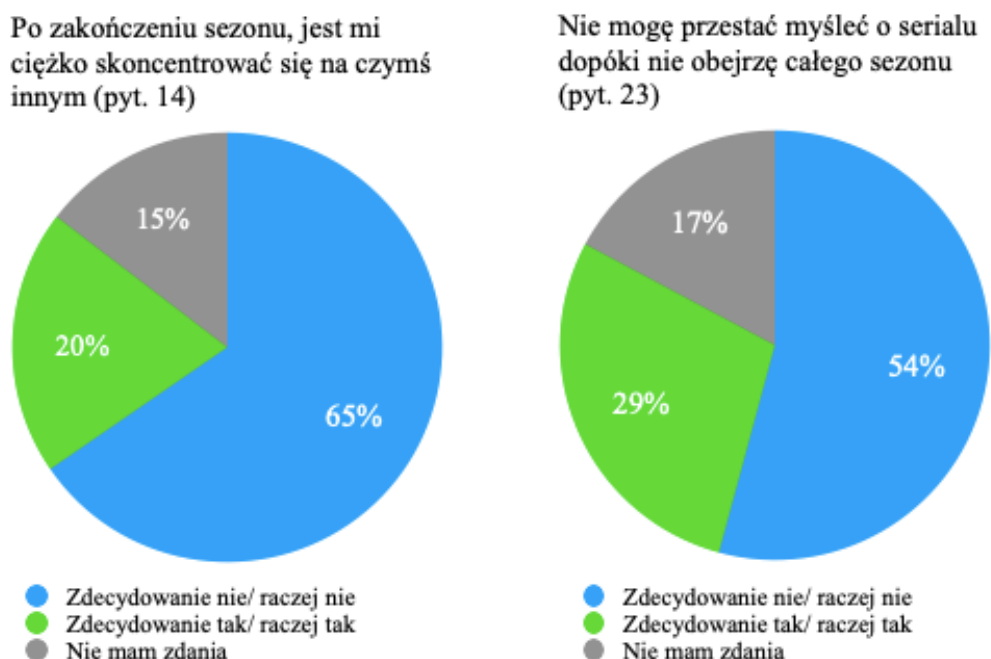


Źródło: opracowanie własne

Większość badanych (65%) zapytana *Czy spędza więcej czasu na oglądaniu seriali niż by tego chciała?* odpowiedziała przecząco wybierając odpowiedź (raczej nie lub zdecydowanie nie). 23% respondentów dostrzegało problem w ilości czasu spędzanego przed ekranem (raczej tak/ zdecydowanie tak) natomiast 12% nie miało zdania. Pomimo, że większość badanych nie uważa swojej konsumpcji treści medialnych za problematyczną to 46% z nich deklaruje, że ogląda seriale nawet wtedy kiedy powinni już spać, a blisko jedna trzecia uważa, że ogląda zbyt wiele odcinków podczas jednego seansu (Wykres 11.) .

Wchodzące w skład skali pytania nr 14 i 23 odnoszą się do oddziaływania treści streamingowych na konsumentów, pomimo braku aktywnego korzystania z nich w danym momencie. Dotyczą one do myśli na temat aktualnie oglądanych, bądź właśnie obejrzanych treści. 20% badanych odpowiedziało, że *Po zakończeniu sezonu jest im ciężko skoncentrować się na czymś innym*, podczas gdy 65% uczestników badania nie zgodziło się z powyższym stwierdzeniem. 29% badanych zadeklarowało, że *nie może przestać myśleć o serialu dopóki nie obejrzy całego sezonu*, 54% zdecydowanie/raczej nie zauważyło u siebie tego problemu, natomiast 17% nie miało zdania (Wykres 12.).

Wykres 12. Odpowiedz badanych na pytania nr 14 i 23



Źródło: opracowanie własne

6.3.2. Identyfikacja z bohaterem

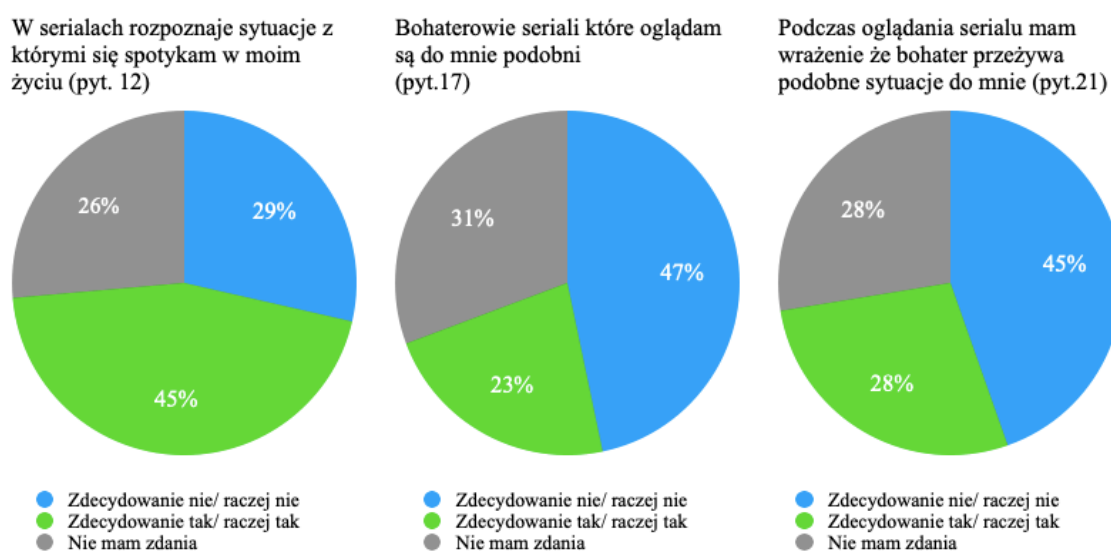
Jak opisano w rozdziale 3 rzeczonyj rozprawy, identyfikacja z serialowymi postaciami czy sytuacjami zaprezentowanymi na ekranie wpływa na większy emocjonalny stosunek odbiorcy do oglądanych treści a tym samym zwiększoną na nie podatność⁷⁰¹. W związku z powyższym z punktu widzenia pracy istotnym było przyjrzenie się na ile respondenci odnajdują podobieństwo pomiędzy streamingowymi treściami a własnymi doświadczeniami. Przeprowadzone analizy wykazały, że część osób badanych ma tendencję do identyfikowania się z serialowymi postaciami bądź sytuacjami w jakich się znaleźli. Tę inklinację odzwierciedlają pytania nr 12. *W serialach rozpoznaje sytuacje z którymi się spotykam w moim życiu;* nr 17. *Bohaterowie seriali które oglądam są do mnie podobni* oraz nr 21. *Podczas oglądania serialu mam wrażenie że bohater przeżywa podobne sytuacje do mnie.*

Na pytanie *Czy rozpoznajesz w serialach sytuacje zbliżone do tych które mają miejsce w ich życiu?* ponad 45% badanych udzieliło odpowiedzi twierdzącej, 26% nie miało zdania, natomiast 29% respondentów nie identyfikowało się z tym stwierdzeniem. Wła-

⁷⁰¹ Por. Rozdział 3. Wpływ mediów

sne podobieństwo do serialowych postaci dostrzega 23% badanych, 31% nie ma wyrobionego na ten temat zdania, natomiast 47% nie uznaje siebie za podobnych do ekranowego bohatera. Natomiast subiektywne wrażenie podobieństwa przeżyć bohatera do własnych sytuacji deklaruje 28% ankietowanych. Blisko połowa (45%) zdecydowanie/raczej nie zgadza się z powyższym stwierdzeniem, a 28% nie ma zdania (Wykres 13.).

Wykres 13. Odpowiedzi respondentów na pytania nr: 12, 17, 21



Źródło: opracowanie własne

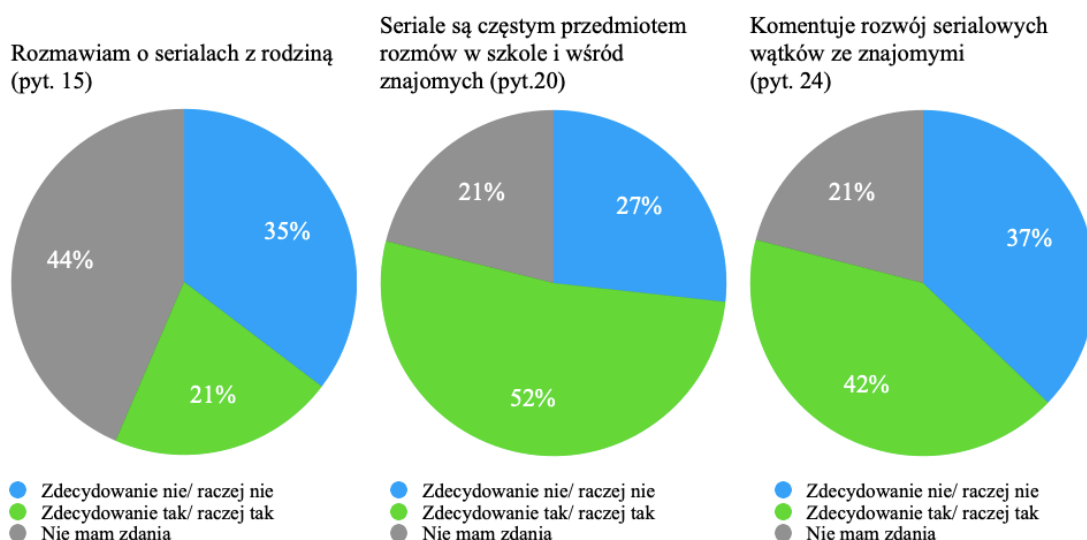
6.3.3. Interakcje społeczne

Jak wykazano w poprzedniej części rozprawy szereg badaczy podkreśla znaczny wpływ neoseriali na życie społeczne odbiorców (por. Rozdział3.) . W *Skali zaangażowania w seriale* czynnik ten jest badany za pomocą następujących pytań: nr 24. *Komentuje rozwój serialowych wątków ze znajomymi*, nr 15. *Rozmawiam o serialach z rodziną*, oraz nr 20. *Seriale są częstym przedmiotem rozmów w szkole*.

Wyniki badań własnych wykazują, że większość badanych (52%) spostrzega serialowe wątki jako częsty temat rozmów rówieśniczych w szkole. 44% respondentów rozmawia o nich w gronie rodzinnym, natomiast 42% komentuje oglądane treści ze znajomymi. Uzyskane dane podkreślają popularność treści strumieniowych, jak również ich rolę w życiu społecznym odbiorców. Prowadzenie rozmów na temat konsumowanych treści medialnych pozwala na spojrzenie na poruszane przez nie zagadnienia z per-

spektywy osoby trzeciej. Praktyka ta jest cenna zwłaszcza w przypadku odbiorców, którzy z racji na młody wiek nie posiadają doświadczenia i wiedzy niezbędnej do krytycznej analizy i pełnego zrozumienia prezentowanych treści (Wykres 14.).

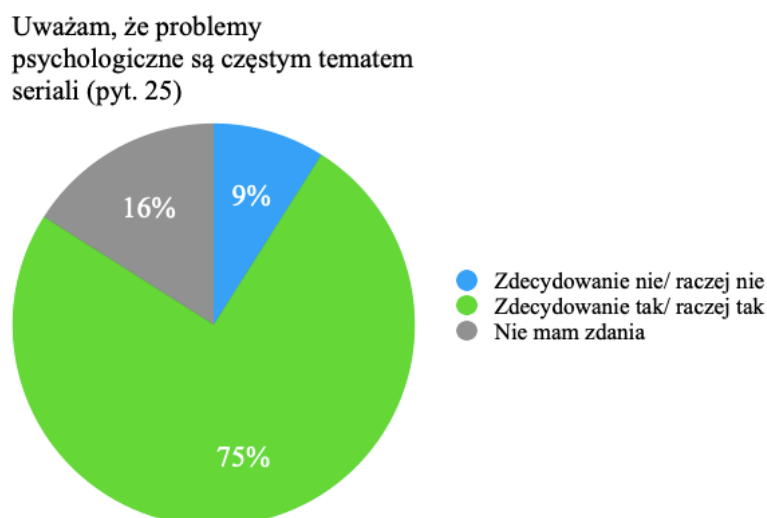
Wykres 14. Odpowiedzi respondentów na pytania nr: 15, 20, 24



Źródło: opracowanie własne

Respondenci zostali również zapytanie o subiektywną opinię na temat popularności tematyki problemów psychologicznych w serialach. Zdecydowana większość badanych (75%) dostrzega, że wiele miejsca we współczesnych serialach zostało poświęcone zdrowiu psychicznemu, tylko 9% ankietowanych nie zgodziło się z powyższym stwierdzeniem, natomiast 16% nie miało zdania w tym temacie (Wykres 15.).

Wykres 15. Odpowiedzi respondentów na pytanie nr 25



Źródło: opracowanie własne

6.4. Postawa względem osób doświadczających problemów psychologicznych na podstawie badań CAWI

Scharakteryzowanie postaw badanych odnośnie problemów psychologicznych umożliwiło przeprowadzenie badania ankietowego (CAWI), w którym wykorzystana została *Skala wpływu mediów strumieniowych na wiedzę i przekonania na temat problemów psychologicznych*. Do wnioskowania na powyższy temat posłużyła podskala: *Skala postaw wobec problemów psychologicznych*, mierząca dwa czynniki: *Przekonania* oraz *Wiedzę* badanych, które zostały wyodrębnione na podstawie analizy czynnikowej.

Posługując się podstawowymi parametrami statystycznymi takimi jak średnia, mediana oraz odchylenie standardowe można zaobserwować rozkład wyników uzyskanych przez badanych. W Tabeli nr przedstawiono statystyki opisowe dla obu czynników *Ska-
li Postaw Wobec Problemów Psychologicznych*.

Tabela 38. Skala postaw wobec problemów psychologicznych –
Czynnik I (*Przekonania*)

	N	Średnia	Mediana	Dolny Kwartył.	Górny Kwartył.	Odch.std
Przekonania	503	1,947515	1,800000	1,200000	2,600000	0,777131
Wiedza	503	4,313263	4,428571	4,142857	4,714286	0,549016

Źródło: opracowanie własne

Przeprowadzone analizy wykazały, że osoby badane cechowały się pozytywną postawą względem osób doświadczających trudności psychologicznych, o czym świadczą wyniki uzyskane w obu czynnikach.

W czynniku i (*Przekonania*) średni wynik w badanej grupie to 1,9. Odpowiedzi na pytania wchodzące w skład czynnika były mierzone na 5 stopniowej skali Likerta, gdzie im niższy wynik, tym mniejszy poziom uprzedzeń, a tym samym bardziej pozytywny stosunek do osób dotkniętych zaburzeniami psychicznymi.

W czynniku II (*Wiedza*) średni wynik uzyskany przez respondentów to 4,3. Podobnie jak w czynniku i odpowiedzi dla pytań wchodzących w skład skali były zaznaczane na 5 – stopniowej skali Likerta, jednak w tym przypadku wyższy wynik świadczył o większej wiedzy osoby badanej.

Uzyskane przez badanych wyniki zostały szczegółowo opisane w kolejnych podpunktach tego rozdziału, nazywanych mierzonymi zmiennymi.

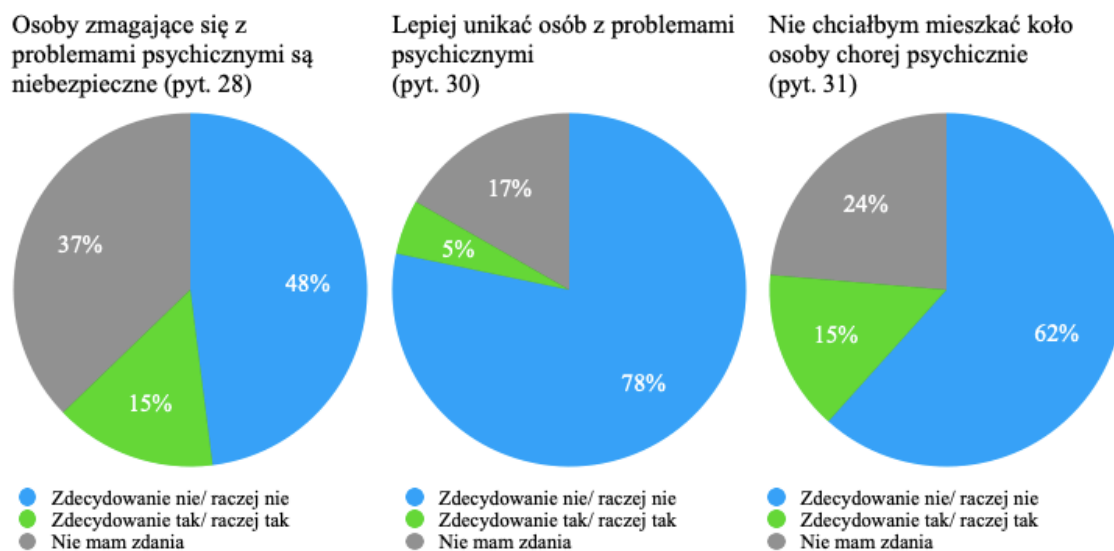
6.4.1. Czynnik I – (*Przekonania*)

Czynnik I (*Przekonania*) charakteryzuje uwewnętrznione, społecznie wyuczone skłonności badanych do reagowania i podejmowania określonych czynności w stosunku do osób doświadczających trudności psychicznych.

W jego skład wchodzi następujące pozycje skali: nr 28. *osoby zmagające się z problemami psychicznymi są niebezpieczne*, nr 30. *Lepiej unikać osób z problemami psychicznymi*, nr 31. *Nie chciałbym mieszkać koło osoby chorej psychicznie*, nr 32. *osoby z problemami psychicznymi powinny być odizolowane od społeczeństwa*, nr 35. *Nie chciałbym się przyjaźnić z osobą zmagającą się z problemami psychicznymi*. Szczegółowe

odpowiedzi respondentów na poszczególne pozycje skali zostały zaprezentowane poniżej (Wykres 16., 17.).

Wykres 16. Odpowiedzi badanych na pytania nr 28, 30, 31

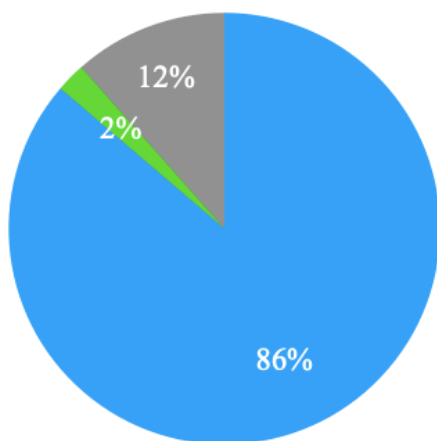


Źródło: Opracowanie własne

Blisko połowa badanych (48%) zapytana o to czy *Osoby z problemami psychicznym są niebezpieczne dla społeczeństwa* zaprzeczyła temu stwierdzeniu, jedynie 15% się z nim zgodziło. Natomiast dla 37% ta kwestia nie była wystarczająco jasna i nie posiadali w tym zakresie wyrobionego zdania. Zdecydowana większość respondentów (78%) nie uważa, że osób doświadczających problemów psychicznych lepiej unikać, w przeciwieństwie do 5% które odpowiedziały twierdząco. Ankietowani zapytani o to, czy mieliby coś przeciwko zamieszkaniu obok osoby chorej psychicznie w 62% nie mieli nic przeciwko, obiekcje wyraziło 15%, a 24% nie miało na ten temat zdania (Wykres 16.).

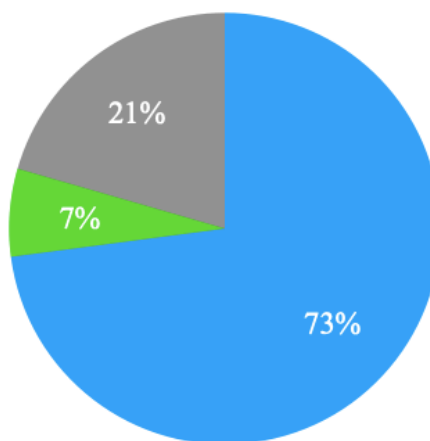
Wykres 17. Odpowiedzi badanych na pytania nr 32 i 35

Osoby z problemami psychicznymi powinny być odizolowane od społeczeństwa (pyt. 32)



● Zdecydowanie nie/ raczej nie
● Zdecydowanie tak/ raczej tak
● Nie mam zdania

Nie chciałbym się przyjaźnić z osobą zmagającą się z problemami psychicznymi (pyt. 35)



● Zdecydowanie nie/ raczej nie
● Zdecydowanie tak/ raczej tak
● Nie mam zdania

Źródło: opracowanie własne

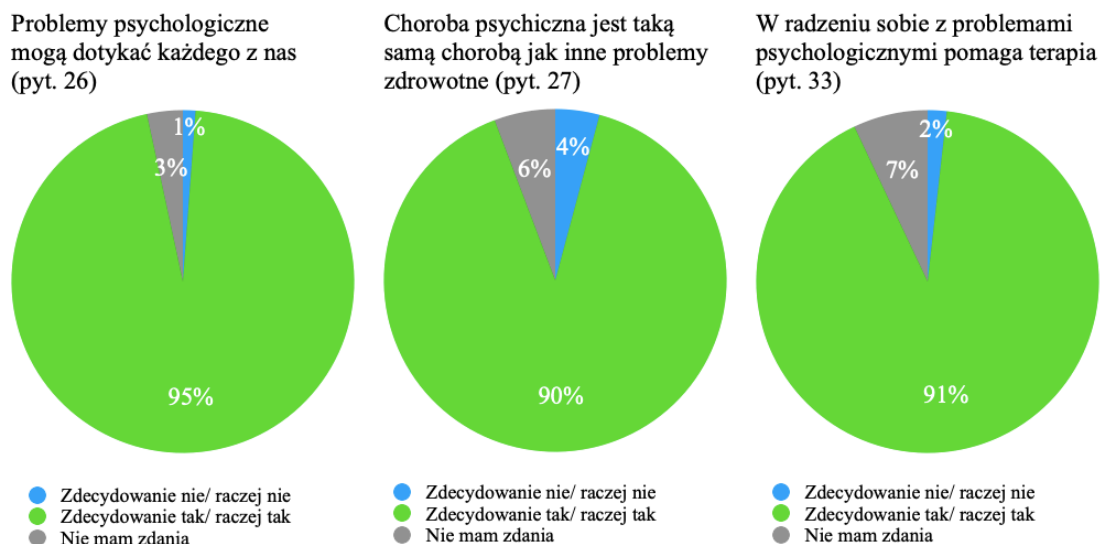
Jedynie 2% badanych uważa, że osoby z problemami psychicznymi powinny zostać oddzielone od społeczeństwa. Zdecydowana większość (86%) nie zgadza się z powyższym stwierdzeniem, a 12% nie ma w tej kwestii zdania. 73% ankietowanych nie zadeklarowało obiekcji odnośnie nawiązania przyjaźni z osobą zmagającą się z problemami psychicznymi. 7% nie chciałoby takiej relacji nawiązać, natomiast 21% badanych nie miało na ten temat zdania (Wykres 17.).

6.4.2. Czynniki II (*Wiedza*)

Czynnik II (*Wiedza*) opisuje zakres informacji jednostki na temat problemów zdrowia psychicznego. W jego skład wchodzi następujące pozycje skali: nr 26. *Problemy psychologiczne mogą dotyczyć każdego z nas*, nr 27. *Choroba psychiczna jest taką samą chorobą jak inne problemy zdrowotne*, nr 33. *W radzeniu sobie z problemami psychologicznymi pomaga terapia*, nr 34. *Powinno się więcej mówić o problemach psychicznych*, nr 36. *W walce z chorobą psychiczną pomocne są leki*, nr 37. *Osoby zmagające się z problemami psychologicznymi będą musiały im stawiać czoła przez całe życie*, nr

38. *Problemy psychologiczne wiążą się z cierpieniem.* Szczegółowe odpowiedzi respondentów na poszczególne pozycje skali zostały zaprezentowane poniżej (Wykres 18., 19., 20).

Wykres 18. Odpowiedzi respondentów na pytania nr: 26, 27, 33

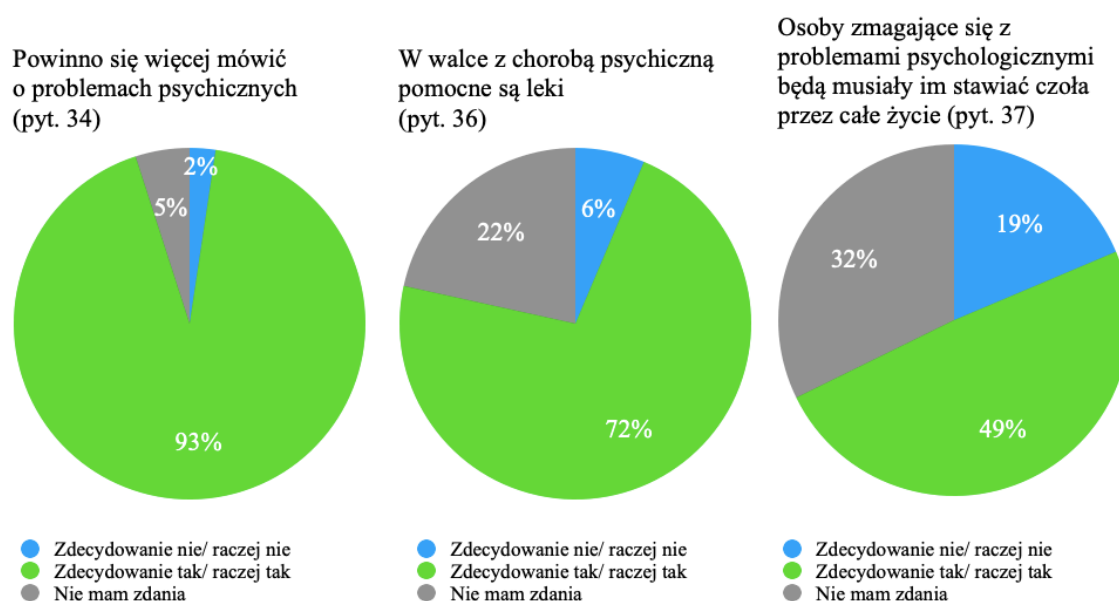


Źródło.: opracowanie własne

Prawie wszyscy respondenci 95% są zdania, że problemy psychologiczne mogą dotyczyć każdego. 3% ankietowanych nie ma w tym temacie zdania, natomiast jedynie 1 % badanych nie zgodziło się z tym stwierdzeniem. Zdecydowana większość respondentów (90%) uważa chorobę psychiczną za taką samą chorobę jak inne problemy zdrowotne. 4% ankietowanych nie zgadza się z powyższym stwierdzeniem, natomiast 6% nie posiada na ten temat zdania. 91% badanych jest zdania, że w radzeniu sobie z problemami psychologicznymi pomaga terapia. Jedynie 2% respondentów się z tym zdaniem nie zgodziło, natomiast 7% nie posiada na ten temat zdania (Wykres 18.).

Osoby biorące udział w badaniu docenia rolę jaką odgrywa edukacja społeczeństwa w zakresie wiedzy na temat problemów psychicznych. 92% z nich uważa, że *Powinno się więcej mówić o problemach psychicznych.* Ponadto większość respondentów (72%) uznaje farmakoterapię jako skuteczną formę pomocy w leczeniu problemów zdrowia psychicznego. 22% ankietowanych nie miało w tym temacie zdania, natomiast 6% nie zgodziło się z powyższym stwierdzeniem.

Wykres 19. Odpowiedzi respondentów na pytania nr 34, 36, 37

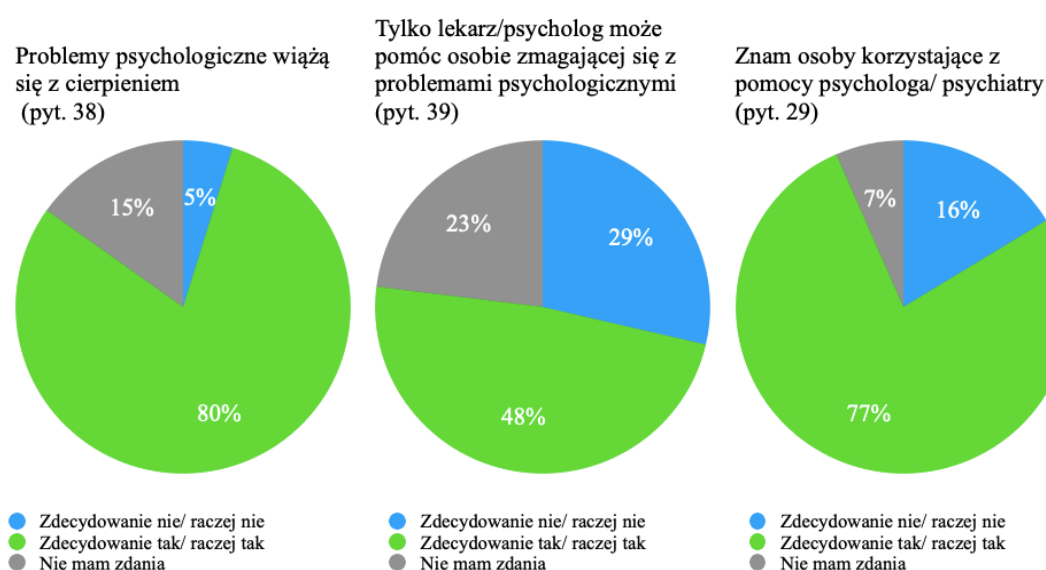


Źródło: opracowanie własne

Współczesna psychiatria podaje, że chociaż większości chorób psychicznych nie da się w pełni wyleczyć przy odpowiedniej terapii (psychoterapia, farmakoterapia, grupy wsparcia) można je skutecznie leczyć i wieść szczęśliwe życie. Ankietowani poproszeni o ustosunkowanie się do stwierdzenia: *Osoby zmagające się z problemami psychologicznymi będą musiały im stawiać czoła przez całe życie* w 49% zgodzili się z powyższym stwierdzeniem. 32% nie posiadało wyrobionego w tej kwestii zdania, natomiast 19% nie zgodziło się z tym twierdzeniem (Wykres 19.).

Większość badanych (80%) uważa, że *Problemy psychologiczne wiążą się z cierpieniem*, 15% nie miało zdania, natomiast 5% się z tym stwierdzeniem nie zgodziło. Ponadto 48% respondentów uważa, że profesjonalna pomoc psychologa bądź psychiatry jest jedyną skuteczną metodą walki z problemami psychologicznymi, według 29% istnieją inne formy efektywnej walki z trudnościami natury psychicznej, natomiast 23% nie miało w tej kwestii zdania. Ponadto większość badanych zna osoby korzystające z pomocy psychologa bądź psychiatry (Wykres 20.).

Wykres 20. Odpowiedzi respondentów na pytania nr 38, 39, 29



Źródło. Opracowanie własne

Zaprezentowane powyżej wyniki uzyskane przez badanych w obu czynnikach *Skali Postaw Wobec Problemów Psychologicznych* świadczą o ich pozytywnej postawie w stosunku do osób doświadczających problemów psychologicznych. Badana grupa okazała się bardzo jednorodna w zakresie reprezentowanej postawy. Uzyskane wyniki potwierdzają wcześniejsze ustalenia innych badaczy, że współczesne młode pokolenie cechuje się większą świadomością w zakresie zdrowia psychicznego. Młodzi użytkownicy mediów reprezentują pozytywną postawę względem osób dotkniętych problemami zdrowia psychicznego, cechują się brakiem uprzedzeń i wysoką wiedzą w tym zakresie. Ponadto przeprowadzone analizy nie wykazały wpływu indywidualnych praktyk w zakresie oglądania produkcji strumieniowych (tj. częstotliwości korzystania ze streamingu, czasu jednorazowego seansu, ilości oglądanych po rząd odcinków czy typu wybieranych produkcji) na postawę badanych względem osób doświadczających problemów psychologicznych (Tabela 39; 40; 41.).

Tabela 39. Częstotliwość korzystania ze streamingu a *Przekonania* i *wiedza* badanych

	każdego dnia	3-5x w tygodniu	w weekendy	raz na 2 tygodnie	rzadziej/nie ogląda
Przekonania	2,072527	1,824121	2,017143	2,104918	1,868085

	każdego dnia	3-5x w tygodniu	w weekendy	raz na 2 tygodnie	rzadziej/nie ogląda
Wiedza	4,306122	4,310122	4,439456	4,236534	4,158055

Źródło. opracowanie własne

Tabela 40. Typ preferowanych produkcji a *Przekonania* i *wiedza* badanych

	seriale	filmy	inne
Przekonania	1,896296	2,106522	2,082759
Wiedza	4,318972	4,332298	4,256158

Źródło. opracowanie własne

Tabela 41. Czas jednorazowego seansu a *Przekonania* i *wiedza* badanych

	Do 60 min	1-2 h	2-3 h	Powyżej 3
Przekonania	1,873950	1,942289	1,944000	2,055556
Wiedza	4,304922	4,347548	4,270857	4,333333

Źródło. opracowanie własne

Tabela 42. Ilość oglądanych pod rząd odcinków a *Przekonania* i *wiedza* badanych

	1-2	3-4	Powyżej 4
Przekonania	1,914576	1,988889	2,008696
Wiedza	4,334625	4,307937	4,180124

Źródło: opracowanie własne

6.5. Wyniki analizy czynnikowej i analiza różnic uzyskanych wyników

6.5.1. Częstotliwość z jaką badani korzystają ze streamingu a *zaangażowanie w seriale*

W celu określenia istotności związku pomiędzy częstotliwością korzystania ze streamingu a zaangażowaniem badanych, przeprowadzono test Kruskala-Wallisa ($H = 54,458$). Wynik przeprowadzonej analizy wskazuje na występowanie istotnej statystycznie różnicy ($p < 0,001$) pomiędzy wynikiem ogólnym w *Skali zaangażowania* a czasem spędzonym na korzystaniu ze streamingu.

Osoby które deklarowały oglądanie produkcji telewizji strumieniowej każdego dnia uzyskiwały istotnie wyższe wyniki w *Skali zaangażowania*, niż osoby korzystające ze streamingu w *weekendy, raz na 2 tygodnie czy rzadziej*. Analogicznie badani poświęcający tej praktyce najmniej czasu (mniej niż *raz na 2 tygodnie* czy wcale nie korzystający ze streamingu) otrzymywali znacząco niższe wyniki w poziomie zaangażowania od wszystkich pozostałych grup. (Średnie wyniki dla poszczególnych grup zaprezentowane zostały w Tabeli 44.).

Wyższy wynik ogólny uzyskiwany w *Skali zaangażowania* przez osoby częściej korzystające ze streamingu świadczy o zwiększonej potrzebie korzystania z medium. Wiąże się on ze wzmożoną trudnością kontrolowania własnych praktyk konsumenckich, a co za tym idzie spędzaniu większej ilości czasu na oglądaniu i rozmyślaniu na temat produkcji. Osoby takie mają tendencję do silniejszego identyfikowania się z przeżyciami bohatera i odczuwania afektu emocjonalnego w stosunku do odbieranych treści. Ponadto wyższy wynik pozwala na wnioskowanie o przenikaniu treści obejrzanych produkcji do doświadczeń i kontaktów społecznych jednostki, stając się ważnym elementem prowadzonych przez nią rozmów (Tabela 43.).

Tabela 43. Test istotności statystycznej Kruskala-Wallisa, dla korelacji wyniku ogólnego z częstotliwość oglądania

Skala Zaangażowania w Seriale	Test Kruskala-Wallisa: $H(4, N=503) = 54,45839$ $p = ,0000$				
	każdego dnia	3-5x tyg	w weekendy	raz na 2 tyg	rzadziej / nie ogląda
każdego dnia		0,852092	0,000692	0,006935	0,000000

<i>Skala Zaangażowania w Seriale</i>	Test Kruskala-Wallisa: H (4, N= 503) =54,45839 p =,0000				
	każdego dnia	3-5x tyg	w weekendy	raz na 2 tyg	rzadziej / nie ogląda
3-5x tyg	0,852092		0,035131	0,189200	0,000000
w weekendy	0,000692	0,035131		1,000000	0,004783
raz na 2 tyg	0,006935	0,189200	1,000000		0,013634
rzadziej / nie ogląda	0,000000	0,000000	0,004783	0,013634	

Źródło: opracowanie własne

W celu dokładniejszego scharakteryzowania zaangażowania badanych zbadano zależność pomiędzy czasem oglądania a poszczególnymi czynnikami wchodzącymi w skład *Skali zaangażowania w seriale: I Podejmowaniem działania – czynnik behawioralny, II Odczuwalnym wpływem – czynnik emocjonalny oraz III Interakcjami społecznymi – czynnik poznawczy.*

Tabela 44. Wyniki badanych uzyskane w Skali Zaangażowania w Seriale w podziale na grupy stworzone na podstawie częstotliwości korzystania ze streamingu.

	Częstotliwość korzystania z platform				
	każdego dnia	3-5x w tygodniu	w weekendy	raz na 2 tygodnie	rzadziej/nie ogląda
<i>Skala Zaangażowania w Seriale</i>	3,156777	2,950977	2,700317	2,682332	2,195745
12-24. czynnik I <i>Podejmowane działania</i>	2,953846	2,594975	2,300952	2,445902	1,885106
12-24. czynnik II <i>Odczuwalny wpływ</i>	3,124542	2,998325	2,698413	2,683060	2,312057
12-24. czynnik III <i>Interakcje społeczne</i>	3,391941	3,259631	3,101587	2,918033	2,390071

Źródło: opracowanie własne

Istotną statystycznie okazała się różnica w wysokości wszystkich trzech czynników skali pomiędzy osobami korzystającymi ze streamingu każdego dnia lub 3 do 5 razy w tygodniu a grupą osób oglądających rzadziej niż raz na dwa tygodnie lub wcale.

Wyniki osób korzystających ze streamingu 3-5 razy w tygodniu lub częściej istotnie różniły się w zakresie *Podjęmowanych działań* od wyników osób korzystających z niego rzadziej niż raz na dwa tygodnie bądź nie korzystających z mediów strumieniowych. (Szczegółowe testy istotności zostały zaprezentowane w Tabeli 45.). Dane pozwalają na wnioskowanie, że respondenci częściej korzystający ze streamingu mają większą trudność w dawkowaniu sobie przyjemności wynikającej z oglądania serialu i zdystansowania się od jego treści. Osoby te dostrzegały większą tendencją do *binge-watchingu* i wzmożoną trudność w kontroli własnych praktyk konsumenckich. Deklarowali oni, że oglądają zbyt wiele odcinków serialu na raz, a sama konsumpcja treści strumieniowych pochłaniała im więcej czasu niż planowali. Ponadto treści serialu oddziaływały na nich długofalowo. Respondenci częściej korzystający ze streamingu mieli większą tendencję do rozmyślania o obejrzanych odcinkach i byli bardziej zmotywowani do kontynuowania oglądania w celu poznania dalszych losów bohaterów.

Tabela 45. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy *Czynnikiem I* a częstotliwością korzystania ze streamingu

Czynnik I – <i>Podjęmowane działania</i>	Test Kruskala-Wallisa: $H(4, N=503) = 41,857779, p = ,000$				
	każdego dnia	3-5x tyg	w weekendy	raz na 2 tyg	rzadziej / nie ogląda
każdego dnia		0,159184	0,000192	0,051442	0,000000
3-5x tyg	0,159184		0,109056	1,000000	0,000034
w weekendy	0,000192	0,109056		1,000000	0,109593
raz na 2 tyg	0,051442	1,000000	1,000000		0,021487
rzadziej / nie ogląda	0,000000	0,000034	0,109593	0,021487	

Źródło: opracowanie własne

Analogiczną różnicę zaobserwowano w zakresie *Odczuwalnego wpływu*. (Szczegółowe testy istotności dla poszczególnych grup zostały zaprezentowane w Tabeli 46.) Dane pozwalają na wnioskowanie, że respondenci którzy częściej korzystali ze streamingu odczuwali silniejszy afekt emocjonalny w stosunku do oglądanych treści niż osoby korzystające z mediów strumieniowych rzadziej niż raz na 2 tygodnie. Deklarowały one silniejszą tendencję do identyfikowania się z przeżyciami bohatera – przeżywania jego rozterek i sukcesów. Ponadto znacznie częściej deklarowali oni, że w obserwowanych na ekranie sytuacjach dostrzegają podobieństwo do własnych przeżyć i doświadczeń.

Tabela 46. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy *Czynnikiem II* a częstotliwością korzystania ze streamingu

Czynnik II – Odczuwalny wpływ	Test Kruskala-Wallisa: H (4, N= 503) =32,45516 p =,0000				
	każdego dnia	3-5x tyg	w weekendy	raz na 2 tyg	rzadziej / nie ogląda
każdego dnia		1,000000	0,026055	0,096698	0,000014
3-5x tyg	1,000000		0,102148	0,360857	0,000042
w weekendy	0,026055	0,102148		1,000000	0,128941
raz na 2 tyg	0,096698	0,360857	1,000000		0,235551
rzadziej / nie ogląda	0,000014	0,000042	0,128941	0,235551	

Źródło: opracowanie własne

Również w *Czynniku III* wyniki osób częściej używających mediów strumieniowych istotnie różniły się od wyników respondentów deklarujących korzystanie z tej formy rozrywki rzadziej niż raz na dwa tygodnie. Wyniki tej pierwszej grupy pozwalają na wnioskowanie, że treści obserwowane w mediach strumieniowych wpływają na ich kontakty społeczne. Osoby te częściej dyskutowały na temat obejrzanych seriali z rodziną i znajomymi, a obejrzone treści stawały się elementem wspólnych doświadczeń społecznych. (Testy Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy *Interakcjami społecznymi* a częstotliwością korzystania ze streamingu zostały zaprezentowane w Tabeli 47.)

Tabela 47. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy *Czynnikiem III* a częstotliwością korzystania ze streamingu

Czynnik III <i>Interakcje społeczne</i>	Test Kruskala-Wallisa: H (4, N= 503) =33,31170 p =,0000				
	każdego dnia	3-5x tyg	w weekendy	raz na 2 tyg	rzadziej / nie ogląda
każdego dnia		1,000000	0,364072	0,054158	0,000002
3-5x tyg	1,000000		1,000000	0,277166	0,000009
w weekendy	0,364072	1,000000		1,000000	0,003059
raz na 2 tyg	0,054158	0,277166	1,000000		0,147985
rzadziej / nie ogląda	0,000002	0,000009	0,003059	0,147985	

Źródło: opracowanie własne

6.5.2. Typy wybieranych produkcji a zaangażowanie w seriale

Przeprowadzone badania wykazały istotne statystycznie różnice pomiędzy typem wybieranych produkcji a wynikiem uzyskanym w *Skali zaangażowania w seriale* ($H = 7,419276$ $p = 0,048816$). Respondenci częściej oglądający seriale uzyskiwali wyniki wyższe (średni wynik 2,89) niż osoby preferujące filmy (średni wynik 2,65) lub inne produkcje (średni wynik 2,66) dostępne w telewizji strumieniowej, tym samym możemy założyć, że konsumpcja tego typu treści wiąże się z większym zaangażowaniem badanych niż w przypadku pozostałych programów.

Uzyskane wyniki pozwalają na wnioskowanie, że respondenci chętniej wybierający seriale charakteryzują się silniejszą potrzebą korzystania z medium i spędzania większej ilości czasu na oglądaniu i rozmyślaniu na temat produkcji niż osoby wybierające filmy. Mocniej identyfikują się oni z przeżyciami bohatera i bardziej odnoszą je do własnego życia. Można założyć, że respondenci wybierający seriale mają większą tendencję doprowadzenia rozmów na temat konsumowanych treści strumieniowych niż osoby częściej oglądające filmy. Szczegółowe wyniki testu istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy typem wybieranej produkcji a zaangażowaniem badanych zostały zaprezentowane w Tabeli 48.

Tabela 48. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy typem wybieranych produkcji a zaangażowaniem badanych

Wynik ogólny (SZS)	Test Kruskala-Wallisa: H (2, N= 499) =7,419276 p =,0245		
	filmy fabularne	seriale	inne
filmy fabularne		0,048816	1,000000
seriale	0,048816		0,360553
inne	1,000000	0,360553	

Źródło: opracowanie własne

Tabela 49. Typ wybieranych produkcji a zaangażowanie badanych

	seriale	filmy fabularne	inne
Wynik ogólny	2,895650	2,650725	2,668199
12-24. czynnik I	2,589947	2,289130	2,406897
12-24. czynnik II	2,902998	2,684783	2,839080
12-24. czynnik III	3,194004	2,978261	2,758621

Źródło: opracowanie własne

Szczegółowe analizy zależności pomiędzy wynikami uzyskanymi w poszczególnych czynnikach a typem wybieranych produkcji wykazały, że osoby częściej oglądające serie uzyskały istotnie wyższe wyniki w czynniku i – *Podejmowanie działania – czynnik behawioralny* niż grupy preferujące filmy fabularne lub inne typy produkcji (tabela 50.). Szczegółowe wyniki respondentów uzyskane w poszczególnych czynnikach skali prezentuje Tabela 49. Na tej podstawie możemy wnioskować, że wybieranie seriali przyczynia się do kompulsywnego oglądania. Wybór tego typu produkcji zwiększa tendencję do *binge-watchingu* i wiąże się ze zwiększeniem trudności w kontroli własnych praktyk konsumenckich. Warto zauważyć, że w przypadku zależności pomiędzy wybieranym typem produkcji a wynikami uzyskanymi w pozostałych czynnikach nie wykazano istotnych statystycznie różnic. Oznacza to, że zarówno filmy fabularne jak i inne typy produkcji dostępne w mediach strumieniowych w podobny sposób oddziałują na *czynnik emocjonalny* – odczuwanie

afektu w stosunku do konsumowanych treści, jak również *czynnik poznawczy* – ich treści przenikają do życia społecznego stając się ważnym elementem rozmów społecznych jednostki.

Tabela 50. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy typem wybieranych produkcji a *czynnikiem behawioralnym – Podejmowane działania*

Czynnik I	Test Kruskala-Wallisa: H (2, N= 499) =7,531124 p =,0232		
	filmy fab	seriale	inne
filmy fabularne		0,026594	1,000000
seriale	0,026594		0,798989
inne	1,000000	0,798989	

Źródło: opracowanie własne

6.5.3. Czas jednorazowego seansu a zaangażowanie

Badania wykazały istotną statystycznie zależność pomiędzy czasem spędzonym przed ekranem a wynikiem w *Skali zaangażowania* (Wyniki testu Kruskala-Wallisa dla powyższych zmiennych zaprezentowano w tabeli 52). Zgodnie z oczekiwaniami większa ilość czasu przeznaczanego na konsumpcję treści strumieniowych wiązała się z istotnie wyższym wynikiem ogólnym uzyskanym w *Skali zaangażowania* jak również we wszystkich trzech czynnikach skali: *behawioralnym, emocjonalnym oraz poznawczym* (Tabela 51.). Uzyskane wyniki pozwalają na wnioskowanie, że osoby poświęcające więcej czasu na ten typ rozrywki cechowały się większą tendencją do kompulsywnego oglądania i trudnością w dawkowaniu przyjemności wynikającej z oglądania. Ponadto praktyka ta wiązała się ze znacznym afektem emocjonalnym, odczuwanym w stosunku do oglądanych treści. Jak również treści strumieniowe stawały się ważnym tematem rozmów społecznych jednostki.

Tabela 51. Czas jednorazowego seansu a zaangażowanie w seriale respondentów

	do 60 min.	1-2h	2-3h	3h
Wynik Ogólny	2,499907	2,766722	3,085511	3,253909

	do 60 min.	1-2h	2-3h	3h
<i>Czynnik I</i>	2,115966	2,398010	2,819200	3,200000
<i>Czynnik II</i>	2,605042	2,774461	3,085333	3,197531
<i>Czynnik III</i>	2,778711	3,127695	3,352000	3,364198

Źródło: opracowanie własne

Tabela 52. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy czasem jednorazowego seansu a zaangażowaniem badanych

Wynik Ogólny (SZS)	Test Kruskala-Wallisa: H (3, N= 499) =54,20637 p =,0000			
	do 60 min	1-2 h	2-3 h	powyżej 3 h
do 60 min		0,013542	0,000000	0,000000
1-2 h	0,013542		0,001661	0,000204
2-3 h	0,000000	0,001661		1,000000
powyżej 3 h	0,000000	0,000204	1,000000	

Źródło: opracowanie własne

6.5.4. Liczba oglądanych po rząd odcinków a zaangażowanie

W celu sprawdzenia związku pomiędzy zaangażowaniem badanych a ilością oglądanych pod rząd odcinków porównano 3 grupy. Osoby oglądające 1-2 odcinki, osoby oglądające 3-4 odcinki, oraz osoby oglądające powyżej 4 odcinków. Badanie wykazało istnienie istotnych statystycznie różnic pomiędzy porównywanymi grupami. (Wyniki testu Kruskala-Wallisa dla powyższych zmiennych zaprezentowano w tabeli 54.) Im większa liczba oglądanych odcinków tym wyższy wynik ogólny w *Skali zaangażowania*. Przeprowadzona analiza nie wykazała istotnych statystycznie różnic pomiędzy ilością oglądanych odcinków a wynikami w poszczególnych czynnikach skali *Zaangażowania w oglądanie seriali* (Tabela 53).

Tabela 53. Ilość oglądanych odcinków a zaangażowaniem badanych

	1-2 odcinki	3-4 odcinki	powyżej 4 odcinków
Wynik ogólny (SZS)	2,591111	3,192840	3,256039
Czynnik I	2,172203	2,998889	3,391304
Czynnik II	2,646328	3,170370	3,130435
Czynnik III	2,954802	3,409259	3,246377

Źródło: opracowanie własne

Tabela 54. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy ilości oglądanych odcinków a zaangażowaniem badanych

Wynik ogólny (SZS)	Test Kruskala-Wallisa: H (2, N= 498) =73,79451 p =,0000		
	1-2 odcinki	3-4 odcinki	powyżej 4 odcinków
1-2 odcinki		0,000000	0,000243
3-4 odcinki	0,000000		1,000000
powyżej 4 odcinków	0,000243	1,000000	

Źródło: opracowanie własne

6.6. Postawa względem osób doświadczających problemów psychologicznych

Pomimo braku odnotowanych różnic w zakresie reprezentowanej postawy a praktykami oglądania, dalsze analizy wykazały, istnienie statystycznych różnic w postawie reprezentowanej przez osoby zaznajomione z poszczególnymi produkcjami, telewizji strumieniowej.

Badani którzy oglądali seriale: *Euforia*, *Sex Education*, *Ginny & Georgia* *I am not okay with this* cechowali się większym zaangażowaniem i bardziej pozytywną postawą względem osób dotkniętych problemami psychologicznymi niż osoby nie oglądające tych produkcji. Osoby zaznajomione z powyżej wymienionymi produkcjami uzyskały istotnie statystycznie wyższe wyniki w *Skali Zaangażowania w Seriale* oraz niższe wyniki w i czynniku *Skali Postaw Wobec Problemów Psychologicznych – Przekonania*.

Szczegółowe testy istotności dla poszczególnych seriali zostały zaprezentowane w Tabelach 55- 58.

Wykazaną zależność można wytłumaczyć faktem, że wymienione seriale w większym stopniu niż pozostałe poddane analizom produkcji koncentrują się na problemach zdrowia psychicznego. Widzowi został w nich zaprezentowany szerszy kontekst trudności bohatera ukazujący etiologię problemu, reakcje otoczenia czy indywidualne dla każdej postaci stosowane przez nią techniki zaradcze. Problemy w nich zaprezentowane nie stanowią jedynie wątku urozmaicającego fabułę lecz główny motyw serialu. Można przypuszczać, że takie podejście pozwala odbiorcy na lepsze zrozumienie analizowanych zagadnień a co za tym idzie zwiększenie jego wiedzy i obniżenie uprzedzeń, na co wskazują zaprezentowane poniżej dane.

6.6.1.1. *Euforia*

Przeprowadzone analizy wykazały, że badani oglądający serial *Euforia* uzyskali istotnie statystycznie wyższe wyniki we wszystkich trzech czynnikach *Skali zaangażowania w seriale* w porównaniu z badanymi nie oglądający tej produkcji. Dodatkowo widzowie serialu *Euforia* cechowali się istotnie niższym wynikiem w czynniku i (*Przekonania*) *Skali Postaw Wobec Problemów Psychologicznych* niż badani nie oglądający tego serialu.

Tabela 55. Test istotności statystycznej u Manna-Whitneya dla serialu *Euforia*

Zmienna	Test u Manna-Whitneya Względem zmiennej: <i>Euforia</i>	
	Z popraw	p
<i>SZS – czynnik I – Podejmowane działania</i>	-5,33500	0,000000
<i>SZS – czynnik II – Odczuwalny wpływ</i>	-7,94460	0,000000
<i>SZS – czynnik III – Interakcje społeczne</i>	-5,06425	0,000000
<i>SZS – Wynik ogólny</i>	-7,83028	0,000000
<i>SPWPP – Przekonania</i>	4,08225	0,000045
<i>SPWPP – Wiedza</i>	-0,88827	0,374396

Źródło: opracowanie własne

Serial *Euforia* prezentuje głównych bohaterów jako osoby doświadczające trudności. Ponadto w prawie każdym przypadku widz poznaje kontekst rodzinny i przyczyny, które doprowadziły do rozwinięcia u postaci trudności. Przykładowo główna bohaterka Rue Bennett mierzy się z uzależnieniem od narkotyków, do którego doprowadziła ją trudność w poradzeniu sobie z chorobą nowotworową a następnie śmiercią taty. Łatwy dostęp do podawanych ojcu leków przy równoczesnym braku wsparcia ze strony pograżonej w żałobie rodziny skutkuje eskalacją problemu a sama nastolatka trafia na odwyk. *Euforia* prezentuje reakcje otoczenia zarówno matki, siostry jak i przyjaciół czy znajomych bohaterki. Ponadto widz obserwuje na ekranie dynamikę uzależnienia, próby zaprzestania brania substancji i powroty do nałogu, niejednokrotnie motywowane chęcią poradzenia sobie z kolejnymi napotykanymi trudnościami.

Problem bohaterki został szczegółowo zaprezentowany i stanowi jeden z ważniejszych motywów serialu. Taka prezentacja przeżyć bohatera może przyczyniać się do zwiększonego zaangażowania odbiorcy. Znając kontekst psychologiczny funkcjonowania bohaterki ma on możliwość lepiej zrozumieć i umotywować jej działania. Ponadto obserwowane zmagania bohaterów wywołują stres i napięcie widza, który kibicuje im czekając na rozwiązanie problemów.

6.6.1.2. *Ginny & Georgia*

Badania wykazały, że respondenci zaznajomieni z produkcją *Ginny & Georgia* uzyskali istotnie statystycznie wyższe wyniki we wszystkich trzech czynnikach *Skali zaangażowania w seriale* niż badani nie oglądający tego serialu. Ponadto badani oglądający *Ginny & Georgia* cechowali się istotnie statystycznie niższym wynikiem w czynniku i (*Przekonania*) *Skali Postaw Wobec Problemów Psychologicznych* niż osoby go nie oglądające.

Tabela 56. Test istotności statystycznej u Manna-Whitneya dla serialu *Ginny & Georgia*

Zmienna	Test u Manna-Whitneya Względem zmiennej: <i>Ginny & Georgia</i>	
	Z popraw.	p
SZS – czynnik I – <i>Podejmowane działania</i>	-4,48185	0,000007
SZS – czynnik II – <i>Odczuwalny wpływ</i>	-5,03035	0,000000
SZS – czynnik III – <i>Interakcje społeczne</i>	-2,11716	0,034247
SZS Wynik ogólny	-4,95490	0,000001
SPWPP <i>Przekonania</i>	2,42493	0,015312
SPWPP <i>Wiedza</i>	-0,22845	0,819297

Źródło: opracowanie własne

Tytułowe bohaterki Ginny i Georgia to matka i córka, których losy stanowią główny wątek fabuły. Odbiorca serialu za pomocą licznych retrospekcji poznaje skomplikowane losy Georgi Miller, które pośrednio stanowią uzasadnienie jej sposobu funkcjonowania oraz decyzji podejmowanych jako matka. Georgia, która doświadczyła szeregu trudnych zdarzeń w dzieciństwie jak aresztowanie ojca, uzależnienie matki czy bycie wykorzystywaną seksualnie przez ojczyma prezentuje szereg dezadaptacyjnych zachowań, które przekładają się na jej styl funkcjonowania i wychowanie dzieci. Ciągłe przeprowadzki, kolejni partnerzy i niekonwencjonalne podejście matki sprawiają, że Ginny czuje się zagubiona w świecie podejmując niekonstruktywne działania jak kradzież, ucieczka z domu czy samookaleczenia. Młody odbiorca obserwuje losy bohatererek ukazane z różnych perspektyw. Taki szeroki obraz doświadczanych przez nie trudności pozwala na empatyzowanie z nimi, przyczyniając się do zaobserwowania ciągu przyczynowo-skutkowego prowadzącego do rozwoju trudności. Zabieg ten pozwala na poszerzenie wiedzy widza na temat problemów psychologicznych reprezentowanych przez bohaterki serialu jak również lepsze zrozumienie samych postaci. Jak wykazują badacze empatia, refleksja nad doświadczeniami psychicznymi innych oraz próba zrozumienia ich perspektywy i emocji zmniejsza prawdopodobieństwo automatycznego uruchamiania własnych uprzedzeń⁷⁰² Czym można uzasadnić istotnie statystycznie niższy wynik

⁷⁰² K. Arcimowicz, *Antybohaterowie neoseriali...* s.41-42.

osób oglądach serial w *Skali Postaw Wobec Problemów Psychologicznych*, wskazujący na mniejsze uprzedzenia badanych w stosunku do osób doświadczających trudności psychicznych.

6.6.1.3. *I am not okey with this*

Przeprowadzone analizy wykazały, że badani oglądający serial *I am not okey with this* uzyskali istotnie statystycznie wyższe wyniki w II i III czynniku *Skali zaangażowania w seriale* niż badani nie oglądający tej produkcji. Dodatkowo respondenci oglądający serial *I am not okey with this* cechowali się istotnie statystycznie niższym wynikiem w czynniku I (*Przekonania*) *Skali Postaw Wobec Problemów Psychologicznych* niż badani nie oglądający tego serialu.

Podobnie jak w przypadku seriali opisanych powyżej *I am not okey with this* znaczną uwagę poświęca problemom psychologicznym głównej bohaterki – Sydney Novak. Dziewczyna zmagą się z żałobą po śmierci ojca a z matką łączy ją napięta relacja. Ponadto bohaterka odkrywa świat pierwszych relacji, zakochując się w swojej najlepszej przyjaciółce czy budując przyjaźń z chłopcem z sąsiedztwa. Sydney jest ukazana przez pryzmat uniwersalnych problemów psychologicznych obserwowanych w okresie nastoletnim, które widz może się łatwo zrozumieć czy się z nimi utożsamić. Ten sposób przedstawienia bohatera przyczynia się normalizacji problemów i ukazaniu ich jako powszechne doświadczenie.

Tabela 57. Test istotności statystycznej u Manna-Whitneya dla serialu *I am not okey with this*

Zmienna	Test u Manna-Whitneya	
	Z popraw.	p
SZS – czynnik I – <i>Podjmowane działania</i>	-1,84416	0,065160
SZS – czynnik II – <i>Odczuwalny wpływ</i>	-2,27994	0,022612
SZS – czynnik III – <i>Interakcje społeczne</i>	-2,18704	0,028740
SZS Wynik ogólny	-2,68314	0,007294
SPWPP <i>Przekonania</i>	2,83565	0,004574
SPWPP <i>Wiedza</i>	1,21487	0,224415

6.6.1.4. Sex Education

Uzyskane wyniki wykazują, że ankietowani oglądający serial *Sex Education* uzyskali istotnie statystycznie wyższe wyniki we wszystkich trzech czynnikach *Skali zaangażowania w seriale* niż badani nie oglądający tej produkcji. Co więcej osoby oglądające serial *Sex Education* cechowały się istotnie statystycznie niższym wynikiem w czynniku i (*Przekonania*) *Skali Postaw Wobec Problemów Psychologicznych* niż badani nie oglądający tego serialu (por. Rozdział 3.6.). *Sex Education* jest serialem, który został stworzony w celu podnoszenia tematów edukacji seksualnej i odpowiedzialnego odpowiadania o problemach seksualnych, których doświadczają młodzi bohaterowie. Jego założeniem było zarówno dostarczenie widzom wiedzy jak i rozrywki. Takie podejście do konstrukcji serialu znacząco wpłynęło na jego wygląd. Każdy odcinek prezentuje innego bohatera i jego zmagania w kwestii seksualności. Powyższa formuła serialu bezpośrednio przełożyła się na uzyskane wyniki, które wykazały, że to właśnie osoby oglądające go cechowały się najwyższą wiedzą i najbardziej pozytywną postawą względem osób doświadczających trudności psychologicznych.

Tabela 58. Test istotności statystycznej u Manna-Whitneya dla serialu *Sex Education*

Zmienna	Test u Manna-Whitneya Względem zmiennej: <i>Sex Education</i>	
	Z popraw.	p
SZS – czynnik I – <i>Podejmowane działania</i>	-4,05561	0,000050
SZS – czynnik II – <i>Odczuwalny wpływ</i>	-5,78086	0,000000
SZS – czynnik III – <i>Interakcje społeczne</i>	-4,85891	0,000001
SZS Wynik ogólny	-6,43649	0,000000
SPWPP <i>Przekonania</i>	2,14802	0,031713
SPWPP <i>Wiedza</i>	-0,50416	0,614147

6.7. Podsumowanie

W rozdziale szóstym zaprezentowane zostały wyniki badań własnych dotyczące sposobu prezentacji problemów zdrowia psychicznego w popularnych serialach dostępnych w telewizji strumieniowej, praktyk korzystania z mediów strumieniowych przez przedstawicieli młodego pokolenia jak również ich wiedzy oraz postaw wobec problemów psychologicznych.

Zaprezentowane badania składały się z kilku elementów: analizy zawartości przeprowadzonej pod kątem prezentacji problemów psychologicznych w dziesięciu popularnych wśród odbiorców serialach dostępnych za pośrednictwem telewizji strumieniowej oraz badań ankietowych CAWI zrealizowanych wśród przedstawicieli pokoleń cyfrowych (Y,Z). Przeprowadzenie powyższych badań zostało poprzedzone analizą danych zastanych, która umożliwiły lepsze ich przygotowanie i realizację..

Dane zebrane w wyniku badań stały się dodatkowymi argumentami pozwalającymi uzasadnić hipotezy postawione na początku pracy, a w następnym kroku zostały wykorzystane do scharakteryzowania dyskursu medialnego na temat zdrowia psychicznego zawartego w mediach strumieniowych oraz wnioskowania na temat wpływu treści tych treści na wiedzę i postawy badanych wobec problemów zdrowia psychicznego.

Podsumowując rozważania wynikające zarówno z przeprowadzonych badań, jak i z faktograficznej i metodologicznej podstawy przedstawionej we wcześniejszych rozdziałach, można stwierdzić, że zdrowie psychiczne stanowi popularny temat współczesnych seriali dostępnych na platformach strumieniowych. Cyfrowa rewolucja i gwałtowny rozwój streamingu sprawiły, że medium to zyskuje coraz większą popularność wśród odbiorców, a młodzi użytkownicy korzystają z niego w nowy, bezprecedensowy sposób. Treści konstruowane na potrzeby tego medium również uległy znaczącym zmianom, co wpływa na sposób w jaki oddziałują one na swoich odbiorców. i chociaż niemożliwym jest jednoznaczne stwierdzenie, iż to właśnie media strumieniowe są odpowiedzialne za zmiany w postrzeganiu zdrowia psychicznego, nie można zbagatelizować ich wpływu na to zagadnienie. Przeprowadzone badania wykazały istotne trendy, których głębsze zbadanie przyczyni się do lepszego zrozumienia postępujących zmian.

Zakończenie

Podstawowym założeniem niniejszej dysertacji było określenie dyskursu mediów na temat problemów zdrowia psychicznego zawartego w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej oraz wtórne oszacowanie jego wpływu na wiedzę i postawy przedstawicieli pokoleń cyfrowych. Zaprezentowany w poprzednich rozdziałach wieloetapowy proces badawczy, składający się z analizy danych zastanych, analizy zawartości seriali dostępnych w mediach strumieniowych pod kątem prezentacji problemów psychologicznych, a także przeprowadzenia ankiety internetowej CAWI wśród przedstawicieli pokoleń cyfrowych, umożliwił realizację głównego celu badawczego jak również celi szczegółowych. Zaprezentowany proces badawczy pozwolił na uzyskanie odpowiedzi na postawione pytania badawcze jak również weryfikację sformułowanych na początku pracy hipotez, co zostało zaprezentowane poniżej.

Weryfikacja hipotez

Ze względu na obszerność zgromadzonego w poprzednich rozdziałach materiału, w celu zachowania przejrzystości pracy główną osią podsumowania uczyniono weryfikację hipotezy głównej, brzmiącej: *Seriale wpływają na wiedzę i postaw młodych odbiorców względem zdrowia psychicznego*, która bezpośrednio koresponduje z głównym pytaniem badawczym: *Czy seriale dostępne w telewizji strumieniowej stanowią czynnik wpływu na wiedzę i postawy młodych odbiorców na temat zdrowia psychicznego?* W celu potwierdzenia jej mocy dowodowej konieczne było spełnienie warunków określonych w hipotezach szczegółowych, które pełnią w stosunku do niej funkcję służebną, a ich pozytywna weryfikacja przyczyniła się do wzmocnienia oraz naukowego potwierdzenia jej zasadności. Zaprezentowana poniżej weryfikacja hipotez bazuje na wynikach badań empirycznych oraz poprzedzającej je analizie danych zastanych. W pierwszej kolejności zweryfikowane zostały hipotezy szczegółowe, po których nastąpiło przejście

do hipotezy głównej. Przy opisie weryfikacji poszczególnych hipotez autorka odniosła się do celów i pytań badawczych związanych z poszczególnymi hipotezami. Omawiane zagadnienia zawierają przypisy do konkretnych ustaleń z badań własnych, aby można było zapoznać się z szerszym kontekstem pracy i wynikami prowadzącymi do poszczególnych wniosków.

Hipoteza 1. Znacząca większość produkcji telewizji strumieniowej prezentuje bohaterów zmagających się z problemami psychologicznymi

Hipoteza 1 dotyczy częstotliwości prezentowania problemów psychologicznych w serialach dostępnych za pomocą telewizji strumieniowej, co wskazuje na pytanie o istotną zależność pomiędzy sposobem kształtowania przekazu omawianego medium, a problemami społecznymi o charakterze psychologicznym.

Odwołując się do wspomnianych w przeglądzie literatury zmian gatunkowych serialu, warto zauważyć, że tematyka neoseriali coraz częściej podejmuje próbę zilustrowania życia współczesnych ludzi, zarówno ich różnorodnych postaw czy zachowań, jak i przemian społeczno-kulturowych⁷⁰³. Ewolucji uległ zwłaszcza sposób prezentacji bohaterów. Stali się oni mniej jednoznaczni i bardziej ludzcy, a co za tym idzie, nieobce są im problemy i kłopoty. Co więcej, doświadczona w przeszłości trauma, trudna sytuacja życiowa czy finansowa, niejednokrotnie stanowi kontekst tłumaczący aktualne zachowania czy wybory dokonywane przez bohatera⁷⁰⁴. Wspomniane zmiany gatunkowe budzą również zainteresowanie badaczy i wpływają na pojawianie się kolejnych publikacji analizujących treść poszczególnych seriali i ich potencjalny wpływ na dobrostan psychiczny młodych odbiorców, którzy podejmują się formułowania wytycznych dotyczących sposobów w jaki należy mówić o zdrowiu psychicznym w przekazie kierowanym do młodego widza (por. Rozdział 3.7.).

Wysunięcie tej hipotezy koresponduje z przywołanymi w rozdziale trzecim cechami współczesnych seriali (por. Rozdział 3.3.), (które oprócz dostarczania swoim odbiorcom rozrywki stanowią ważną refleksję na temat świata ich doświadczeń) i pozwala na założenie, że obserwowany wśród przedstawicieli młodego pokolenia kryzys zdrowia psy-

⁷⁰³ E. Konieczna, *Seriale i ich odbiór...* s. 85.

⁷⁰⁴ K. Arcimowicz, *Antybohaterowie neoseriali – gra...* s. 35.

chicznego (por. Rozdział 3.7.), znajduje odzwierciedlenie również w produkcjach telewizji strumieniowej.

W kontekście testowanej hipotezy przeprowadzone badania pozwoliły na określenie zakresu problemów psychologicznych prezentowanych w serialach dostępnych na platformach streamingowych wykazując, że stanowią one ważny wątek neoseriali jak również udzielenie odpowiedzi na postawione na początku rozprawy pytanie badawcze: P1.- Czy bohaterowie seriali dostępnych na platformach streamingowych często zmagają się z problemami natury psychicznej? Która została zaprezentowana poniżej.

Trudności psychiczne pojawiają się we wszystkich analizowanych produkcjach i stanowią doświadczenie blisko 1/3 bohaterów w nich występujących (29,25%). Znacznie częściej dotyczą postaci pierwszoplanowych (68%), jednak nie omijają i tych mniej istotnych dla produkcji (32%).

Co więcej rozpowszechnienie powyższej tematyki w serialach dostrzegają sami odbiorcy. 75% badanych zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że problemy zdrowia psychicznego stanowią częsty wątek współczesnych produkcji. Zgłębiając sposób prezentacji problemów psychologicznych w serialach należy zaznaczyć, że częściej dotyczyły one dzieci i młodzieży niż osób dorosłych (63% wszystkich młodych bohaterów). Podejmując próbę wyjaśnienia tego zjawiska, szczególną uwagę należy skierować na odbiorców powyższych treści. Seriale tworzone z myślą o młodym odbiorcy w głównych rolach obsadzają postacie, z którymi widz może się identyfikować, również ze względu na wiek. Wczesna dorosłość to czas intensywnych zmian: fizjologicznych, psychologicznych i społecznych. Brak efektywnej adaptacji do nowych warunków, sprzyja zaburzeniu homeostazy organizmu, przejawiającym się obniżonym dobrostanem psychicznym, czy stosowaniem niekonstruktywnych technik radzenia sobie z nową sytuacją.

Ponadto, jak wykazano w drugim rozdziale rozprawy (por. Rozdział 2.2.2) , raporty na temat stanu zdrowia psychicznego podkreślają, że pokolenie Z (będące głównym adresatem analizowanych treści streamingowych) znacznie częściej doświadcza trudności i korzysta ze specjalistycznej pomocy w zakresie zdrowia psychicznego, niż wcześniejsze pokolenia będąc w tym samym wieku. Jak wynika ze sprawozdania z posiedzenia

w sprawie zdrowia psychicznego w Parlamencie Europejskim⁷⁰⁵, w państwach Unii Europejskiej zaburzenia w tym zakresie dotyczą dziewięciu milionów młodych osób⁷⁰⁶. Badania OECD (Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju) wykazują, że 62,5% wszystkich problemów psychologicznych zaczyna się przed ukończeniem 25 lat⁷⁰⁷. Nie dziwi zatem, że twórcy chcąc stworzyć bohaterów, z którymi widz będzie mógł się identyfikować, wiele uwagi poświęcili zdrowiu psychicznemu.

Dane pozyskane w badaniach wykazują korelację pomiędzy płcią bohatera, a doświadczanymi przez niego trudnościami. W analizowanym materiale kobiety znacznie częściej były portretowane jako osoby zmagające się z problemami psychologicznymi. Ta serialowa rzeczywistość częściowo znajduje odzwierciedlenie w prawdziwym świecie, gdzie kobiety 10-20 razy częściej korzystają z pomocy psychologicznej niż mężczyźni⁷⁰⁸. Chociaż jak wykazuje analiza danych zastanych zachorowalność na choroby psychiczne jest porównywalna w obu grupach, to kobiety wypowiadają się w tej kwestii bardziej otwarcie i częściej poszukują wsparcia w zakresie zdrowia psychicznego, przez co można odnieść wrażenie że częściej ich doświadczają⁷⁰⁹.

Przeprowadzone analizy wykazały, że najwięcej trudności doświadczali bohaterowie seriali, których tematyka z założenia koncentruje się na problemach młodych ludzi i ma charakter psychoedukacyjny (jak *Sex Education*, gdzie jest to 62% wszystkich postaci). Jednak interesującym jest występowanie bohaterów zmagających się z problemami psychologicznymi w serialach o odmiennej tematyce, gdzie liczba takich postaci była mniejsza i wahała się od 11% do 36%.

Konkludując należy uznać, iż hipoteza została zweryfikowana pozytywnie. Zdrowie psychiczne jest częstym tematem seriali dostępnych na platformach streamingowych, na co wykazuje zarówno analiza danych zastanych, przeprowadzona analiza zawartości,

⁷⁰⁵ Parlament Europejski, *Sprawozdanie w sprawie zdrowia psychicznego*, Komisja Ochrony Środowiska Naturalnego, Zdrowia Publicznego i Bezpieczeństwa Żywności 17.11.2023, s.10, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0367_PL.html (dostęp: 25.11.24)

⁷⁰⁶ w wieku 10- 19 lat

⁷⁰⁷ OECD i Komisja Europejska, *Health at a Glance: Europe 2022: State of Health in the EU Cycle*, OECD Publishing, Paryż, 2022. https://www.oecd.org/en/publications/health-at-a-glance-europe-2022_507433b0-en.html (dostęp: 10.01.23)

⁷⁰⁸ European Commission, *EU comprehensive approach to mental health*; https://health.ec.europa.eu/non-communicable-diseases/mental-health_en (dostęp: 15.06.24)

⁷⁰⁹ Z jednej strony psychologowie argumentują, że powyższy stan rzeczy wynika m.in. ze zmian hormonalnych czy presji społecznej jakiej doświadczają kobiety, z drugiej z większego przyzwolenia w społeczeństwie na wyrażanie przez nie emocji czy prośbie o pomoc, co w odniesieniu do mężczyzn niejednokrotnie jest uznawane za słabość. (Por 6.2.1.)

jak również subiektywna ocena odbiorców. Ponadto weryfikacja powyższej hipotezy pozwoliła na udzielenie odpowiedzi na pierwsze pytanie badawcze (P1.) jak również realizację pierwszego celu szczegółowego rozprawy (C1.) jakim była *ocena częstotliwości tematyki problemów psychologicznych w treściach medialnych kierowanych do młodych odbiorców*.

Hipoteza 2: Bohaterowie seriali stosują różnorodne techniki radzenia sobie z problemami psychologicznymi, nie zawsze konstruktywne

Hipoteza 2 odnosi się do prezentowanych przez media strumieniowe różnorodnych technik radzenia sobie z doświadczanymi problemami psychologicznymi. Założono, że sposób ukazania postaci w serialach dostępnych na platformach streamingowych wpływa na wiedzę odbiorców na temat możliwych działań podejmowanych w celu poradzenia sobie z trudną sytuacją. Konkretnie techniki stosowane przez bohaterów podzielono na dwie kategorie: konstruktywne – czyli takie, które w rzeczywistości zostały uznane za skuteczne w radzeniu sobie z problemami (jak profesjonalne wsparcie psychologiczne i psychiatryczne czy poszukiwanie pomocy u osób z najbliższego otoczenia) oraz niekonstruktywne – mające na celu unikanie myślenia o problemie, chwilową poprawę samopoczucia czy dezadaptacyjne odreagowanie nagromadzonych emocji (jak stosowanie środków odurzających, zachowania agresywne czy autoagresywne).

Zaprezentowana poniżej weryfikacja powyższej hipotezy stanowi bezpośrednią odpowiedź na trzecie pytanie badawcze: P2. – Jakie strategie radzenia sobie z problemami psychicznymi stosują bohaterowie seriali? Czy są one konstruktywne, czy niekonstruktywne?

Jak wykazano w rozdziale czwartym, seriale niejednokrotnie stanowią źródło wiedzy o otaczającym świecie, budują hierarchię wartości i pokazują konkretne postawy względem problemów. W tym kontekście obserwacja bohatera doświadczającego trudności psychologicznych dostarcza odbiorcy informacji na temat samopoczucia oraz działań podejmowanych przez osobę będącą w kryzysie. Wiedza ta może stanowić dla widza zarówno inspirację jak i przestrożę, a wtórnie przełożyć się na dokonywane przez niego wybory (por. Rozdział 4.). Dlatego z punktu widzenia rozprawy istotnym było określenie technik zaradczych stosowanych przez bohaterów seriali streamingowych.

Przeprowadzone analizy wykazały, że zdecydowana większość bohaterów doświadczających problemów (82,3%) nie podejmuje specjalistycznego leczenia, a jedynie nieliczni (17%) korzystają z pomocy psychiatry bądź psychologa. Co więcej, jedna trzecia wszystkich dotkniętych zaburzeniami bohaterów wybiera niekonstruktywne techniki zaradcze, łamiące ogólnie przyjęte normy społeczne. W celu odreagowania trudności stosują oni przemoc (51%), czy używają substancji zmieniających stan świadomości jak alkohol lub narkotyki (30%).

Blisko połowa postaci radzi sobie z problemem przy pomocy innych akceptowanych społecznie metod. Nie korzysta ze specjalistycznej pomocy, ani nie stosuje działań unikowych, mających oddalić pojawiające się w związku z problem negatywne emocje. Głównym czynnikiem pomagającym w pokonaniu trudności jest zaangażowanie otoczenia. W tym miejscu należy podkreślić rolę osób trzecich: przyjaciół, rodziców i nauczycieli, których wsparcie pozwala bohaterowi na uporanie się z trudnościami. Zarówno w przekazie strumieniowym jak i w życiu, troska i zaangażowanie środowiska znacznie przyczynia się do pozytywnego wyjścia z kryzysu⁷¹⁰. Istotę tej formy wsparcia podkreśla WHO, postulując włączenie w działania pomocowe środowiska osoby będącej w potrzebie⁷¹¹.

W analizowanych serialach blisko 70% bohaterów doświadcza wsparcia otoczenia, a ich rodziny, koledzy czy nauczyciele są aktywnie zaangażowani w pomoc bohaterowi. W 16% przypadków osoby z najbliższego otoczenia nie wiedzą o doświadczanych trudnościach, natomiast jedynie w 2% pomimo posiadanej wiedzy nie podejmują działań pomocowych. Przedstawienie na ekranie roli, jaką w pokonywaniu trudności odgrywają inni ludzie, pokazuje młodemu odbiorcy najszybsze i najbardziej dostępne rozwiązanie, jakim jest zwrócenie się o pomoc do innych osób.

Analizując sytuację bohatera doświadczającego trudności, w 45% przypadków widza poczucie, że na przestrzeni kolejnych odcinków bohater radzi sobie z problemem,

⁷¹⁰ World Health Organisation, *Guidance on community mental health services: promoting person-centred and rights-based approaches*, 2021, <https://www.who.int/publications/i/item/9789240025707> (dostęp: 06. 07.24)

⁷¹¹ Parlament Europejski, *Sprawozdanie w sprawie zdrowia psychicznego (2023/2074(INI))*, A9-0367/2023, Komisja Ochrony Środowiska Naturalnego, Zdrowia Publicznego i Bezpieczeństwa Żywności 17.11.2023, s.34, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0367_PL.html (dostęp: 25.11.24)

w 27,5% bohater zdecydowanie sobie nie radzi, natomiast w 27,5% problem ani nie znajduje rozwiązania, ani nie staje się dla niego bardziej uciążliwy.

Warto zwrócić uwagę również na korzyści i konsekwencje jakie generuje problem w życiu dotkniętej nim postaci. Jak zakłada podejście systemowe w terapii rodzin, problem jednej osoby wpływa na cały system rodzinny, niejednokrotnie przynosząc mu korzyści⁷¹². Tymczasem tylko 9,4% serialowych bohaterów czerpało korzyści ze swojego problemu, 77,3% doświadczało jego negatywnych konsekwencji, w pozostałych przypadkach widz nie uzyskuje na ten temat informacji.

Podsumowując, można pozytywnie zweryfikować hipotezę, że bohaterowie seriali młodzieżowych stosują różnorodne techniki radzenia sobie z problemami psychologicznymi. Choć tylko nieliczni korzystają ze specjalistycznej pomocy psychologicznej lub psychiatrycznej, w niemal połowie analizowanych przypadków widz odnosi wrażenie, że dana postać skutecznie poradziła sobie z doświadczanym kryzysem. W przypadku 1/3 postaci występują zachowania niekonstruktywne, takie jak łamanie prawa czy ogólnie przyjętych zasad moralnych. Pozytywnym jednak jest fakt, że zdecydowana większość bohaterów doświadcza wsparcia otoczenia. Warto również zauważyć, że problemy psychologiczne bardzo rzadko są przedstawiane jako przynoszące korzyść i w zdecydowanej większości wiążą się z negatywnymi konsekwencjami. Zaprezentowana powyżej weryfikacja hipotezy drugiej przyczynia się do realizacji drugiego celu szczegółowego rozprawy, jakim było: C2. – *Scharakteryzowanie sposobu prezentacji problemów psychologicznych w serialach młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej*, gdyż działania zaradcze podejmowane przez bohaterów doświadczających kryzysów psychologicznych są integralnym elementem tej prezentacji i wpływają na sposób ukazywania zarówno samych trudności, jak i możliwych reakcji na nie.

Hipoteza 3: Do najczęściej portretowanych w serialach problemów psychologicznych należą Zespół Stresu Pourazowego (PTSD), uzależnienia, trudności relacyjne, depresja, żaloba

⁷¹² Systemowa terapia rodzin zakłada, że osoba dotknięta problemem to *pacjent identyfikowany*, a doświadczane przez niego trudności mogą przynosić korzyść rodzinie. Np. Skłócenie rodzice w obliczu problemów dziecka jednoczą się. Dziecko odczuwające samotność i brak zainteresowania ze strony najbliższych zyskuje ich uwagę. Problemy psychiczne mogą też pomóc uniknąć trudnych sytuacji w środowisku szkolnym. np. hospitalizacja pozwala na uniknięcie konfrontacji z rówieśnikami. Por.V. Satir, *Terapia rodziny. Teoria i praktyka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2000, s. 48-68.

W trzeciej hipotezie uwaga skupiona była na określeniu najczęściej portretowanych w serialach problemów psychologicznych, zakłada ona, że należą do nich: Zespół Stresu Pourazowego (PTSD), zachowania opozycyjno-buntownicze, uzależnienia, trudności relacyjne, depresja oraz żałoba. Jej weryfikacja została zrealizowana w oparciu o wyniki przeprowadzonej analizy zawartości, które następnie zostały zestawione z danymi pozyskanymi podczas analizy danych zastanych, co umożliwiło udzielenie odpowiedzi na piąte pytanie badawcze: P3. – Jakie problemy psychiczne są najczęściej portretowane w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej?

Jak wykazała weryfikacja pierwszej hipotezy (H1.), serialowi bohaterowie często są prezentowani jako osoby doświadczające problemów psychologicznych. Zabieg ten ma na celu nie tylko wzbogacenie fabuły, ale przede wszystkim wywołanie u widza emocji, które wpływają na zwiększenie jego zaangażowania. Z uwagi na fakt, że podstawowym zadaniem serialu jest dostarczenie rozrywki, a nie pełne przedstawienie kondycji psychicznej bohatera, z punktu widzenia pracy istotnym było przyjrzenie się, w jakim stopniu serialowa rzeczywistość pokrywa się z rozpowszechnieniem danego problemu w populacji, oraz jakie zaburzenia są najczęściej przedstawiane na ekranie (por. Rozdział 3.7.).

Przeprowadzone badania wykazały, że pomimo znacznej popularności tematyki zaburzeń psychicznych w analizowanych serialach, wątek ten nie zawsze jest prezentowany w wyczerpujący sposób. Większość produkcji jedynie sygnalizuje problem, nie poświęcając mu większej uwagi, a trudności nie w każdym przypadku są nazywane czy wiążą się z postawieniem diagnozy klinicznej. Spośród wszystkich bohaterów zakwalifikowanych jako doświadczający trudności, diagnozę posiada 22% postaci. W pozostałych przypadkach widz obserwuje zmagania bohatera, natomiast sam problem nie jest nazwany.

Do najczęstszych problemów, których doświadczali bohaterowie należały: Zespół Stresu Pourazowego (39%) trudności w relacjach (35%), zachowania opozycyjno-buntownicze (21%) problemy z tożsamością seksualną (16%) oraz żałoba (16%).

Przeprowadzona analiza zawartości wykazała, że doświadczenie silnie traumatyzującego wydarzenia w dzieciństwie (t.j. śmierć kogoś bliskiego, porzucenie przez rodzica, przemoc w rodzinie), jest najczęściej prezentowanym problemem i stanowi do-

świadczenie 39% serialowych bohaterów. To właśnie ono jest przedstawiane jako najczęstsze źródło aktualnych zmagania postaci. W następstwie traumy serialowi bohaterowie odczuwają lęk, obniżone poczucie własnej wartości, doświadczają problemów w szkole czy relacjach interpersonalnych jak również stosują zachowania agresywne czy autoagresywne. Szacuje się, że w populacji poważny uraz psychiczny na skutek którego może wystąpić zespół stresu pourazowego (PTSD) dotyka co trzecią osobę. Jak wykazują badania przeżycie traumy spełniającej kryteria DSM-V relacjonuje 60,3% mężczyzn i 50,3% kobiet⁷¹³. Ponadto badania kliniczne z 2022 roku wykazały, że 100% pacjentów hospitalizowanych w szpitalach psychiatrycznych przeżyło przynajmniej jedno silnie traumatyzujące doświadczenie w ciągu swojego życia⁷¹⁴. Mając na uwadze powszechność występowania PTSD w populacji warto zwrócić uwagę na sposób prezentacji tego zaburzenia w mediach. W serialach niejednokrotnie bywa ono spłycone lub dramatyzowane co może prowadzić do jego zaburzonego obrazu. Istnieje ryzyko, że młodzi odbiorcy będą postrzegać PTSD jako niezwykle ekstremalną przypadłość i nie szukać pomocy w przypadku mniej dramatycznych objawów niż te zaprezentowane w serialu.

Kolejnym najczęstszym problemem psychologicznym z jakim mierzą się bohaterowie seriali są trudności w relacjach (35%) oraz problemy wynikające z kształtowania własnej tożsamości seksualnej (16%). W psychologii są one klasyfikowane jako typowe problemy młodych dorosłych, zatem ich obecność w serialach tworzonych z myślą o młodym pokoleniu jest w pełni uzasadniona. Twórca klasycznej teorii rozwoju psychospołecznego, E. Erikson⁷¹⁵ podaje, że na każdym etapie życia człowiek doświadcza innych konfliktów-kryzysów, z którymi musi sobie poradzić, a pomyślne wyjście z każdego z nich wykształca zdolności adaptacyjne na wyższym poziomie i pozwala lepiej radzić sobie z kolejnymi kryzysami. Młodzi dorośli (18-40 lat), stają przed konfliktem *intymność vs. izolacja* polegającym na znalezieniu odpowiedzi na pytanie: *Czy jestem chciany i kochany?* w tym stadium rozwoju młoda

⁷¹³ A. Cebella, I. Łucka, *Zespół stresu pourazowego — rozumienie i leczenie*, „Via Medica – Psychiatria” t 4, nr 3, Gdańsk 2007, s. 128–137.

⁷¹⁴ M. Anczewska, D. Draczyńska, A. Nowakowska, *Analiza rozpowszechniania cPTSD (według ICD-11) wśród pacjentów hospitalizowanych w szpitalach psychiatrycznych*, XVIII KONFERENCJA TRZECH SEKCJI, TRÓJKONFERENCJA: Psychoterapia wobec wyzwań zmieniającego się świata, 13-15.10.2023, Warszawa 2023

⁷¹⁵ E. H. Erikson, J. M. Erikson,, *The Life Cycle...108*

osoba doświadcza bliskości i zaufania w kontakcie z innymi. Poszukuje związków, partnerstwa, gdzie może realizować swoją seksualność z osobą, która kocha i której ufa. Obserwacja treści mediów strumieniowych pozwala stwierdzić, że próba odnalezienia się w świecie pierwszych relacji jest nieodzownym dążeniem młodych bohaterów. Ponadto nieuwzględnionym w hipotezie a bardzo wyraźnym na ekranie trendem jest prezentowanie młodych postaci jako osób przeżywających problemy wynikające z próby dookreślenia własnej tożsamości seksualnej. Fakt ten może znaleźć uzasadnienie w tym, że neoseriale podejmują próbę odzwierciedlenia aktualnych przemian społecznych (por. Rozdział 3.3.). Współczesne społeczeństwa, zwłaszcza w krajach zachodnich staje się bardziej otwarte na kwestie związane z tożsamością seksualną, a młode pokolenia dorastające w bardziej tolerancyjnym środowisku, oczekują reprezentacji swoich doświadczeń i emocji w mediach. Seriale dostępne w mediach strumieniowych, chcąc odpowiedzieć na tę potrzebę ukazują złożoność procesu odkrywania swojej tożsamości seksualnej.

Następnym, wyraźnie zarysowanym na ekranie problemem, z jakim zmagają się młodzi bohaterowie są zachowania opozycyjno-buntownicze (ODD). Klasyfikacja DSM V⁷¹⁶ charakteryzuje je jako zaburzenia cechujące się aspołecznym, agresywnym i buntowniczym zachowaniem, które prowadzi do wyraźnego naruszenia zasad społecznych. Co ważne, to zachowanie jest czymś więcej niż zwykłą złośliwością czy młodzieńczym buntem i ma względnie trwały charakter. Do przykładowych zachowań uzasadniających rozpoznanie ODD zalicza się: częste wdawanie się w bójki, terroryzowanie otoczenia, okrucieństwo wobec ludzi i zwierząt, poważna dewastacja mienia, podpalenia, kradzieże, kłamstwa, wagarowanie, ucieczki z domu, napady złości, aktywne przeciwstawianie się, odmawianie zastosowania się do poleceń ważnych osób (autorytetów) lub obowiązujących zasad. Rozpowszechnienie zachowań opozycyjno-buntowniczych w populacji wynosi 2-9% populacji osób nieletnich i częściej występuje u chłopców niż u dziewcząt. a jak wykazują badania występuje przede wszystkim u chłopców pochodzących z rodzin patologicznych, których rodzice mieli epizody przestępcze, ce-

⁷¹⁶ American Psychiatric Association, *Disruptive, Impulse-Control, and Conduct Disorders* [w:] *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*, Fifth Edition, American Psychiatric Publishing, Arlington, 2013.

chują się osobowością społeczną, czy są dotknięci uzależnieniem⁷¹⁷. Nadreprezentacja tego typu doświadczeń wśród bohaterów seriali pełni szereg funkcji zarówno narracyjnych jak i wychowawczych. Przemoc i agresja w produkcjach kierowanych do młodych odbiorców to temat szczególnie kontrowersyjny. Często balansujący na granicy pomiędzy realistycznym ukazaniem problemów współczesnych młodych ludzi, a potencjalnym ryzykiem promowania destrukcyjnych wzorców zachowań.

Kolejnym doświadczanym przez serialowych bohaterów problemem jest śmierć bliskiej osoby, a z zwłaszcza przeżywana na skutek tego wydarzenia żałoba. To doświadczenie jest udziałem 16% postaci i często stanowi uzasadnienie trudności adaptacyjnych bohatera. Według Klasyfikacji DSM-V jak i iCD-11 żałoba nie jest określana jako zaburzenie psychiczne, lecz naturalna reakcja stanowiąca odpowiedź na utratę kogoś bliskiego. Niemniej jednak stanowi ona ważny problem psychologiczny, niejednokrotnie wymagający specjalistycznej pomocy. Co ciekawe, w prawie wszystkich serialach (9/10) spotykamy się z bohaterem jej doświadczającym. Utrata najczęściej dotyczy rodzica (7/8) (Bohaterowie zmagający się z żałobą: *Sex Education* – Ola i Jakob Nyman, *Hope Haddon*, *Stranger Things* – Jim Hopper, *The End of a F***ing World* – James, *I am not ok with this* – Sydney Novak, *Jeszcze nigdy* – Devi i Nalini Vishwakumar, *Ginny and Georgia* – Marcus Baker, *Gambit Królowej* – Beth Harmon, *Squid Game* – Kang Sae-byeok, *Euforia* – Rue i Ginna Bennett).

Zjawisko utraty rodzica w młodym wieku pomimo znacznej popularności w serialach nie odzwierciedla rzeczywistości. Jak podaje NIK jedynie 3% dzieci przebywających w placówkach opiekuńczo-wychowawczych to sieroty a 17% z nich ma jednego rodzica⁷¹⁸. Motyw sieroty w serialach streamingowych wydaje się być częstym z kilku powodów, zarówno narracyjnych, jak i psychologicznych. Bohater nie posiadający więzi rodzinnych daje twórcom większą swobodę w kształtowaniu jego charakteru. Sieroty są przedstawiane jako osoby, które muszą sobie poradzić same, są bohaterami opowieści o samotności, wyobcowaniu i poszukiwaniu przynależności co sprzyja ukazaniu rozwoju postaci, a także tworzy interesujące wątki fabularne. Taka postać może reprezento-

⁷¹⁷ B. Cygan, B. Kurowska, *Społeczne funkcjonowanie dziecka z zaburzeniami zachowania (i emocji). Studium przypadku*, „Konteksty Pedagogiczne”, 2021, t. 2 nr 17, s. 73.

⁷¹⁸ Najwyższa Izba Kontroli, *Najnowsze informacje o wynikach kontroli NIK w domach dziecka*, <https://www.nik.gov.pl/najnowsze-informacje-o-wynikach-kontroli/nik-o-domach-dziecka.html> (dostęp: 08.01. 25)

wać stratę przy jednoczesnym dążeniu do odnalezienia sensu życia pomimo niej. Ponadto odbiorca może łatwiej utożsamić się z postacią, która doświadczyła utraty, gdyż jest to powszechne i zrozumiałe przeżycie. Serialowy bohater doświadczający żałoby to uniwersalny symbol, pozwalający na głębsze zbadanie tematów takich jak trauma, poszukiwanie tożsamości, samodzielność czy walka z przeciwnościami losu.

Pomimo, iż w raportach na temat stanu zdrowia psychicznego młodych ludzi (por. 2.2.2) bardzo dużo mówi się o zaburzeniach afektywnych, a zwłaszcza depresji, trend ten nie znalazł bezpośredniego odzwierciedlenia na ekranie. Obserwowani bohaterowie doświadczali wielu zmartwień i trudności, (często stanowiących główną oś fabuły), jednak informacje zawarte w serialu nie pozwalały na jednoznaczne zdiagnozowanie depresji. Aby nie pomijać tego zagadnienia, w kluczu kategoryzacyjnym pojawiła się kategoria *cierpienie*, rozumiane jako trudność w poradzeniu sobie z problemem, doświadczanie silnych negatywnych emocji, dezorganizacja życia i działań bohatera. Analiza wykazała, że większość (92%) dotkniętych problemami psychologicznymi postaci doświadcza cierpienia.

Zawarte w testowanej hipotezie założenie jakoby uzależnienia stanowiły częsty temat produkcji streamingowych, nie znalazło potwierdzenia. Nadużywanie narkotyków dotyczyło 8% bohaterów, natomiast nadużywanie alkoholu i uzależnienie od seksu niecałe 2%. Ta serialowa rzeczywistość nie pokrywa się z danymi z populacji, gdyż jak wykazują raporty to właśnie nadużywanie substancji należy do jednych z najczęstszych zachowań niekonstruktywnych. Badania przeprowadzone wśród polskiej młodzieży szkolnej w 2024 roku wykazały, że alkohol był najbardziej rozpowszechnioną substancją psychoaktywną w badanej grupie. Chociaż raz w ciągu całego swojego życia alkohol piło 72,9% piętnasto-szesnastolatków i 91,3% siedemnasto-osiemnastolatków. W czasie całego swojego życia upiło się 32% uczniów młodszych i 59% uczniów starszych⁷¹⁹. Substancje nielegalne były zdecydowanie mniej rozpowszechnione w badanej grupie. Do palenia haszyszu lub marihuany przyznawało się 16,9% młodszych uczniów i 33,1% starszych uczniów⁷²⁰. Być może decyzja twórców o nie ukazywaniu na ekranie tego typu dezadaptacyjnych zachowań, była podyktowana chęcią uniknięcia kontrowersji, krytyki

⁷¹⁹ J. Sierosławski, U. Sierosławska, *Używanie alkoholu i narkotyków przez młodzież szkolną. Raport z ogólnopolskich badań ankietowych zrealizowanych w 2024 roku*, Europejski Program Badań Ankietowych w Szkołach ESPAD, Warszawa 2024, s. 4.

⁷²⁰ Tamże

społecznej lub ograniczeń wiekowych, które mogłyby wpłynąć na dostępność serialu na platformach streamingowych.

Weryfikacja hipotezy wykazała, że jej założenia są częściowo prawdziwe, a do najczęściej prezentowanych na ekranie problemów można zaliczyć Zespół Stresu pourazowego (PTSD), trudności w relacjach, zachowania opozycyjno-buntownicze oraz żalobę. Jednakże równie częstymi, a nieuwzględnionymi w testowanej hipotezie, okazały się problemy z dookreśleniem własnej tożsamości seksualnej. Ponadto zawarte w hipotezie założenie jakoby uzależnienia stanowiły częste doświadczenie bohaterów nie znalazło potwierdzenia w wynikach przeprowadzonych analiz.

Zaprezentowana powyżej weryfikacja hipotezy trzeciej pozwoliła na udzielenie odpowiedzi na piąte pytanie badawcze (P3.) *Jakie problemy psychiczne są najczęściej portretowane w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej?* Ponadto przyczyniła się do realizacji trzeciego celu szczegółowego rozprawy (C3.), którym była *Identyfikacja zakresu problemów psychicznych obserwowanych w serialach i populacji*. Jak również stanowi ona istotny element realizacji drugiego celu szczegółowego (C2.), jakim było – *Scharakteryzowanie sposobu prezentacji problemów psychologicznych w serialach młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej*.

Hipoteza 4: Seriale są najczęściej wybieranym typem produkcji w telewizji strumieniowej przez przedstawicieli młodego pokolenia

Hipoteza czwarta zakładała, że seriale są najczęściej wybieranym typem produkcji w telewizji strumieniowej pośród przedstawicieli młodego pokolenia. Popularność tego formatu w badanej grupie była ważna ze względu na hipotezę główną, która zakłada spójność postaw względem problemów psychicznych prezentowanych w serialach z wiedzą i postawami odbiorców. Weryfikacja powyższej hipotezy została przeprowadzona na podstawie wyników badań ankietowych CAWI i wzmocniona danymi pozyskanymi podczas analizy danych zastanych. Powyższe działania pozwoliły na udzielenie odpowiedzi na czwarte pytanie badawcze (P4.) *Czy seriale są najczęściej wybieranym typem treści wśród młodych użytkowników platform streamingowych?*

W celu zweryfikowania powyższej hipotezy autorka przyjrzała się kilku kluczowym aspektom: preferencjom młodych generacji w zakresie konsumpcji mediów, raportom i danym odnośnie trendów w zakresie oglądania telewizji strumieniowej oraz porówna-

niu seriali do innych formatów (filmów, programów rozrywkowych itp.) dostępnych w ramach usług streamingowych.

Analizując wybory młodych odbiorców: Milenialsów oraz pokolenia Z, należy podkreślić, że nie znają oni świata bez Internetu a technologiczne rozwiązania wykorzystują od najmłodszych lat. W ich sposobie konsumpcji mediów uwidaczniają się istotne różnice, które odróżniają pokolenia cyfrowe od starszych generacji. Zmianie uległo przede wszystkim podejście do mediów tradycyjnych. Młode pokolenia od telewizji tradycyjnej, preferuje platformy streamingowe, które stanowią dla nich synonim telewizji i są z nią utożsamiane⁷²¹. Jak wykazuje R. Chudy⁷²², młode pokolenie traktuje media tradycyjne jako archaiczne wytwory, które narzucają sposób przesyłu informacji i nie pozwalają swoim użytkownikom na interakcje czy wyrażenie opinii na temat danego przekazu. Analizy preferencji pokoleń cyfrowych udowadniają, że z telewizji za pośrednictwem Internetu używa większość młodych użytkowników⁷²³. Przeprowadzone badania własne wykazały, że ze strumieniowania korzystało 94% wszystkich ankietowanych. Najpopularniejszym portalem w badanej grupie był Netflix, którego subskrypcję posiadało 99% wszystkich respondentów deklarujących korzystanie ze streamingu.

Wybór platform streamingowych sprzyja oglądaniu seriali, które nierzadko udostępniane są w pełnych sezonach i gotowe do natychmiastowej konsumpcji. Powyższy fakt potwierdzają wyniki przeprowadzonych badań własnych, które wykazały, że 75% ankietowanych za pomocą strumieniowania najczęściej ogląda właśnie seriale. Dla porównania filmy preferuje 18% respondentów, reality show (2,6%) programy sportowe (2,3%) natomiast talk show (0,8%). Co więcej z danych udostępnianych przez Netflix wynika, że około 60-70% wszystkich dostępnych na platformie treści to seriale⁷²⁴. o popycie na ten format świadczą również znaczne środki inwestowane przez streamingowych gigantów w produkcję nowych oryginalnych treści (por. Rozdział 3.1.).

Jak wykazano w części teoretycznej pracy, seriale są atrakcyjne dla młodych widzów z wielu powodów. Po pierwsze umożliwiają długofalowe zaangażowanie w fabułę, co pozwala na lepsze śledzenie postaci i wątków w czasie (por. Rozdział 3.3.). Po drugie młode generacje cechuje niecierpliwość, która wpływa na preferowanie przez

⁷²¹ Tremor Video i Hulu, *Proprietary Research*, ... s. 5.

⁷²² R. Chudy, *Wpływ procesów*... s. 300.

⁷²³ Tremor Video i Hulu, *Proprietary Research*, ... s. 5.

⁷²⁴ Źródło: Netflix – *Year in Review* <https://about.netflix.com/> (dostęp: 10.01.2025)

nich krótszych, (bardziej dostosowanych do ich stylu życia) formatów (por. Rozdział 2.2.). 20-60 minutowe odcinki seriali pozwalają na łatwiejsze wplecenie oglądania w napięty harmonogram i konsumpcję treści streamingowych w przerwach pomiędzy pracą, nauką a innymi czynnościami. Elastyczność tego rozwiązania sprawiała, że blisko połowa respondentów korzystała z mediów strumieniowych średnio 3-5 razy w tygodniu, 18% respondentów oglądało treści streamingowe codziennie, natomiast 21% weekendowo. Co więcej badania nie wykazały istotnych statystycznie różnic w częstotliwości korzystania ze streamingu ze względu na płeć, wiek i miejsce zamieszkania badanych. Co świadczy o uniwersalności i powszechności tej formy rozrywki.

Podsumowując, przeprowadzone badania jak również analiza danych zastanych pozwoliła na pozytywną weryfikację hipotezy czwartej i potwierdzenie, że seriale są najczęściej wybieranym typem produkcji w mediach strumieniowych przez przedstawicieli młodego pokolenia. Weryfikacja powyższej hipotezy przyczyniła się do udzielenie odpowiedzi na czwarte pytanie badawcze (P4), jak również pozwoliła na realizację piątego celu szczegółowego rozprawy (C5.) jakim była *Ocena popularności seriali młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej w życiu polskich przedstawicieli pokoleń medialnych*.

Hipoteza 5. Produkcje streamingowe stanowią ważny element życia społecznego polskich przedstawicieli pokoleń cyfrowych

Hipoteza 5 odnosi się do twierdzenia, że produkcje streamingowe stanowią ważny element życia społecznego polskich przedstawicieli młodego pokolenia, będąc zarówno popularną formą spędzania wolnego czasu, jak również ważnym elementem rozmów społecznych i przedmiotem pokoleniowych doświadczeń. Weryfikacja powyższej hipotezy bezpośrednio przyczynia się do realizacji czwartego celu szczegółowego niniejszej rozprawy jakim było C4 – *Określenie roli treści dostarczanych przez telewizję strumieniową w życiu polskich przedstawicieli pokoleń cyfrowych*. Analiza powyższych zagadnień umożliwiła głębsze zrozumienie fenomenu współczesnych seriali w kontekście motywacji młodych odbiorców do sięgania po treści będące przedmiotem rozważań niniejszej pracy. Zostało to zrealizowane na podstawie danych pozyskanych w toku analizy danych zastanych oraz wyników ankiety internetowej przeprowadzonej metodą CAWI.

Jak podaje Ł. Sokołowski serial staje się faktem społecznym, a jego oglądanie elementem codziennych praktyk widzów. Semiotyczna funkcja serialu sprawia, że jego konsumpcja staje się *głównym medium społecznej regulacji*⁷²⁵. Jak udowadnia M. Lisowska-Magdziarz⁷²⁶, serialowe fabuły neoseriali stały się dla widzów na tyle angażujące, że nie tylko o nich rozmawiają, lecz tworzą wokół nich internetowe społeczności. Powyższe społeczności fanów pozwalają na wymianę opinii, poznanie innych osób o podobnych zainteresowaniach czy budowanie relacji online.

Jednak rosnący wykładniczo czas, jaki polscy młodzi odbiorcy spędzają przed ekranem, może zarówno dostarczać tematów do rozmów jak i prowadzić do izolacji społecznej czy ograniczenia aktywności fizycznej. W związku z powyższym, z punktu widzenia pracy istotnym było zbadanie na ile internetowa aktywność związana z konsumpcją seriali przekłada się na życie offline odbiorców, a także jak te praktyki są przez nich oceniane.

Uczestnicy przeprowadzonych badań zadeklarowali, że seriale są częstym tematem rozmów z rówieśnikami w szkole czy pracy (52%). Dla blisko połowy respondentów (44%) rozwój serialowych wątków stanowił przedmiot dyskusji w kręgu rodzinnym, a 42% z nich rozmawiało o serialach ze znajomymi. Powyższe wyniki pozwalają na wyciągnięcie wniosku, że bycie na bieżąco z aktualnie popularną produkcją pozwala na uczestniczenie w rozmowach społecznych. Treści serialowe to lekki temat pozwalający na niezobowiązujące konwersacje, a brak ich znajomości może stanowić przyczynę ostracyzmu społecznego czy wykluczenia.

Większość badanych (65%) jest zdania, że spędza więcej czasu na oglądaniu seriali niż by tego chciała, blisko połowa (45%) twierdzi, że kontynuuje oglądanie nawet kiedy powinna już spać, a 27% uważa, że ogląda zbyt wiele odcinków na raz. Praktyka oglądania seriali oddziałuje na odbiorców długofalowo i również po zaniechaniu wpływa na ich stany emocjonalne. 20% deklaruje, że po zakończeniu sezonu ulubionego serialu ciężiej jest im się skoncentrować na innych czynnościach a 29% nie może przestać myśleć o serialu, dopóki nie obejrzy całego sezonu.

Przeprowadzone badania jasno wykazują, że seriale stanowią ważny element życia społecznego młodych odbiorców. Dzięki swojej dostępności, różnorodności oraz łatwo-

⁷²⁵ Ł. Sokołowski, *Serial jako element...*, s. 194

⁷²⁶ M. Lisowska-Magdziarz, *Od redaktora...*, s. 8.

ści integracji z mediami społecznościowymi, stały się nieodłącznym elementem kultury młodego pokolenia, wpływając zarówno na sposób spędzania wolnego czasu, jak i na formy interakcji społecznych. Co ważne, wielu odbiorców negatywnie ocenia swoje zaangażowanie w seriale. Dlatego istotnym jest wspieranie aktywności i interakcji społecznych offline, jak również edukacja medialna pomagająca w lepszym zrozumieniu mechanizmu działania nowych mediów oraz nauka praktycznych kompetencji pozwalających na świadome z nich korzystanie.

Ponadto weryfikacja powyższej hipotezy przyczynia się do realizacji czwartego celu szczegółowego niniejszej rozprawy (C4.) jakim było *Określenie roli treści, dostarczanych przez telewizję strumieniową w życiu polskich przedstawicieli pokoleń cyfrowych*. Jak również pozwala na dookreślenie odpowiedzi na szóste pytanie badawcze (P5.) *Jaką rolę odgrywają seriale streamingowe w życiu społecznym młodzieży?* uzupełniając je o informację na temat subiektywnego postrzegania czasu spędzanego przed ekranem przez badanych.

Hipoteza 6: Seriale dostępne w telewizji strumieniowej stanowią ilustrację kondycji psychicznej młodego pokolenia

Szósta hipoteza zakłada, że dostępne w telewizji strumieniowej seriale stanowią ilustrację kondycji psychicznej młodego pokolenia. Jak udowodniła weryfikacja hipotezy pierwszej (H1.) zdrowie psychiczne jest częstym tematem treści mediów strumieniowych, a popularne seriale prezentują bohaterów zmagających się z różnymi trudnościami psychologicznymi. Jednak dokładność tych przedstawień i ich wpływ w dalszym ciągu pozostają niedostatecznie zbadane. Dlatego z perspektywy pracy istotnym było sprawdzenie na ile nasilenie problemów zdrowia psychicznego w serialach odpowiada stanowi faktycznemu obserwowanemu w populacji.

Weryfikacja powyższej hipotezy jest istotna zwłaszcza w świetle badań udowadniających, że oglądanie telewizji może wpływać na piętnowanie i zmniejszenie tolerancji w stosunku do osób doświadczających problemów psychicznych, zwłaszcza gdy są one przedstawiane w sposób uproszczony lub stereotypowy⁷²⁷. Jednak treści medialne mają również potencjał do podnoszenia świadomości na temat zdrowia psychicznego w spo-

⁷²⁷ S.L. Smith, C. A. Cook, *Gender Stereotypes: An Analysis of Popular Films and TV*, s. 12-13, [seeja-ne.org/wp-content/uploads/GDIGM_Gender_Stereotypes.pdf](https://www.gdigm.org/wp-content/uploads/GDIGM_Gender_Stereotypes.pdf) (dostęp: 12.12.2024)

leczeństwie. Sposób prezentacji problemów psychologicznych, może wpływać na postrzeganie tych trudności, jak i zrozumienie osób się z nimi zmagających. Powyższa hipoteza bezpośrednio koresponduje z hipotezą główną i służy jej wzmocnieniu i weryfikacji, jak również pozwala na uzupełnienie odpowiedzi na piąte pytanie badawcze P6. *Czy treści zawarte w serialach dostępnych na platformach streamingowych odzwierciedlają problemy psychiczne i emocjonalne charakterystyczne dla młodego pokolenia?* Poniżej zaprezentowano jej weryfikację dokonaną na podstawie wyników analizy danych zastanych zestawionych z danymi pozyskanymi podczas weryfikacji pierwszej hipotezy badawczej (H1.)

Przeprowadzone badania własne wykazały, że chociaż seriale często przedstawiają różne aspekty zdrowia psychicznego, nie są to przykłady dokładne i kompleksowe, a produkcje streamingowe niejednokrotnie posługują się uproszczeniami. Warto jednak podkreślić, że ich celem jest przede wszystkim dostarczenie rozrywki a nie psychoedukacja w zakresie zdrowia psychicznego. Należy natomiast zaznaczyć, że powyższe stwierdzenie nie dotyczy wszystkich seriali, a niektóre z nich tworzone są specjalnie jako narzędzia mające na celu zwiększenie świadomości na konkretny temat⁷²⁸. Ponadto porównując treść współczesnych i XX-wiecznych seriali widać wyraźną zmianę narracji. Neoseriale opowiadają o problemach psychologicznych z dużo większą empatią i w bardziej odpowiedzialny sposób (por. 6.2.2.1.).

Jak wykazano w rozdziale drugim, pokolenia cyfrowe są na krawędzi najpoważniejszego od dziesięcioleci kryzysu zdrowia psychicznego, a problemy psychologiczne należą do najczęściej rozpoznawanych wśród młodych osób w Polsce i postuluje się zwiększenie działań mających na celu wspieranie ich w kryzysie (Por Rozdział 2.2.2.). Jak szacuje WHO, zaburzenia zdrowia psychicznego dotyczą ponad 150 milionów obywateli Wspólnoty Europejskiej. Problemy psychiczne i behawioralne są drugą najpowszechniejszą chorobą niezakaźną i przyczyną 4% zgonów w UE⁷²⁹. Jak wykazano w poprzednich rozdziałach, problem ten jest szczególnie istotny wśród przedstawicieli młodego pokolenia. Eksperci podają, że rosnące trudności i wyzwania z którymi mierzy

⁷²⁸ Przykładem takiego serialu jest np. *Sex Education*, poruszający tematykę pierwszych relacji i edukacji seksualnej. Czy Euforia, której celem według twórców jest zwrócenie większej uwagi społeczeństwa na zdrowie psychiczne.

⁷²⁹ Kancelaria Senatu, *Zdrowie psychiczne w Unii Europejskiej, Opracowania tematyczne*, OT-674, Warszawa 2019, https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/175/plik/ot-674_zdrowie_psychiczne.pdf (dostęp: 27.10.20)

się współczesne młode pokolenie są spowodowane szeregiem czynników: pandemią COVID-19 i przeniesieniem znacznej części aktywności do sieci, kryzysem energetycznym, nasileniem wojen i konfliktów, niestabilnością gospodarczą, konkurencyjnością na rynku pracy, kryzysem mieszkaniowym, kryzysem klimatycznym czy zanieczyszczeniem środowiska⁷³⁰. Jak podaje UNICEF, częstotliwość występowania zaburzeń psychicznych u osób do 19 roku życia w Polsce wynosi 11%, co stanowi ponad 409 tysięcy nastolatków (228 tysięcy chłopców i 181 tysięcy dziewcząt). Jednak liczba ta jest zaniżona, a wiele osób w Polsce niediagnozowanych. Z kolei z raportu Najwyższej Izby Kontroli wynika, że w Polsce specjalistycznej pomocy psychologicznej i psychiatrycznej wymaga 630 tysięcy dzieci, a każdego miesiąca ponad 7 tysięcy polskich dzieci próbuje odebrać sobie życie⁷³¹.

Ponadto dla młodych pokoleń temat zdrowia psychicznego przestał być tematem tabu. Korzystanie z pomocy psychiatry czy psychologa nie jest już czymś wstydliwym, a rozmowy na ten temat czy polecenia korzystania z tej formy wsparcia na porządku dziennym⁷³². Jak wykazują badania grupy Lux Med 41% osób w wieku 18-25 lat uważa, że miasto powinno zapewnić możliwość bezpłatnego korzystania z psychoterapii, a 54% że troska o dobrostan psychiczny mieszkańców należy do obowiązków jego władarzy. Ponadto uczestnicy powyższego badania (39%) uznali, że istotnym wsparciem byłaby psychoedukacja w zakresie problemów psychicznych i radzenia sobie z nimi. Co wykazuje jak istotną sprawą jest dla nich dobrostan psychiczny jak również zainteresowanie powyższą tematyką.

Jak wykazują badania (por. Rozdział 3.3.) współczesna kultura masowa, w tym media strumieniowe, podejmują próbę odzwierciedlenia aktualnych problemów społecznych i prezentacji wyzwań z jakimi mierzy się pokolenie, a na *popularność sztuki popularnej* wpływa właśnie jej związek z prezentowanym społeczeństwem⁷³³. Serialowe przedstawienie problemów psychicznych może być zarówno ich odzwierciedleniem, jak

⁷³⁰ Parlament Europejski, *Sprawozdanie w sprawie zdrowia psychicznego (2023/2074(INI))*, A9-0367/2023, Komisja Ochrony Środowiska Naturalnego, Zdrowia Publicznego i Bezpieczeństwa Żywności 17.11.2023, s.10, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0367_PL.html (dostęp: 25.11.24)

⁷³¹ Unicef, *Pogarsza się stan zdrowia psychicznego dzieci w Europie*, <https://unicef.pl/co-robimy/aktualnosci/dla-rodzicow/zdrowie-psychiczne-w-europie> (dostęp: 16.01.25)

Grupa LuxMed, *Pokolenie Z a kryzys zdrowia psychicznego: dlaczego młodzi Polacy odczuwają największą niepokój?* 16.09.2024. <https://38pr.prowly.com/351330-pokolenie-z-a-kryzys-zdrowia-psychicznego-dlaczego-mlodzi-polacy-odczuwaja-najwiekszy-niepokoj> (dostęp: 16.01.25)

⁷³³ W. Jakubowski, *Sex Education*... s. 18

i formą ich przetwarzania przez społeczeństwo. Co pozwala na założenie, że treści dostępne na platformach strumieniowych stanowią pewną ilustrację, a także narzędzie do konfrontacji z problemami współczesnego świata.

Zestawienie ze sobą danych odnośnie popularności przedstawień problemów zdrowia psychicznego w serialach oraz ich nasilenia w populacji, pozwala na pozytywne zweryfikowanie postawionej hipotezy oraz stanowi odpowiedź na szóste pytanie badawcze (P6.). Ponadto pośrednio przyczynia się do realizacji trzeciego celu szczegółowego (C3.) Jakim była: *Identyfikacja zakresu problemów psychicznych obserwowanych w serialach i populacji;*

Hipoteza 7: Seriale dostępne za pośrednictwem telewizji strumieniowej, stanowią popularne źródło rozrywki dla przedstawicieli pokoleń cyfrowych (pokolenia Y, Z)

Hipoteza siódma odnosi się do popularności seriali dostępnych za pośrednictwem telewizji strumieniowej w grupie przedstawicieli pokoleń cyfrowych. Oszacowanie powodzenia tej formy rozrywki w badanej grupie było istotne ze względu na główny cel badawczy – określenie dyskursu medialnego na temat problemów zdrowia psychicznego zawartego w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej oraz wtórne oszacowanie jego wpływu na wiedzę i postawy odbiorców. Jak wykazują liczne badania czynnikiem mającym bezpośredni związek z siłą wpływu treści medialnych jest czas ekspozycji na nie. Im jest ona większa, tym bardziej bierze udział w kształtowaniu wiedzy i przekonań odbiorcy (por. Rozdział 4.5.). Weryfikacja powyższej hipotezy pozwala na udzielenie odpowiedzi na siódme pytanie badawcze (P7.) *Czy młodzi odbiorcy postrzegają seriale streamingowe jako atrakcyjne i popularne źródło rozrywki?*

Ponadto przyczyniła się ona do realizacji piątego celu szczegółowego (C5.) jakim była: *Ocena popularności seriali młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej w życiu polskich przedstawicieli pokoleń medialnych.*

Jak wykazano w rozdziale drugim, czas spędzany przez przedstawicieli młodego pokolenia przed ekranem na przestrzeni ostatniej dekady znacząco wzrósł (por. Rozdział 2.1.2.2.2.). Co więcej, wyniki te zostały podbite przez pandemię COVID-19 i związaną z nią izolację społeczną. Ograniczenie możliwości bezpośrednich kontaktów międzyludzkich wspomogła popularyzacja rozwiązań cyfrowych umożliwiających przeniesienie wielu aspektów życia do sieci. Również cyfrowa rozrywka w czasie pandemicznym i postpandemicznym odnotowała wzrost. Platforma Netflix w 2020 roku osiągnęła

206% wzrost zysków przedsiębiorstwa w porównaniu z rokiem poprzednim. Dzięki pandemii umocniła swoją pozycję wśród konkurentów i zdobyła nowych użytkowników szukających alternatywnych źródeł rozrywki⁷³⁴. Jednak jak wykazują dane zaprezentowane w rozdziale pierwszym (por. Rozdział 1.4.) na przestrzeni kolejnych lat telewizja strumieniowa jeszcze bardziej umocniła swoją pozycję na rynku, a w 1 kwartale 2024 roku z samego Netflixa korzystało 260 milionów subskrybentów w 190 krajach. Platformy streamingowe zdobyły popularność na całym świecie, a ich dostępność na różnych urządzeniach (smartfonach, tabletach, telewizorach smart) ułatwiła dostęp do szerokiej oferty seriali. Jak potwierdzają badania rynkowe to właśnie osoby młode w wieku 18-34 lata, stanowią znaczną część użytkowników tych platform preferując korzystanie z telewizji strumieniowej zamiast tradycyjnej telewizji kablowej czy satelitarnej⁷³⁵.

Na oglądanie seriali jako popularną formę rozrywki wskazuje przede wszystkim czas jaki młodzi odbiorcy przeznaczają na konsumpcję tych treści. Weryfikacja hipotezy 4 udowodniła, że to właśnie serie są najpopularniejszym formatem w telewizji strumieniowej. a jak wykazały przeprowadzone badania własne 40% badanych korzystało ze streamingu 3-5 razy w tygodniu, 18% deklaroowało codzienne oglądanie treści strumieniowych, natomiast 21% wybierało ten typ rozrywki weekendowo (por. 6.1.2.). Ponad 40% ankietowanych zadeklarowało, że na jednorazowy seans przeznacza 1-2 godziny, dla 25% ten czas wynosił 2-3, a dla 8% 3-4 godziny.

Kolejnym obserwowanym zjawiskiem bezpośrednio skorelowanym z wiekiem odbiorców jest *binge-watching*. Fenomen ten został szerzej opisany w części teoretycznej pracy (por. Rozdział 4.5.1.1.). Natomiast na potrzeby weryfikacji hipotezy warto zaznaczyć, że chociaż taśmowe oglądanie seriali istnieje od kiedy nagrywanie wideo było możliwe, to w dobie telewizji strumieniowej nabrało ono nowego znaczenia a sam termin *binge-watching* na stałe zdomowił się w języku potocznym⁷³⁶. Zapoczątkowana przez telewizję streamingową publikacja wszystkich epizodów seriali przyczyniła się do nowego trendu w oglądaniu, stanowiącego przedmiot rozważań zarówno medioznawców, psychologów jak i pedagogów. Jak wykazują wspomniane analizy *binge-watching*

⁷³⁴ J. Majewska, *Wpływ pandemii koronawirusa na branżę rozrywkową na przykładzie wybranych przedsiębiorstw*, [w:] A. Kuźmińska-Haberli, S. Bobowski, *Ekonomia i międzynarodowe stosunki gospodarcze*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu 2021, s. 79.

⁷³⁵ OC&C Strategy Consultants, *a generation without borders. Embracing Generation Z*, <https://www.ocstrategy.com/wp-content/uploads/2023/10/a-generation-without-borders.pdf> (dostęp: 12.12.21)

⁷³⁶ A. Isaac, *Expressions in genrelessness...*, s. 9

jest domeną przedstawicieli pokoleń cyfrowych (Y i Z) stanowiących największy odsetek użytkowników platform strumieniowych⁷³⁷. Przeprowadzone badania własne wykazały istotne statystycznie różnice pomiędzy Millenialsami i Post-millenialsami w zakresie korzystania z telewizji strumieniowej. Pokolenie Z częściej niż Y konsumowało treści streamingowe powyżej 3 godzin dziennie (por. Tabela 14.). 52% respondentów w wieku 18-21 lat deklaroowało oglądanie więcej niż 2 odcinków serialu na raz, a trend ten malał wraz z wiekiem. u badanych pomiędzy 22 a 24 rokiem życia było to 41%, natomiast powyżej 25 roku życia 29%. Uzyskane wyniki znajdują potwierdzenie w ustaleniach innych badaczy, którzy argumentują, że młodzi dorośli przez wzgląd na brak unormowanego stylu życia, mniejszą ilość obowiązków i pełnionych ról społecznych przejawiają większą skłonnością w tym zakresie. Ponadto cechuje ich słabsza niż u osób starszych umiejętność odraczania gratyfikacji. Młodym dorosłym ciężiej odmówić sobie natychmiastowej satysfakcji płynącej z oglądania serialu, na co dodatkowo wpływa łatwy i natychmiastowy dostęp do pożądaných treści⁷³⁸. Również weryfikacja popularności seriali zakwalifikowanych do analizy zawartości udowodniła, że cieszyły się one największym zainteresowaniem wśród najmłodszych badanych (18-21 roku życia). Wyjątek w tym zakresie stanowił serial *Gambit Królowej*, którego popularność była większa u odbiorców z pokolenia Y niż z pokolenia Z i obejrzała go ponad połowa badanych. Jak również *Sex Education*, zdecydowanie rzadziej wybierane wśród osób powyżej 25 roku życia.

Ponadto analizy własne wykazały istotne statystycznie różnice w tendencji do *binge-watchingu* ze względu na miejsce zamieszkania. Ten typ oglądania zdecydowanie częściej charakteryzował mieszkańców małych miast w porównaniu do mieszkańców wsi i miast powyżej 50 000 mieszkańców. Jak argumentowano w rozdziale 6 powyższy stan rzeczy może wiązać się z niskim poziomem kapitału społecznego małych miast oraz brakiem dostosowania oferty kulturalnej do potrzeb młodych odbiorców, co może wpływać na zwiększone korzystanie z oferty medialnej⁷³⁹. Natomiast mniejsza popularność platform streamingowych w ośrodkach wiejskich w porównaniu z miastami może się wiązać ze słabszym dostępem do Internetu na tych obszarach.⁷⁴⁰

⁷³⁷ S. Matrix, *The Netflix Effect...*, s. 119.

⁷³⁸ K.S. Wheeler, *The Relationships between ...*, s. 2.

⁷³⁹ P. Smoliński, i inni, *Uczestnictwo w kulturze...*, s. 45–69.

⁷⁴⁰ Główny Urząd Statystyczny, *Spółeczeństwo informacyjne...*, s.110.

Kolejnym czynnikiem różnicującym badanych ze względu na czas spędzany przed ekranem była płeć. Badane kobiety, prezentowały bardziej umiarkowane podejście oglądania seriali, deklarując oglądanie 1-2 odcinków na raz, natomiast mężczyźni znacznie częściej wybierali odpowiedzi skrajne *do 60 min* oraz *powyżej 3 godzin*. Ze względu na płeć badanych, istotną różnicę można zaobserwować w popularności seriali *Ginny and Georgia* oraz *Jeszcze nigdy*, które zdecydowanie częściej stanowiły wybór kobiet niż mężczyzn.

Hipotezę, że seriale dostępne za pośrednictwem telewizji strumieniowej są popularnym źródłem rozrywki dla młodszych widzów można uznać za pozytywnie zweryfikowaną. Zarówno analiza danych zastanych jak i wyniki przeprowadzonych badań własnych wykazują, że przedstawiciele pokoleń cyfrowych są żywo zainteresowani tym formatem, a seriale często pełnią rolę kluczowej rozrywki dnia codziennego. Pomimo obserwowanych różnic w praktyce oglądania, seriale stanowiły popularne źródło rozrywki dla wszystkich przedstawicieli pokoleń medialnych, co pozwala na dalsze wnioskowanie na temat ekspozycji na wpływ treści strumieniowych. Zaprezentowana weryfikacja hipotezy siódmej bezpośrednio przyczyniła się do realizacji piątego celu szczegółowego (C5.) jakim była *ocena popularności seriali młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej w życiu polskich przedstawicieli pokoleń medialnych*. Jak również umożliwiła udzielenie odpowiedzi na siódme pytanie badawcze (P7.) *Czy młodzi odbiorcy postrzegają seriale streamingowe jako atrakcyjne i popularne źródło rozrywki?*

Hipoteza 8: Młode pokolenie nie różnicuje odbieranych treści medialnych, ograniczając się do treści zamieszczonych przez nadawcę, którego subskrypcję posiada

Hipoteza 8 odnosi się do twierdzenia, że młodzi odbiorcy nie różnicują odbieranych treści medialnych ograniczając się do treści zamieszczanych przez nadawcę, którego subskrypcję w danym momencie posiadają. Temat ten był omawiany w oparciu o raporty z badań zastanych, oficjalne dokumenty oraz badania własne. Weryfikacja hipotezy ósmej była ważna przez wzgląd na hipotezę główną. Gdyż wnioskowanie na temat roli przekazu medialnego w procesie kształtowania wiedzy i postaw powinno zostać poprzedzone analizą różnorodność treści będących przedmiotem konsumpcji badanych. Ponadto umożliwiło ono udzielenie odpowiedzi na ósme pytanie badawcze P8. – *Czy młodzi widzowie świadomie wybierają oglądane seriale, czy też ograniczają się do tre-*

ści proponowanych przez subskrybowaną platformę? Co bezpośrednio koresponduje z szóstym celem szczegółowym (C6) jakim było Scharakteryzowanie różnorodności nadawców telewizji strumieniowej wybieranych przez młodych odbiorców.

Brak selekcji informacji jest jednym z najczęściej pojawiających się problemów w kontekście odbiorców mediów. Subiektywny dobór treści, stanowiących źródło wiedzy o świecie, wartościach czy zasadach życia społecznego, stanowi zagrożenie dla właściwej oceny rzeczywistości, po przez paradoksalne ograniczenie dostępu do różnorodnych informacji (por. Rozdział 4.2.2.). Jednak umiejętność krytycznego myślenia rozwija się z wiekiem i jest najniższa u młodych odbiorców. Jak udowadniają badania mało świadomi użytkownicy mediów myślą wykreowany przez nie świat z rzeczywistością, co naraża ich na niebezpieczeństwo manipulacji, zwłaszcza gdy przekazywane informacje są niepełne bądź selektywne⁷⁴¹. Ponadto sytuacji nie ułatwia szeroko wykorzystywana personalizacja treści, zamykająca odbiorców w *bańkach informacyjnych*, gdzie otrzymują jedynie treści, pasujące do ich poglądów i preferencji, co utrudnia dostęp do różnorodnych perspektyw.

Badaniach Horowitz Research, przytoczone w drugim rozdziale rozprawy wykazują, że młodzi odbiorcy korzystają z mniejszej liczby subskrypcji niż starsi⁷⁴². Na fakt ten wpływa przede wszystkim czynnik ekonomiczny. Młodzi ludzie, często będący na początku swojej ścieżki zawodowej nie dysponują jeszcze taką płynnością finansową jak starsi odbiorcy, co może wiązać się z mniejszymi kwotami przeznaczanymi na cyfrową rozrywkę. Ponadto jak udowadniają badania Ernest & Young z 2024 roku 50% uczestników badania uważa, że platformy streamingowe nie oferują odpowiedniego stosunku jakości treści do ich ceny. a 43% respondentów jest w stanie zaakceptować reklamy, jeśli to miałyby obniżyć koszty usługi⁷⁴³.

Jak wykazały przeprowadzone badania własne, ze streamingu korzystało 94% wszystkich respondentów a najpopularniejszym serwisem w tej grupie był Netflix. Posiadanie subskrypcji tej platformy zadeklarowało 99% osób korzystających z telewizji strumieniowej. Analizy wykazały różnice w korzystaniu z platformy ze względu na płeć

⁷⁴¹ M. Lewicka, *Media – wartości – rodzina...*, 76.

⁷⁴² Horowitz Research, *State of...*,

⁷⁴³ C. Foray, A. Baschnonga, *Global Digital Home Study Report 2024*, Ernst & Young 2024 https://www.ey.com/en_ch/functional/forms/download/ey-global-digital-home-study-report-2024 (dostęp: 22.01.25)

respondentów. Z Netflixa korzystało 95% ankietowanych kobiet i 87% ankietowanych mężczyzn. Trend ten potwierdzają oficjalne dane udostępniane przez platformę według których zarejestrowanych jest na niej 51% kobiet i 49% mężczyzn⁷⁴⁴. Przeprowadzone badania własne jednoznacznie udowodniły, że respondenci zdecydowanie najchętniej korzystali z treści dostarczanych przez Netflix, a konkurencyjne platformy cieszyły się znacznie mniejszą popularnością w tej grupie. Z drugiego najczęściej wybieranego dostawcy usług strumieniowych – HBO GO/Max w chwili badania korzystała blisko połowa badanych, natomiast znajdującego się na trzeciej pozycji Amazon Primo zaledwie 18%.

Kolejnym istotnym krokiem przy weryfikacji powyższej hipotezy było sprawdzenie na ile posiadanie subskrypcji platformy wiąże się ze znajomością jej oferty. W tym celu przeanalizowana została popularność wybranych do analizy zawartości seriali pośród respondentów. Badania wykazały że seriale *Sex Education*, *Squid Game*, „*Gambit Królowej*” i *Stranger Things* oglądała ponad połowa wszystkich respondentów. Nieco mniejszą popularnością cieszyły się tytuły: *The End of the F***ing World* (37%), *Ginny and Georgia* (32%), *Sexify* (26%), *Jeszcze nigdy* (24%) i *I am not ok with this* (10,74%). Biorąc pod uwagę fakt, że polski Netflix oferuje w sumie 3398 tytułów, wśród których jest 2317 filmów oraz 1081 seriali, wyniki znajomości poszczególnych seriali są wysokie i zdają się potwierdzać postawioną hipotezę.

Ponadto przy weryfikacji powyższej hipotezy jakoby młodzi odbiorcy nie różnicowali odbieranych treści medialnych ograniczając się do treści zamieszczanych przez nadawcę, którego subskrypcję w danym momencie posiadają, warto podkreślić, że media strumieniowe nie stanowią dla nich jedyne źródła informacji. Jak wykazują dane zaprezentowane w rozdziale drugim (por. Rozdział 2.1.2.2.) ponad 95% przedstawicieli pokoleń Y i z raz lub kilka razy dziennie korzysta z mediów społecznościowych, które oprócz umożliwienie kontaktów z innymi ludźmi posiadają szereg różnych zastosowań w tym dostarczanie informacji. Media społecznościowe jak Facebook, Instagram czy TikTok na porządku dziennym wykorzystywane są przez różne podmioty do poruszania kwestii zdrowia psychicznego. Zarówno zinstytucjonalizowane podmioty udostępniają na nich kampanie społeczne czy treści poszerzające świadomość w tym zakresie, ale

⁷⁴⁴ Netflix 2024, *Quarterly earnings*, <https://ir.netflix.net/financials/quarterly-earnings/> (dostęp: 26.08.24)

przede wszystkim treści te są udostępniane przez indywidualnych odbiorców, którzy dzielą się swoimi przemyśleniami, doświadczeniami czy twórczością poruszającą tą tematykę.

Konkludując, przedstawiciele pokoleń cyfrowych wyróżniają się na tle innych generacji ze względu na zanurzenie w środowisku cyfrowym. Na co dzień, za pośrednictwem Internetu, korzystają z różnych treści medialnych i aplikacji, przy czym w odniesieniu do mediów strumieniowych ich aktywność w dużej mierze ogranicza się do oglądania seriali dostępnych na platformie, której subskrypcję posiadają w danym momencie. Powyższy stan może być uwarunkowany szeregiem czynników takich jak np. popularność danej platformy czy cena subskrypcji. Natomiast na bazie zgromadzonych materiałów można uznać hipotezę 8 za prawdziwą.

Ponadto jej weryfikacja umożliwiła udzielenie odpowiedzi na ósme pytanie badawcze P8. – *Czy młodzi widzowie świadomie wybierają oglądane seriale, czy też ograniczają się do treści proponowanych przez subskrybowaną platformę?* I przyczyniła się do realizacji szóstego celu szczegółowego (C6) jakim było *Scharakteryzowanie różnorodności nadawców telewizji strumieniowej wybieranych przez młodych odbiorców.*

Hipoteza główna: Seriale wpływają na wiedzę i postawy młodych odbiorców wobec zdrowia psychicznego

Hipoteza główna po przeprowadzeniu badań, zawiera w sobie twierdzenie pewne. Aby potwierdzić jej silną moc dowodową, niezbędne było spełnienie określonych warunków, które zostały zdefiniowane w hipotezach pomocniczych, a ich pozytywna weryfikacja przyczyniła się do wzmocnienia i potwierdzenia hipotezy głównej. Hipotezy pomocnicze pełniły w stosunku do hipotezy głównej, funkcję służebną, a ich opracowanie umożliwiło naukowe i wymierne potwierdzenie jej zasadności. Ponadto weryfikacja powyższej hipotezy pozwoliła na udzielenie odpowiedzi na główne pytanie badawcze *dotyczące wpływu seriali dostępnych na platformach telewizji strumieniowej na kształtowanie wiedzy oraz postaw młodych odbiorców wobec problemów zdrowia psychicznego. Odnosiło się ono do tego, czy tematyka psychologiczna stanowi istotny element treści tych seriali oraz w jaki sposób przedstawiane w nich wątki mogą wtórnie wpływać na postrzeganie i rozumienie zagadnień związanych ze zdrowiem psychicznym przez młodych widzów.*

Hipoteza główna zapisana w skrócie brzmi: seriale wpływają na wiedzę i postaw młodych odbiorców wobec zdrowia psychicznego. Natomiast inny sposób jej zapisania zawierający w sobie twierdzenie pewne mógłby sprowadzać się do stwierdzenia, że w latach 20. XXI wieku seriale, wybierane przez młode pokolenie z dostępnej oferty streamingowej jako popularne źródło rozrywki, mają istotny wpływ na jego postawy i wiedzę na temat zdrowia psychicznego. Produkcje te często ukazują bohaterów zmagających się z różnorodnymi problemami psychologicznymi, którzy stosują różne strategie radzenia sobie z trudnościami. W ten sposób stanowią one ważny element życia społecznego współczesnego młodego pokolenia, ilustrując ich kondycję psychiczną oraz kształtując podejście widzów do kwestii zdrowia psychicznego.

W celu weryfikacji hipotezy głównej i wykazania wpływu serialowego przekazu na wiedzę i postawy młodych odbiorców wobec problemów zdrowia psychicznego, w pierwszym kroku scharakteryzowano dyskurs medialny na ten temat, co umożliwiły wyniki przeprowadzonej analizy zawartości oraz analizy danych zastanych. Następnie zbadano poziom wiedzy oraz postawy respondentów wobec problemów psychologicznych na podstawie wyników badań ankietowych CAWI. Na końcu, zastosowano analizy statystyczne, które umożliwiły wykazanie zależności pomiędzy tymi dwiema zmiennymi.

Przeprowadzone analizy pozwoliły na określenie dominującego dyskursu medialnego na temat problemów psychologicznych. W porównaniu z przedstawieniami zdrowia psychicznego w popkulturze XX wieku, uzyskane wyniki wskazują na istotną zmianę narracji w tym zakresie. W przeszłości problemy psychologiczne były niejednokrotnie demonizowane, ignorowane czy ukazywane w sposób stereotypowy i wyolbrzymiony, co przyczyniało się do utrwalania negatywnych postaw wobec osób ich doświadczających (por. Rozdział 6.2.2.1). Współczesne produkcje telewizyjne poruszają ten temat z dużo większą empatią i zrozumieniem. Weryfikacja hipotez pierwszej i drugiej potwierdza, że znacząca większość produkcji telewizji strumieniowej przedstawia bohaterów zmagających się z problemami zdrowia psychicznego. Są one ukazywane jako część ludzkiego doświadczenia, a doświadczające ich osoby to postacie w różnych sytuacjach życiowych, stosujące odmienne strategie zaradcze (por. H1, H2). Wielu współczesnych twórców przedstawia te zagadnienia w złożony sposób, unikając jednoznacz-

nych ocen moralnych i stawiając na narrację, promującą zrozumienie i akceptację (por. Rozdział 3.4.) . W serialu widz poznaje przyczyny problemów bohatera, obserwuje ich rozwój, związane z nimi cierpienie, reakcje otoczenia jak również podejmowane przez niego działania zaradcze (por. Rozdział 6.2.2.1.). Tego rodzaju podejście sprzyja lepszemu zrozumieniu postaci, co wtórnie przyczynia się do obalania stygmatyzujących przekonań na temat zaburzeń psychicznych, jak również zwiększenia świadomości społecznej na temat ich wpływu na życie jednostki czy możliwych działań pomocowych (por. Rozdział 3.7.). Jak udowodniła weryfikacja hipotezy szóstej, pomimo niewielkich różnic, serialowe przedstawienia problemów psychicznych nie odbiegają znacząco od sytuacji obserwowanej w populacji. Stanowią one odzwierciedlenie kondycji psychicznej młodego pokolenia (por. H6.), co może przekładać się na zwiększoną tendencję do identyfikacji z serialowymi bohaterami (po przez podobieństwo doświadczeń), która jak udowodniono w rozdziale czwartym przekłada się na kształtowanie silniejszych postaw (por. Rozdział 4.2.2.).

Jak wykazała weryfikacja hipotezy siódmej, seriale dostępne za pośrednictwem telewizji strumieniowej, stanowią popularne źródło rozrywki dla przedstawicieli pokoleń cyfrowych. Czas spędzany przed ekranem rośnie wykładniczo, a *binge-watching* stał się powszechną praktyką. Co za tym idzie młodzi odbiorcy są coraz bardziej wyeksponowani na treści strumieniowe poruszające tematykę zdrowia psychicznego. Jak udowodniono w rozdziale czwartym, taka zwiększona ekspozycja przekłada się na kształtowanie postaw spójnych z przekazem medialnym. Przedstawiony fakt stanowi bezpośrednią podstawę do zbadania wiedzy i postaw respondentów.

Przeprowadzone analizy pozwoliły na stwierdzenie, że badani cechowali się pozytywną postawą względem osób doświadczających problemów psychologicznych. Wskazują na to wysokie średnie wyniki uzyskane w *Skali postaw wobec problemów psychologicznych* zarówno pod kątem posiadanych przekonań, jak i wiedzy. Dla przykładu: 86% badanych nie zgodziło się ze stwierdzeniem, że osoby doświadczające trudności w zakresie zdrowia psychicznego powinny zostać oddzielone od społeczeństwa, 78% nie uważa, że takich osób powinno się unikać, a 75% nie deklarowało obiekcji odnośnie nawiązania przyjaźni z osobą zmagającą się z problemami psychicznymi. Ponadto prawie wszyscy respondenci (95%) uważają że *trudności psychologiczne mogą doty-*

kać każdego z nas a choroba psychiczna jest taką samą chorobą jak inne problemy zdrowotne (90%). Badania wykazały, że przedstawiciele pokoleń cyfrowych posiadają wiedzę na temat możliwości radzenia sobie z problemami psychologicznymi. Większość z nich (91%) docenia pomoc terapeutyczną, jak i farmakoterapię (72%). Młodzi ludzie dostrzegają obecność osób doświadczających tego typu trudności w swoim najbliższym otoczeniu (77%) i są zdania, że powinno się więcej mówić o trudnościach psychicznych (92%)(por. Rozdział 6.4.).

Kluczowym odkryciem przeprowadzonych analiz statystycznych jest to, że znajomość seriali, które w dużej mierze koncentrują się na problemach zdrowia psychicznego, była związana z uzyskaniem wyraźnie wyższych wyników w *Skali postaw wobec problemów psychologicznych* u osób, które je oglądały. Widzowie *Sex Education*, *Ginny & Georgia*, *Euforia*, *I am not ok with this* cechowali się większą wiedzą na temat możliwości radzenia sobie z problemami zdrowia psychicznego oraz mniejszą ilością uprzedzeń w stosunku do osób nimi dotkniętych niż osoby nie oglądające tych seriali (por. Rozdział 6.6.1.). Uzyskany wynik pozwala na dokonanie wnioskowania na temat bezpośredniego wpływu treści strumieniowych na wiedzę i postawy badanych. Zidentyfikowaną zależność można wyjaśnić tym, że analizowane seriale w większym stopniu niż inne produkcje koncentrowały się na zagadnieniach związanych ze zdrowiem psychicznym. Widzom została w nich zaprezentowana szersza perspektywa trudności bohaterów, obejmująca przyczyny problemu, reakcje otoczenia oraz indywidualne strategie radzenia sobie stosowane przez postacie. Problemy poruszane w tych produkcjach nie są jedynie wątkiem ubogacającym fabułę, lecz stanowią główny motyw serialu. Takie podejście do tematu sprzyja głębszemu zaangażowaniu odbiorcy. Dzięki zrozumieniu kontekstu psychologicznego funkcjonowania bohatera, widz ma szansę lepiej pojąć i uzasadnić jego działania. a jak wskazują badania, empatia, refleksja nad doświadczeniami psychicznymi innych oraz próba zrozumienia ich perspektywy i emocji zmniejsza ryzyko automatycznego uruchamiania własnych uprzedzeń⁷⁴⁵. Co odzwierciedlają uzyskane wyniki. Ponadto ustalenia innych badaczy potwierdzają wpływ treści strumieniowych na widzów (por. Rozdział 4.5.1).

⁷⁴⁵ A. R. Todd, A. D. Galinsky i G. V. Bodenhausen, „*Perspective taking undermines stereotype maintenance processes: Evidence from social memory, behavior explanation, and information solicitation*”, „*Social Cognition*”, t. 30, nr 1, 2012, s. 94–108.

Jak wykazano w rozdziale czwartym twierdzenie, że media w bezpośredni sposób wpływają na człowieka, jest trudna do obrony. Kształtowanie postaw i zachowań jest złożonym procesem uzależnionym od oddziaływania szeregu bodźców, zarówno tych wewnętrznych jak i zewnętrznych⁷⁴⁶. Pomimo, że wpływ medialny jest uznawany za jeden z nich, to kształtowanie postaw powinno być analizowane w odniesieniu do całego układu czynników i okoliczności oddziałujących na człowieka⁷⁴⁷. Jednak weryfikacja hipotezy dziewiątej pozwala na obserwację wyraźnego trendu w tym zakresie. Stosunek jaki współczesne młode pokolenie reprezentuje względem zdrowia psychicznego zdecydowanie różni się od podejścia wcześniejszych generacji. Zmiana ta jest uwarunkowana różnymi czynnikami. Jednym z nich jest fakt, że przedstawiciele pokoleń medialnych znacznie częściej niż wcześniejsze generacje doświadczają problemów psychologicznych (por. Rozdział 2.2.2.). Takie bezpośrednie doświadczenia niewątpliwie wpływają na wzrost wiedzy w tym zakresie. Również w przestrzeni publicznej tematyce zdrowia psychicznego poświęca się coraz więcej uwagi. Prowadzone są liczne kampanie społeczne, osoby publiczne z większą otwartością opowiadających w mediach o swoich zmaganiach z problemami psychologicznymi a w szkołach realizowane są programy profilaktyczne mające na celu zwiększenie świadomości uczniów w tym zakresie.

Mając na uwadze, że wszystkie hipotezy szczegółowe zostały potwierdzone, można jednoznacznie uznać, że hipotezę główną można również uznać za pozytywnie zweryfikowaną. Głównym celem badawczym pracy było określenie dyskursu medialnego na temat problemów zdrowia psychicznego zawartego w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej oraz wtórne oszacowanie jego wpływu na wiedzę i postawy młodych odbiorców. Cel ten został osiągnięty o czym świadczy scharakteryzowany obraz problemów psychologicznych wyłaniający się z serialowych treści jak również wykazana dodatnia korelacja pomiędzy sposobem prezentacji problemów psychologicznych w analizowanych serialach a wiedzą i postawami osób badanych. Ponadto przedstawiona weryfikacja pozwala na realizację siódmego i ósmego celu szczegółowego pracy: C7.- *Ustalenie zależności pomiędzy sposobem prezentacji problemów zdrowia psychicznego w serialach a postawami przedstawicieli pokoleń cyfrowych*; C8. *Określenie zależności po-*

⁷⁴⁶ A. Kozłowska, *Oddziaływanie Mass...*, s. 195

⁷⁴⁷ Tamże.

między sposobem prezentacji problemów zdrowia psychicznego w serialach a wiedzą młodych odbiorców na temat sposobów radzenia sobie z trudnościami natury psychicznej;

Rekomendacje

Niniejsza praca jest dowodem, że prowadzenie interdyscyplinarnych badań naukowych może pozwolić na pełniejszą obserwację i wnioskowanie na temat złożonych zjawisk społecznych. Zestawienie metod medioznawczych z narzędziami psychologicznymi umożliwiło określenie dyskursu mediów na temat problemów zdrowia psychicznego a następnie dokonanie wnioskowania odnośnie wpływu tych treści na odbiorców. Warto zwrócić uwagę na kilka aspektów, które mogłyby zostać rozszerzone.

Jednym z naturalnych kierunków rozwoju tematu jest jego analiza w czasie, która może być realizowana poprzez kontynuację badań lub przeprowadzenie badania porównawczego po pewnym okresie. Dynamiczny rozwój mediów strumieniowych i oferowanych przez nie treści jak również obserwowane intensywne przemiany społeczne z pewnością wpłyną na zmiany w zakresie komunikowania na temat zdrowia psychicznego. Mając na uwadze wykazany wpływ tych treści na odbiorców monitorowanie ich stanowi ważne zadanie zarówno dla medioznawców jak i psychologów.

Drugim z możliwych kierunków badań jest poszerzenie wnioskowania o analizę komparatywną treści na temat zdrowia psychicznego dostarczanych przez inne platformy strumieniowe. Przeprowadzone analizy w głównej mierze koncentrowały się na treściach seriali dostępnych na platformie Netflix i chociaż w chwili obecnej cieszy się ona największą popularnością wśród odbiorców, obserwuje się stopniowe zwiększenie roli konkurencyjnych platform. Co za tym idzie istotnym zadaniem będzie scharakteryzowanie dostarczanych przez nie treści.

Z pewnością ważnym kierunkiem badań byłyby również pogłębione analizy dotyczące praktyk korzystania z platform strumieniowych jak również charakterystyka treści oferowanych dzieciom. Młodszy odbiorca charakteryzujący się niedojrzałością struktur poznawczych, mniejszą zdolnością krytycznej analizy treści i niższymi kompetencjami medialnymi są najbardziej podatni na wpływ konsumowanych treści. W związku z tym, powinno się im poświęcać szczególną uwagę.

Kolejnym ważnym kierunkiem badania, który wynika bezpośrednio z wniosków niniejszej pracy, jest pogłębiona analiza dotycząca kompetencji medialnych użytkowników. Weryfikacja umiejętności pozwalających na radzenie sobie z negatywnymi efektami mediatyzacji i wykorzystywanie niesionych przez nią szans dotyczy całego społeczeństwa. Chociaż niniejsza praca mówi o wpływie tych procesów na przedstawicieli młodego pokolenia, to wpływ mediów odczuwa każdy ich użytkownik. Dlatego kompetencje w tym zakresie powinny mieć zarówno dzieci i młodzież jak i osoby dorosłe.

Podsumowując, kontynuowanie badań nad charakterystyką treści medialnych obecnych w serialach streamingowych jest istotnym zadaniem ze względu na ich dużą popularność wśród odbiorców oraz udokumentowany wpływ tych treści na ich wiedzę i postawy.

Ponadto dynamiczne zmiany w obszarze gatunku, rozwój nowych form przekazu oraz przemiany społeczne, wywierają bezpośredni wpływ na sposób prezentowania treści oraz ich odbiór przez widzów. Systematyczne monitorowanie tych procesów umożliwia głębsze zrozumienie mechanizmów oddziaływania mediów i pozwala na skuteczniejsze dostosowywanie działań edukacyjnych oraz profilaktycznych do współczesnych realiów kulturowych.

Podsumowanie

Na etapie opracowywania założeń niniejszego projektu badawczego sformułowano cel główny pracy (C0), którym było określenie charakteru dyskursu mediów na temat problemów zdrowia psychicznego zawartego w serialach dostępnych w telewizji strumieniowej a także wtórne oszacowanie jego wpływu na wiedzę i postawy przedstawicieli młodego pokolenia. Powyższy cel został ujęty w trzech typach celów badawczych E. Babbiego: eksploracyjnym, opisowym oraz wyjaśniającym. Realizacja celu eksploracyjnego umożliwiła wstępne rozpoznanie sposobu, w jaki problemy zdrowia psychicznego są prezentowane w serialach dostępnych w mediach strumieniowych oraz praktyk konsumenckich będących udziałem młodych odbiorców tych mediów. Powyższe działanie pozwoliło na wstępne zrozumienie badanego zjawiska, lepsze poznanie obszaru prowadzonych badań oraz sformułowanie hipotez badawczych.

Realizacja celu opisowego polegała dokonaniu szczegółowego opisu dyskursu mediów strumieniowych na temat zdrowia psychicznego w wybranych serialach, scharak-

teryzowanie sposobów korzystania z platform streamingowych przez badanych oraz określenie ich wiedzy i postaw względem problemów zdrowia psychicznego na podstawie zebranych danych jakościowych i ilościowych.

Cel wyjaśniający został zrealizowany poprzez analizę związku pomiędzy ekspozycją młodych odbiorców na treści dotyczące zdrowia psychicznego prezentowane w serialach a ich wiedzą i postawami względem osób ich doświadczających. Celem było określenie, w jakim stopniu przedstawienia medialne mogą wpływać na społeczne postrzeganie zdrowia psychicznego wśród młodzieży.

W ramach celu głównego wyodrębniono osiem celów szczegółowych, którym przypisano osiem pytań badawczych, hipotezę główną oraz osiem hipotez szczegółowych.

Hipoteza główna zawierała twierdzenie o istotnym wpływie treści serialowych na postawy i wiedzę młodych odbiorców w zakresie zdrowia psychicznego. W celu wzmocnienia jej mocy dowodowej sformułowano hipotezy pomocnicze, których pozytywna weryfikacja potwierdziła trafność i zasadność założeń przyjętych w hipotezie głównej. Proces badawczy zaprojektowano w sposób umożliwiający kompleksową realizację zarówno celu głównego, jak i celów szczegółowych.

Pierwszym etapem była analiza danych zastanych (ADZ), która pozwoliła na sformułowanie kontekstu teoretycznego i metodologicznego oraz umożliwiła precyzyjniejsze przygotowanie kolejnych etapów badania. Dane zgromadzone na tym etapie dostarczyły wartościowych informacji wspierających realizację wszystkich założonych celów badawczych.

Drugim etapem była analiza zawartości (AZ) dziesięciu wybranych seriali młodzieżowych dostępnych na platformach streamingowych, których treść poddano analizie pod kątem obecności i sposobu prezentacji problemów zdrowia psychicznego. Dzięki tej analizie możliwe było scharakteryzowanie specyfiki dyskursu medialnego dotyczącego zdrowia psychicznego oraz realizacja następujących celów szczegółowych:

Oceny popularności tematyki problemów psychologicznych w treściach medialnych kierowanych do młodych odbiorców (C1.); Scharakteryzowania sposobu prezentacji problemów psychologicznych w serialach młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej (C2.); Identyfikacji zakresu problemów psychicznych obserwowanych w serialach i populacji (C3.);

Trzecim etapem badania było zastosowanie metody CAWI (Computer-Assisted Web Interview), za pomocą której przeprowadzono badania ankietowe wśród młodych odbiorców mediów strumieniowych. Pozwoliło to na zebranie danych dotyczących ich praktyk konsumpcyjnych, poziomu zaangażowania w oglądanie seriali oraz postaw i wiedzy na temat zdrowia psychicznego. Dane te umożliwiły realizację kolejnych celów badawczych: Określenia roli treści, dostarczanych przez telewizję strumieniową w życiu polskich przedstawicieli pokoleń cyfrowych (C4.); Oceny popularności seriali młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej w życiu polskich przedstawicieli pokoleń medialnych (C5.); Scharakteryzowania różnorodności nadawców telewizji strumieniowej wybieranych przez młodych odbiorców (C6.).

Zestawienie danych uzyskanych w ramach trzech zastosowanych metod (ADZ, AZ, CAWI) umożliwiło także realizację dwóch ostatnich celów szczegółowych: Ustalenia związku pomiędzy sposobem prezentacji problemów zdrowia psychicznego w serialach a postawami przedstawicieli pokoleń cyfrowych (C7.) oraz określenia zależności pomiędzy sposobem prezentacji problemów zdrowia psychicznego w serialach a wiedzą młodych odbiorców na temat sposobów radzenia sobie z trudnościami natury psychicznej (C8).

Realizacja wszystkich etapów badawczych umożliwiła potwierdzenie hipotezy głównej i jednocześnie pozwoliła na sformułowanie końcowego wniosku syntetyzującego najważniejsze ustalenia badawcze.

Podsumowując, w drugiej dekadzie XXI wieku seriale młodzieżowe dostępne na platformach telewizji strumieniowej stały się nie tylko istotnym elementem kultury medialnej młodego pokolenia, ale również ważnym nośnikiem treści wpływających na ich wiedzę i postawy wobec problemów psychologicznych. Produkcje te często ukazują bohaterów zmagających się z problemami psychologicznymi zarówno tymi adaptacyjnymi czy rozwojowymi stanowiącymi naturalne doświadczenie ludzkie, jak również wymagającymi specjalistycznego leczenia problemami psychotycznymi, behawioralnymi czy emocjonalnymi. Ponadto prezentowane są różne strategie radzenia sobie z tymi trudnościami – zarówno konstruktywne, jak i dysfunkcyjne.

Seriale te – choć konsumowane w sposób zindywidualizowany – zyskują wysokie znaczenie odbiorcze w życiu codziennym młodzieży, stając się punktem odniesienia

w rozumieniu siebie i świata. Dla przedstawicieli pokoleń cyfrowych, dla których kwestie zdrowia psychicznego są szczególnie istotne, treści serialowe mogą pełnić funkcję edukacyjną, emocjonalną, wspierającą lub normotwórczą. Tym samym stają się one nie tylko źródłem rozrywki, ale i formą społecznej komunikacji, oddziałującą na postawy, wiedzę i praktyki życiowe młodego odbiorcy. Seriale jako element medialnego krajobrazu współczesności należy zatem postrzegać w szerszym kontekście kulturowym i społecznym – jako narzędzia, które współtworzą rzeczywistość pokolenia dorastającego w warunkach cyfrowej konwergencji, kryzysów zdrowia psychicznego oraz dynamicznych przemian społecznych.

Bibliografia

Raporty z badań

1. Centrum Badania Opinii Społecznej CBOS, *Korzystanie z Internetu, CBOS*, Warszawa 2024, s. 2., https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2024/K_070_24.PDF
2. Deloitte, *Digital Democracy Survey, Eleventh Edition*, CISION PR Newswire, 22.03.17, <https://lovelymobile.news/wp-content/uploads/2017/03/us-tmt-deloitte-digital-democracy-executive-summary.pdf>, 27.11.20
3. Deloitte, *Digital media trends survey, Covid-19 accelerates subscriptions and cancellations as consumers search for value*, Deloitte Center for Technology, Media and Telecommunications, 01.2020, https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/6456_digital-media-trends-covid/DI_Digital-media-trends-14th-edition.pdf 18.10.20
4. Dickson, K., Richardson M., Kwan I., MacDowall W., Burchett H., Stansfield C., Brunton G., Sutcliffe K., Thomas J., *Screen-based activities and children and young people's mental health and psychosocial wellbeing: a systematic map of reviews*, EPPI-Centre, Social Science Research Unit, UCL Institute of Education, University College London, 2018 <https://eppi.ioe.ac.uk/cms/Default.aspx?tabid=3748>, 27.02.23
5. European Commision, *EU comprehensive approach to mental health*; https://health.ec.europa.eu/non-communicable-diseases/mental-health_en 15.06.24
6. Eurostat, *Statistics Explained, Mental health and related issues statistics*, wrzesień 2023. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Mental_health_and_related_issues_statistics 10.10.24
7. Główny Urząd Statystyczny, *Spółeczeństwo informacyjne w Polsce w 2024*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2024-roku,1,18.html> 23.06.25
8. Hatałska N., Skrzypek N., *Gen Z: jak zrozumieć dziś pokolenie jutra – Raport*, Infuture Hatałska Foresight Institute, Warszawa 2019, <https://wyzwaniacyfrowe.pl/wp-content/uploads/2021/11/Gen-Z.pdf> 01.02.20
9. Horowitz Research, *State of Gen Z*, <https://www.horowitzresearch.com/syndicated-research/focus-generation-next/10.07.22>
10. World Statistic, *Usage and Population Statistic*, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> 15.09.21
11. Jaworowicz P., *Konsumenci pokoleń X, Y, Z w odślonie C*, www.marketingowe.wordpress.com/2015/06/22/konsumenci-pokolen-x-y-z-w-odslonie-c/, 29.01.22
12. Johnson M.R., Woodcock J., *The impacts of live streaming and Twitch.tv on the video game industry*, „Media, Culture & Society”, 2019, t. 41, nr 5, <http://oro.open.ac.uk/68726/3/Woodcock%20The%20impacts%20of%20live%20streaming%20and%20Twitch.tv%20on%20the%20video%20game%20industry.pdf> 21.03.20
13. Iwanicka, A., *Dziecięce wchodzenie w interakcje społeczne za pomocą mediów cyfrowych – raport z badań, 2020*; <https://problemyopiekunczo-wychowaw.pl/api/files/view/1449976.pdf> 02.03.23
14. Kancelaria Senatu, *Zdrowie psychiczne w Unii Europejskiej, Opracowania tematyczne, OT-674*, Warszawa 2019, https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracowania/175/plik/ot-674_zdrowie_psychiczne.pdf 27.10.20
15. Kutwa, K., *Corona Generation, Growing up in a pandemic*, Polish Economic Institute, Warszawa 2021, 11.03.21, <https://pie.net.pl/wp-content/uploads/2021/03/PIE-Corona-Generation.pdf>, 20.05.21
16. Lange R., *Nastolatki 3.0. Raport z ogólnopolskiego badania uczniów*, NASK Thinkstat, Warszawa 2021, <https://nask.pl/magazyn/nastolatki-3-0-raport-z-ogolnopolskiego-badania-uczniow-2/> 15.09.22

17. Majchrzyk Ł., *Mobile i digital w 2021 r. – 5,22 mld ludzi na świecie używa telefonów komórkowych*, <https://mobirank.pl/2021/01/28/mobile-i-digital-w-2021-r-522-mld-ludzi-na-swiecie-uzywa-telefonow-komorkowych/> 02.02.21
18. Naczelna Izba Kontroli, *Dostępność leczenia psychiatrycznego dla dzieci i młodzieży (w latach 2017-2019)*, Departament Zdrowia; KZD.430.007.2019 Nr ewid. 170/2019/P/19/059/KZD, <https://www.nik.gov.pl/plik/id,22730,vp,25429.pdf> 10.01.20
19. OC&C Strategy Consultants, *a generation without borders. Embracing Generation Z*, <https://www.occstrategy.com/wp-content/uploads/2023/10/a-generation-without-borders.pdf> 12.12.21
20. OECD i Komisja Europejska, *Health at a Glance: Europe 2022: State of Health in the EU Cycle*, OECD Publishing, Paryż, 2022. https://www.oecd.org/en/publications/health-at-a-glance-europe-2022_507433b0-en.html 10.01.23
21. Paluch M., *Profilaktyka problemów zdrowia psychicznego w młodzieżowych ośrodkach wychowawczych w 2019 roku*. Wyniki badania ankietowego, Ośrodek Rozwoju Edukacji, Warszawa 2020 <https://ore.edu.pl/2020/04/profilaktyka-problemow-zdrowia-psychicznego-w-mlodziezowych-osrodkach-wychowawczych-w-2019-roku-wyniki-badania-ankietowego/> 02.03.24
22. Parlament Europejski, *Sprawozdanie w sprawie zdrowia psychicznego (2023/2074(INI))*, A9-0367/2023, Komisja Ochrony Środowiska Naturalnego, Zdrowia Publicznego i Bezpieczeństwa Żywności 17.11.2023, https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0367_PL.html 25.11.24
23. Polski Instytut Sztuki Filmowej, *Segmentacja widzów kina. Raport z 6 fali badania ilościowego. Czerwiec 2024, — Kontakt z Kulturą* https://pisf.pl/wp-content/uploads/2024/06/PISF_Segmentacja-Q6_part1p-kontakt-z-kultura.pdf 27.05.24
24. Raport Digital 2024, *Global Overview: Jaki był 2023 rok w internecie i mediach społecznościowych*, <https://nowymarketing.pl/raport-digital-2024-global-overview-jaki-byl-2023-rok-w-internecie-i-mediach-spolecznosciowych>, 05.06.24
25. Reif R., Wiszowata U., *Raport – Postpandemic generation, online czy offline, Jak kupuje generacja Z – II edycja*, Accenture, Fashion Biznes, kwiecień 2021, <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/a-com-migration/manual/r3/pdf/pdf-150/Accenture-Postpandemic-Generation-Online-Czy-Offline-PL-New.pdf> 11.11.2021
26. Rideout V., *The common sense census: media use by tweens and teens*, „Common Sense Media Research Study”, 2015, <https://www.icpsr.umich.edu/web/ICPSR/studies/38018> 20.05.22
27. Rowiński T., Gałęcki P., Janas-Kozik M., Depukat A., *Po pierwsze. Zdrowie psychiczne wartością dla państwa, Pracodawcy RP*, Warszawa 2025. <https://samorząd.gov.pl/web/scdn-kielce/po-pierwsze-zdrowie-psychiczne-2025> 27.05.25
28. Sierosławski J., Sierosławska U., *Używanie alkoholu i narkotyków przez młodzież szkolną. Raport z ogólnopolskich badań ankietowych zrealizowanych w 2024 roku*, Europejski Program Badań Ankietowych w Szkołach ESPAD, Warszawa 2024, s. 4.
29. SW Research, *Cyfrowi tubylcy, co warto wiedzieć o pokoleniu online? – Raport*, <https://swresearch.pl/raporty/cyfrowi-tubylcy-co-warto-wiedziec-o-pokoleniu-online>
30. The Piper Sandler, *Taking Stock With Teens – Survey*, <https://www.pipersandler.com/1col.aspx?id=6216>, dostęp: 30.09.22
31. Tremor Video i Hulu, *Proprietary Research Study, How Gen Z Connects to TV: Exploring the Generational Divide in the Future of TV*, maj 2017
32. We are Social, *Special report – Digital 2024 – Your ultimate guide to the evolving digital world* <https://wearesocial.com/us/blog/2024/01/digital-2024/> 12.01.25
33. Westcott K. i in., *Digital media trends: a look beyond generation. Redrawing battle lines in the video streaming war*, Deloitte Insight 2019, https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/6419_dmt-personas/DI_DMT-personas.pdf 20.05.20
34. World Health Organisation, *COVID-19 disrupting mental health services in most countries, WHO survey*, <https://www.who.int/news/item/05-10-2020-COVID-19-disrupting-mental-health-services-in-most-countries-who-survey>, 20.06.21

35. World Health Organisation, *Guidance on community mental health services: promoting person-centred and rights-based approaches*, 2021, <https://www.who.int/publications/item/9789240025707> 06. 07.2024
36. PwC, *Raport: Perspektywy rozwoju branży rozrywki i mediów w Polsce 2023-2027*, Warszawa 2023, <https://www.pwc.pl/pl/publikacje/perspektywy-rozwoju-branzy-rozrywki-i-mediow-w-polsce-2023-2027.html> 10.01.25
37. Unicef, *Pogarsza się stan zdrowia psychicznego dzieci w Europie*, 2021, <https://unicef.pl/co-robimy/aktualnosci/dla-rodzicow/zdrowie-psychiczne-w-europie> 10.12.22

Artykuły prasowe

1. Aniszewska G., *Zmiany pokoleniowe a decyzje i wybory konsumenckie „Marketing i Rynek”*, 2015, nr 1
2. Alonzo, R., Hussain J., Stranges S., Anderson, K.K., *Interplay between social media use, sleep quality, and mental health in youth: a systematic review*, „Sleep Medicine Reviews”, 2021, t. 56, nr 4.
3. Arcimowicz K., *Antybohaterowie neoseriali – gra (z) wartościami*, „Ars inter Culturas”, 2016, nr 5
4. Arcimowicz K., *Rzecz o neoseriach – co badać i jak badać? „Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Cultura”*, 2023 t. 15, nr 1
5. Ayers J.W., althouse B.M., Leas E.C., Dredge M., *Internet searches for suicide following the release of 13 Reasons Why*, „JAMA Internal Medicine”, 2017, t. 177, nr 10
6. Babaujee B.J., Varghese S. S., *Unknown citizens in the Squid Game: a study on state domination in Hwang-Dong-Hyuk's Korean drama „Squid Game”*, „Research Journal of English Language and Literature”, 2021 , t. 9, nr 4
7. Bałydas P., *Medialny zawrót głowy. Znaczenie mediów dla człowieka w XXI wieku*, „Media i Społeczeństwo”, 2017, nr 7, s. 11
8. Błachnio A., Przepiórka A., *Facebook intrusion, fear of missing out, narcissism, and life satisfaction: a cross-sectional study*, „Psychiatry Research” 2018, nr 259
9. Burlacu S., Gutu C., *Globalization – Pros and cons [w:] „Quality – Access to Success”*, 2018. t. 19, nr S1
10. Bąk, A., *Jak male dzieci korzystają z urządzeń mobilnych? Raport na podstawie danych zebranych od rodziców*, „Dziecko krzywdzone. Teoria, badania, praktyka” 2015, t. 14 nr 3, <https://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-b7d9955d-cc67-4405-b7b5-ccc4fa88d22d/c/469-672-1-SM.pdf>
11. Butler, L.D., Koopman Ch., Zimbardo, P.G., *The Psychological Impact of Viewing the Film “JFK”: Emotions, Beliefs, and Political Behavioral Intentions*, „Political Psychology”, 1995, nr 16
12. Cebella A., Łucka I., *Zespół stresu pourazowego — rozumienie i leczenie*, „Via Medica – Psychiatria”, Gdańsk, 2007, t. 4, nr 3
13. Chambers, D., Cairns, K., Ivancic, L. *Young people, the internet and mental health*, „Irish Journal of Psychological Medicine”, 2018, nr 35
14. Citko A., Owsieniuk I., *Epidemiologia i skutki zdrowotne syndromu FOMO. Rola lekarzy rodzinnych we wczesnym rozpoznawaniu, leczeniu i profilaktyce syndromu FOMO u nastolatków i młodych dorosłych*, „Pediatria i Medycyna Rodzinna”, 2020 t. 16 nr 1
15. Cohen J., *Parasocial break-up from favorite television characters: The role of attachment styles and relationship intensity*, „Journal of Social and Personal Relationships” 2004, nr 21
16. Colbjørnsen T., Storstein Spilker H., *The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept*, „Media, Culture & Society”, 2020, t. 42, nr 7-8
17. Couldry N., Hepp A., *Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments*, „Communication Theory”, 2013, t. 23 nr 3

18. Cygan B., Kurowska B., *Spoleczne funkcjonowanie dziecka z zaburzeniami zachowania (i emocji). Studium przypadku*, „Konteksty Pedagogiczne”, 2021, t. 2 nr 17
19. Czerska I., *Pokolenie head down jako konsekwencja smartfonizacji społeczeństwa*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, 2016, nr 459
20. de Jesus Mari J., Oquendo M.A., *Mental health consequences of COVID-19: the next global pandemic*, „Trends Psychiatry Psychother”, 2020, t. 42, nr 3
21. Derrick, J.L., Gabriel, S., Hugenberg, K., *Social surrogacy: How favored television programs provide the experience of belonging*, „Journal of Experimental Social Psychology”, 2009, nr 45
22. Dhiman, B., Malik, P.S., *Psychosocial Impact of Web Series and Streaming Content: a Study on Indian Youth*, „Global Media Journal”, 2021, t. 19, nr 46, <https://www.globalmediajournal.com/open-access/psychosocial-impact-of-web-series-and-streaming-content-a-study-on-indian-youth.php?aid=90530> 10.02.23
23. Domański, H. i in., *Seriale telewizyjne a dystanse klasowe w Polsce*, „Studia Socjologiczne”, 2023, t. 1, nr 248
24. Drummond, A., Sauer J.D., Ferguson C.J., *Do longitudinal studies support long-term relationships between aggressive game play and youth aggressive behaviour? a meta-analytic examination*, „Royal Society Open Science”, 2020, t. 7, nr 7, <https://royalsocietypublishing.org/doi/full/10.1098/rsos.200373> 28.02.23
25. Ebrahimipour, H., Sadagheyani, F., Tatari, F., *Investigating the role of social media on mental health*, „Mental Health and Social Inclusion”, 2021, nr 2
26. Eyal, K., Cohen, J., *When good Friends say goodbye: a parasocial breakup study*, „Journal of Broadcasting and Electronic Media”, 2006, nr 50
27. Forni, D., *Young adults and tv series. Netflix and new forms of serial narratives for young viewers*, „MeTis. Mondi educativi. Temi, indagini, suggestioni”, 2020, t. 10, nr 1
28. Frey, B.S., Benesch, C., Stutzer, A., *Does watching TV make us happy?* „Journal of Economic Psychology”, 2007, nr 28
29. Gilbert, G., Williamson, C., Richards, J., Collier T.A., *Do Framed Mental Health Messages on Social Media Influence University Students' Motivation for Physical Activity?*, „Journal of Environment Research and Public Health”, 2021, t. 18, nr 16
30. Goban Klas T., *Media w płynnej pandemii 2020. Komunikacja w czasie lockdownu: oddzielnie, ale razem*, „Studia Medioznawcze”, 2020, nr 4
31. Grant M.J., El-Agha H., Ho T.T., Johnson S.D., *Commentary: Thirteen Reasons Why: The Impact of Suicide Portrayal on Adolescents' Mental Health*, „Journal Of Mental Health And Clinical Psychology”, 2020, t. 4, nr 2
32. Hagen A.N., *The playlist experience: personal playlists in music streaming services*, „Popular Music and Society”, 2015, t. 38, nr 5
33. Hanyga-Janczak, P., *Wychowanie z telewizorem w tle. o telewizji w codziennym życiu rodziny*, 2011, „Wychowanie w Rodzinie”, t. 3
34. Hubner W., *Świat, Chiny i globalizacja: bieżące tendencje i szok epidemii*, „Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie”, 2020, t. 54, nr 1
35. Hoffner C., Buchanan M., *Young Adults' Wishful Identification With Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes*, „Media Psychology”, 2005, t. 7, nr 4
36. Hong V., Ewell Foster C.J., Magness C.S., McGuire T.C., Smith P.K., King C. A., *13 Reasons Why: Viewing patterns and perceived impact among youths at risk of suicide*, „Psychiatric Service”, 2018 t. 70, nr 2 <https://psychiatryonline.org/doi/10.1176/>
37. Igartua, J.J., Frutos, F.J., *Enhancing attitudes toward stigmatized groups with movies: Mediating and moderating processes of narrative persuasion*, „International Journal of Communication”, 2017, nr 11
38. Inozemcev V., *Vesternizatsiya kak globalizatsiya i globalizatsiya kak amerikanizatsiya*, „Voprosy filosofii”, 2004, nr 4, s. 57-69. [za:] Rutovic Z., *Economic aspects of media globalization*, „Journal of International Studies”, 2016, t. 9, nr 2

39. Jabłońska M., *Współczesna konwergencja mediów w perspektywie użytkowników — modele oraz metody pomiaru*, „Studia i Perspektywy Medioznawcze”, 2020, nr 2
40. Jachimowski M., *Wpływ konwergencji mediów na kształtowanie się przestrzeni medialnej*, „Rocznik Prasoznawczy” 2012, nr 6
41. Jakubowicz K., *Mediatyzacja Internetu i internetyzacja mediów: wybrane aspekty regulacyjne*, „Transformacje”, 2007, nr 1/4/2008, nr 1/2
42. Jakubowski W., „Sex Education”, czyli serial jako źródło wiedzy o świecie młodzieży, „Studia Edukacyjne”, 2020 nr 57
43. Junke D., *Współzawodnictwo czy współpraca? Formalne i przemysłowe zależności kina i telewizji*, „Kwartalnik filmowy”, 2021 nr 115
44. Jupowicz-Ginalska A., Jasiewicz J., Kisilowska M., Baran T., Wysocki A., *Fear of missing out a korzystanie z urządzeń umożliwiających dostęp do mediów społecznościowych na podstawie badań polskich internautów*, „Forum socjologiczne”, 2018, nr 9
45. Karasińska A., *Pomiędzy ramówką a serialowym obżarstwem. Jak Polacy oglądają seriale?*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków, 2016, t. 59, nr 1 (225)
46. Kardefelt-Winther D., Rees G., Livingstone S., *Contextualising the link between adolescents' use of digital technology and their mental health: a multi-country study of time spent online and life satisfaction*, „Journal of Child Psychology and Psychiatry”, 2020, t. 61, nr 8
47. Kawecki W., *Wizualność współczesnej kultury*, „Roczniki Kulturoznawcze” 2022, t. 13, nr 1
48. Kicior B., *Po co nam media – po co my mediom? Funkcje i oddziaływania mediów masowych w społeczeństwie*, „Konteksty Społeczne” 2018, t. 6, nr 1
49. Kiejna A., Adamowski T., Piotrowski P., Moskalewicz J., Wojtyniak B., Świątkiewicz G., Stokowiszewski J., Kantorska-Janiec M., Zagdańska M., Kessler R.C., *Epidemiologia zaburzeń psychiatrycznych i dostępność psychiatrycznej opieki zdrowotnej. EZOP – Polska – metodologia badania*, „Psychiatria Polska”, 2015, t. 49, nr 1
50. Kimmerle, J., Cres, U., *The Effects of TV and Film Exposure on Knowledge about and Attitudes toward Mental Disorders*, „Journal of Community Psychology”, 2013, nr 41
51. Kopsztein M., *Komunikacja językowa w internecie na przykładzie Facebooka*, [w:] Walotek-Ściańska K., Szyszka M. (red.), *Komunikowanie się ludzi młodych we współczesnym świecie*, Wyższa Szkoła Administracji, Bielsko-Biała 2014
52. Konieczna E., *Seriale i ich odbiór jako odbicie zmian społeczno-kulturowych*, „Dyskursy Młodych Andragogów”, 2021, nr 22
53. Konik R., *Najnowsze nowe media i stare nowe media. Spór o definicję nowych mediów*, „DYSKURS: Pismo Naukowo Artystyczne ASP”, Wrocław, 2016, t. 22
54. Koszembar-Wiklik M., *Media społecznościowe w zarządzaniu komunikacji uczelni ze studentami*. „Kultura – Media – Teologia”, nr 21
- 55.
55. Kubrak, T., *Impact of Films: Changes in Young People's Attitudes after Watching a Movie*, XVI European Congress of Psychology, "Behavioral Science", 2020, t. 10, nr 5. <https://www.mdpi.com/2076-328X/10/5/86>. 27.02.23r.
56. Lather, J., Moyer-Guse, E. *How do we react when our favorite characters are taken away? An examination of a temporary parasocial breakup*, „Mass Communication and Society”, 2011, nr 14
57. Latta N., *Understanding Your Screenager*, „Insights for Families” 2018, nr 9
58. Lee Y., *Social media use and mental health during the COVID-19 pandemic in young adults: a meta-analysis of 14 cross-sectional studies*, „BMC Public Health”, 2022, t. 995, nr 22.
59. Leonowicz-Bukała I., Przywara B., *Bądźmy w kontakcie. Współczesna cyfrowa komunikacja permanentna*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2020, nr 3

60. Lewicka M., *Media – wartości – rodzina. Możliwości pedagogicznego wsparcia*, „Przegląd Pedagogiczny”, 2021, nr 1
61. Li, X., Vanderloo L.M., Keown-Stoneman C.D.G., *Screen Use and Mental Health Symptoms in Canadian Children and Youth During the COVID-19 Pandemic*, „JAMA Network”, 2021, nr 2, t. 10
62. Lisowska-Magdziarz, M., *Od redaktora: seriale – nowa jakość czy stare w nowej odsłonie?*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków 2016, t. 59, nr 1 (225)
63. Łuczak M., *Media jako katalizator globalizacji*, „Media i Społeczeństwo”, 2016, nr 6
64. Łuczak M., *Rola nowych technologii w ewolucji globalizacji. Studia Ekonomiczne*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, 2017, nr 317
65. Madžarević, G., Soto-Sanfiel, M.T., *Positive Representation of Gay Characters in Movies for Reducing Homophobia*, „Sexuality and Culture”, 2018, nr 22
66. Magda M., *Wykrywanie związku przyczynowo-skutkowego w sytuacjach moralnych przez dzieci dziesięcioletnie*, „Nauczyciel i Szkoła”, 1999, t. 2 nr 7
67. Marczyk M., *Cyberprzestrzeń jako nowy wymiar aktywności człowieka – analiza pojęciowa obszaru*, „Przegląd Teleinformatyczny”, Warszawa 2018, nr 1-2
68. Matrix S., *The Netflix Effect: Teens, Binge Watching, and On-Demand Digital Media Trends*, „Jeunesse: Young People, Texts, Cultures”, t. 6, nr 1, 2014
69. Mikułowski-Pomorski J., *Media wobec zjawisk współczesnej globalizacji*, „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie”, 2004, nr 654
70. Milczarek E., *Miejsce prawa do Internetu w krajowych porządkach prawnych*, „Przegląd Prawa Konstytucyjnego” 2023, nr 1
71. Moldovan R., *That Show You Like Might Be Coming Back in Style”: How Twin Peaks Changed the Face of Contemporary Television*, „American, British and Canadian Studies”, 2015, t. 24 nr 1
72. Myślak D.A., *Telewizja cyfrowa i jej cyfrowe pochodne a oczekiwania współczesnego odbiorcy*, „Media-Kultura-Komunikacja społeczna”, Olsztyn, 2017, t. 1 nr 13
73. Neill, R.D. i in. *Media consumption and mental health during COVID-19 lockdown: a UK cross-sectional study across England, Wales, Scotland and Northern Ireland*, „Journal of Public Health”, 2021, nr 3
74. Orben, A., *The Sisyphean cycle of technology panics*, „Perspectives on Psychological Science”, 2020, t. 15, nr 5
75. Peszko K., *Popularność mediów społecznościowych wśród różnych generacji*, „Marketing i zarządzanie”, nr 4, Szczecin, 2016
76. Peterson, T., *To binge or not to binge: a qualitative analysis of college students' binge-watching habits*, „Florida Community Journal”, 2016, nr 44
77. Pittman, M., Sheehan, K., *Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix*, „First Monday”, 2015, t. 20, nr 10
78. Pirkis, J., Blood R.W., Francis C., McCallum K., *On-screen portrayals of mental illness: extent, nature, and impacts*. „Journal of Health Communication”, 2006, t. 11, nr 5
79. Plager P., zarin-Pass M., Pitt M.B., *References to Netflix “13 Reasons Why” at clinical presentation among 31 pediatric patients*, „Journal of Children and Media”, 2019, t. 48, nr 8
80. Pużyński S., *Choroba psychiczna – problemy z definicją oraz miejscem w diagnostyce i regulacjach prawnych*, „Psychiatria Polska”, 2007 t. 41 nr 3
81. Powell J. L., Khan, *Ageing and Globalization: a Global Analysis*, „Journal of Globalization Studies”, 2013, t. 4, nr 1
82. Prensky M., *Digital Natives, Digital Immigrants*, „On the Horizon”, MCB University Press, 2001, t. 9, nr 5,
83. Prauzner T., *Wpływ nowoczesnych mass mediów na osobowość człowieka*, „Edukacja – Technika – Informatyka / Wybrane problemy edukacji informatycznej i informacyjnej” 2010, nr 1, cz. 2

84. Prufer P., Stachowicz N., *Natura globalizacji kulturowej i jej technologiczne narzędzia*, „Zeszyty Naukowe Ruchu Studenckiego” 2013, nr 1
85. Przybylski A.K., Murayama K., DeHaan C.R., Gladwell V., *Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out*, „Computers in Human Behavior” 2013, nr 4
86. Racine N., *Child and adolescent mental illness during COVID-19: a rapid review*, „Psychiatry Research” 2020, nr 292
87. Rahat M., Mojgani R., Lethbridge G., Al-Bya H. *Problematic video-streaming: a short review*, „Current Opinion in Behavioral Sciences”, 2022, t. 48, nr 4
88. Rosa G.S.D., andrades G.S., Caye A., Hidalgo M.P., de Oliveira M.A.B., Pilz L.K., *Thirteen Reasons Why: The impact of suicide portrayal on adolescents' mental health*, „Journal of Psychiatry Research”, 2019, nr 108, <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/30412785/>
89. Rowlands I., *The Google generation: the information behaviour of the researcher of the future*, „Emerald Insight”, 2008, t. 60, nr 4
90. Rutovic Z., *Economic aspects of media globalization*, „Journal of International Studies”, 2016, t. 9, nr 2
91. Scolari C.A., *The Grammar of Hypertelelevision: An Identikit of Convergence-Age Fiction Television (Or, How Television Simulates New Interactive Media)*, „Journal of Visual Literacy”, 2009, t. 28, nr 1
92. Siregar A.N., Pelargin-angin A., Mono U., *The Cultural Effect of Popular Korean Drama: Squid Game*, "IDEAS: Journal on English Language Teaching and Learning, Linguistics and Literature", 2021, t. 9, nr 2
93. Smith C., *The Netflix effect: How binge-watching is changing television*, „Techradar”. <http://www.techradar.com/us/news/internet/the-netflix-effect-how-binge-watching-is-changing-television-1215808>, 01.03.23
94. Smoliński P., Środa-Murawska S., Grzelak-Kostulska E., *Uczestnictwo w kulturze w małym mieście. Perspektywa Pokolenia Z*, „Space – Society – Economy”, 2019, nr 28
95. U Solińska, *Sposoby spędzania czasu preferowane przez młodzież gimnazjalną a ich środowisko rodzinne*, „Проблеми сучасної психології”, Kamień Podolski 2015
96. Sorana Matei C., *Globalization – An Anthropological Approach*, „Procedia – Social and Behavioral Sciences”, 2014, nr 141
97. Sokołowski Ł., *Serial jako element praktyk społecznych*, „Kultura i Społeczeństwo”, 2011, nr 2–3
98. Sołodki P., *Serial internetowy – notatki o zjawisku*, „Panoptikum” 2018, nr 20
99. Stasiuk-Krajewska K., *o (nie)nowych konsekwencjach nowych mediów. Szkic krytyczny*, „Nowe Media. Studia i Rozprawy”, 2012, nr 3
100. Su, Z., McDonnell, D., Wen J., Kozak M., Abbas J., Segalo S., Li X., Ahmad J., Cheshmehzangi A., Can Y., Yang L., Xiang Y-T., *Mental health consequences of COVID-19 media coverage: the need for effective crisis communication practices*, „Globalization and Health”, 2021, t. 17, nr 4
101. Sung, Y.H.; Kang, E.Y.; Lee, W. *Why do we indulge? Exploring motivation for binge-watching*. „Journal of Broadcasting Electronic Media” 2018, t. 62 nr 3
102. Sulej W., Ziolkowska M., *Efektywność mediów strumieniowych*, „Biuletyn Instytutu Automatyki i Robotyki”, 2011, nr 30
103. Sząberek M., *Platforma strumieniowa Netflix– domena VOD czy nowa forma telewizji jakościowej? Historia i sposoby dystrybucji*, „Panoptikum”, 2018 t. 20, nr 27
104. Szczepanowska E., Fiedler M., *Internet jako medium o doniosłym wpływie na zdrowie człowieka u progu dorosłości*, „Studia Periegetica” nr 4, 2010
105. Sznajderski T., *Człowiek w świecie wszechobecnych mediów*, „Media i społeczeństwo” 2017, nr 7
106. Szpunar M., *Czym są nowe media – próba konceptualizacji*, „Studia Medioznawcze”, 2008, nr 4

107. Szpunar, M., *Koncepcja bańki filtrującej a hipernarcyzm w nowych mediach*, „Zeszyty Prasoznawcze”, Kraków 2018, t. 61, nr 2
108. Szynol A., *Konwergencja mediów w praktyce*, „Media-Kultura-Społeczeństwo”, 2012-2013, nr 7-8
109. Tatari, F., Ebrahimpour Sadagheyani, H. *Investigating the role of social media on mental health*, „Mental Health and Social Inclusion”, 2021, nr 2
110. Tereszko A., Dudek D., *Różnice międzypłciowe w zaburzeniach psychicznych*, „Neuropsychiatria i Neuropsychologia”, 2017, t. 12 nr 4
111. Todd A. R., Galinsky A. D. Bodenhausen G. V., „*Perspective taking undermines stereotype maintenance processes: Evidence from social memory, behavior explanation, and information solicitation*”, „Social Cognition”, 2012, t. 30, nr 1,
112. Torp S., Reiersen J., *Globalization, Work, and Health: a Nordic Perspective*, „International Journal of Environmental Research and Public Health”, 2020, t. 17 nr 20
113. Valkenburg, P.M. i in. *Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence*, „Current Opinion in Psychology”, 2022, nr 44
114. Vuorre, M., Orben, A., Przybylski, A.K. *There Is No Evidence That Associations Between Adolescents' Digital Technology Engagement and Mental Health Problems Have Increased*, „Clinical Psychological Science”, 2021, t. 9, nr 5. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2167702621994549> 01.03.23
115. Wasylewicz M., *Transformacja sposobu komunikowania się pokolenia X, Y, Z – bilans zysków i strat*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Pedagogika”, 2016, nr 13
116. Waśko R. *Efekt trzeciej osoby jako jeden z przejawów wpływu mediów na odbiorcę. Geneza i perspektywy badawcze*, „Przestrzeń Społeczna”, 2021, t. 1 nr 21
117. Wawrzonkiewicz- Słomska A, Cholewa E. „*Oddziaływanie mediów na dzieci i młodzież*, „Problemy Współczesnej Pedagogiki”, 2017, t. 3, nr 1
118. Webster G.D., Campbell J.T., *Personality perception in Game of Thrones: Character consensus and assumed similarity*, „Psychology of Popular Media”, 2023, t. 12, nr 2
119. Wheeler, K., *The Relationships Between Television Viewing Behaviors, Attachment, Loneliness, Depression, and Psychological Well-Being*, „University Honors Program Theses – Georgia Southern University”, 2015, nr 4
120. Winiarczyk, P., *Różnice pokoleniowe w praktykach odbioru platform streamingowych*, „Mediatizations Studies”, UMCS Lublin 2022 t. 6, nr 22
121. Witczak O., *Nowe Media w Budowaniu Marki i wizerunku Przedsiębiorstwa*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, Katowice, 2013, nr 140
122. Wolniak R., *Istota Procesów Internacjonalizacji przedsiębiorstw*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej” Seria Organizacja i zarządzanie, 2018, t. 108
123. Wójcik A., *Ceny wzrosną, Badania Marketingowe*, „Jubileuszowy Rocznik Polskiego Towarzystwa Badaczy Rynku i opinii”, 2015/16, edycja XX „Czas triangulacji”
124. Zawadzki B., Strelau J., *Zaburzenia pourazowe jako następstwo kataklizmu*, „Nauka”, 2008, nr 2
125. Zhong, B. i in. *Mental health toll from the coronavirus: Social media usage reveals Wuhan residents' depression and secondary trauma in the COVID-19 outbreak*, „Computers in Human Behavior”, 2021, t. 114, nr 1

Opracowania

1. American Psychiatric Association. *Disruptive, Impulse-Control, and Conduct Disorders*. [w:] *Diagnostic and statistical manual of mental disorders 5th edition, Text Revision*, Copyright 2022
2. Adamczewska K., *Rola mediów we współczesnych modelach przepływu informacji politycznych*, Rozprawa doktorska, Uniwersytet Adama Mickiewicza, Poznań 2020

3. Adamski A., Gawroński S., Szewczyk M. (red.), *Nauki o mediach i komunikacji społecznej. Krystalizacja dyscypliny w Polsce, Tradycje, nurty, problemy, rezultaty*, Oficyna wydawnicza ASPRA, Warszawa – Rzeszów 2017
4. Adamski A., *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, ELIPSA, Warszawa 2012
5. Alexander J.C., Jacobs R.N., *Communication, ritual and society*, [w:] Liebes T., Curran J. (red.) *Media, Ritual and Identity*, Londyn – Nowy Jork 1998
6. Apanowicz J., *Metodologiczne uwarunkowania pracy naukowej. Prace doktorskie, prace habilitacyjne*, Wydawnictwo Difin S.A., Warszawa 2005
7. Aronson, E., *Człowiek istota społeczna*. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1978
8. Aronson, E. i in., *Psychologia społeczna. Serce i umysł*. Zys i S-ka, Gdańsk, 1997
9. Babbie, E.R., *The Practice of Social Research*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003
10. Baran D., *Wymiary współczesnego serialu telewizyjnego*, [w:] Bruszevska-Przytuła D., Naruszewicz-Duchlińska A. (red.) *Seriale w kontekście kulturowym. Gatunki – Motywy – Mutacje*, Olsztyn 2016
11. Bauman Z., *Globalizacja. i co z tego dla ludzi wynika*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2000
12. Błasiak, A., *Aksjologiczne aspekty procesu wychowania. Wybrane zagadnienia*, Kraków, 2009, Wydawnictwo WAM.
13. Bigaj M., Dębski M., „Młodzi cyfrowi”, Fundacja Dbam o Mój Z@sięg, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdynia 2019
14. Briggs A., Burke P., *Společna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu*, tłum. J. Jedlioski, PWN, Warszawa 2010
15. Bogunia-Borowska M., *Fenomen telewizji: Interpretacje socjologiczne i kulturowe*, Kraków 2012
16. Cambi F., *Media education tra formazione e scuola. Principi, modelli, esperienze*, ETS, Pisa 2010
17. Cardwell S., *Czy telewizja jakościowa jest dobra? Różnice gatunkowe, oceny oraz kłopotliwa kwestia krytycznego osądu*, [w:] Bielak T., Filiciak M., Ptasek G., (red.) *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, Warszawa 2011
18. Carlsson U., *Foreword*, [w:] *Youth. Media. Globalisation*, UNESCO, Goteberg 2002
19. Castells M., *Společzeństwo sieci*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007
20. Christensen B.J., Kowalczyk C. (red.), *Introduction to Globalization: Strategies and Effects*, Springer, Berlin – Heidelberg 2017
21. Cikała, K., *Życie w rytmie serialu. Rola serialu w kształtowaniu świata wartości widzów*, (w:) A. Krawczyk-Łaskarzewska, A. Naruszewicz-Duchlińska, P. Przytuła (red.), *Seriale w kontekście kulturowym. Gatunki, konwergencja, recepcja*, Olsztyn 2014.
22. Ciszewski S., *Popkultura a kryzys przekazu wartości wśród pokoleń czasu polskiej transformacji*, [w:] A. Gromkowska-Melosik, *Kultura popularna i (re)konstrukcje tożsamości*, WSH, Poznań-Leszno, 2007
23. De Barbaro B., *Wprowadzenie do systemowego rozumienia rodziny*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1994
24. de Kerckhove D., *Inteligencja otwarta*, Warszawa 2001
25. Dobek-Ostrowska, B., *Nauka o komunikowaniu: podstawowe orientacje teoretyczne*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001
26. Dragan M., *Czas wolny młodzieży gimnazjalnej*, [w:] Banach M., Gierat T.W., *Formy spędzania czasu wolnego*, Scriptum, Kraków 2013
27. Dijk J. van, *Společne aspekty nowych mediów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010
28. Erikson E. H., Erikson J. M., *The Life Cycle Completed: Extended Version*, W. W. Norton, Nowy Jork 1998

29. Fiske J., *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Astrum, Wrocław 1999
30. Fliciać M., *Media, Wersja Beta, Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*, Wyd. Naukowe Katedra, Gdańsk 2013
31. Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D., *Metody badawcze w naukach społecznych*, Zysk i S-ka, Poznań 2001
32. Flanek C., Kucharski m., Sztanc J., *Elementy metodyki opracowywania prac promocyjnych*, Fundacja Innowacja, Warszawa 2010
33. Gałuszka M., *Między przyjemnością a rytuałem. Serial telewizyjny w kulturze popularnej*, Wydawnictwo Akademii Medycznej, Łódź 1996
34. Goban-Klas T., *Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja*, WSiP, Warszawa 2005
35. Goban-Klas T., *Diagnoza medialna jako fundament opisu stanu mediów*, [w:] T. Bielak, G. Ptaszek (red.), *Media.pl. Badanie nad mediami w Polsce*, Libron, Kraków 2016
36. Goban-Klas T., *Internet jako paradoks*, [w:] M. Szpunar (red.), *Paradoksy internetu. Konteksty społeczno-kulturowe*, Toruń 2011
37. Goban-Klas T., *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji*, Universitas, Kraków 2011
38. Goban-Klas T., *Edukacja wobec pokolenia SMS-u*, [w:] W. Strykowski, W. Skrzydlewski (red.), *Media i edukacja w dobie integracji*, eMPi, Poznań 2002
39. Goban-Klas T., *Spółeczeństwo medialne*, Wyd. WSiP, Warszawa 2005
40. Gorman L., McLean D., *Media i społeczeństwo. Wprowadzenie historyczne*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010
41. Goban-Klas T., Sienkiewicz P., *Spółeczeństwo informacyjne: szanse, zagrożenia, wyzwania*, Kraków: Wydawnictwo Postępu Telekomunikacji, 1999
42. Godzic W., *Telewizja i jej gatunki (po „Wielkim Bracie”)*, Kraków 2004
43. Gorman L., McLean D., *Media i społeczeństwo. Wprowadzenie historyczne*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010
44. Góra M., *Fenomen musi have i postawa wobec własności i posiadania u kredytobiorców*” Praca magisterska. Katolicki Uniwersytet Lubelski, 2015
45. Grubicka J., *Cybermedia jako istotne narzędzie kreujące przestrzeń społeczno-kulturową współczesnej młodzieży*, [w:] Maciąg M., Maciąg K. (red.), *Dzieci i młodzież w XXI w. – ujęcie społeczne*, Wydawnictwo Naukowe Tygiel, Lublin 2017
46. Haidt J., *Niespokojne pokolenie. Jak wielkie przeprogramowanie dzieciństwa wywołało epidemię chorób psychicznych*, Wydawnictwo Zysk i s-ka, Poznań 2025
47. Herbert D., Lotz A. D., Marshall L., *Approaching Media Industries Comparatively: A Case Study of Streaming*, „International Journal of Cultural Studies”, 2019, t. 22, nr 3
48. Holt R., *Dialogue On the Internet: Language, Civic Identity, and Computer-mediated Communication Civic Discourse for the Third Millennium*, Greenwood Publishing Group, Londyn 2004
49. Horton D., Wohl R., *Komunikacja masowa i paraspółeczna interakcja. Uwagi o intymności na odległość*, [w:] Gwóźdź A. (red.), *Pejzaże audiowizualne. Telewizja. Wideo. Komputer*, Kraków 1997
50. Innocenti V., Pescatore G., *Le nuove forme della serialità televisiva*, Archetipo Libri, Bologna 2014
51. Iwaniec I., *Czas wolny młodzieży licealnej*, [w:] Banach M., Gierat T.W., *Formy spędzania czasu wolnego*, Scriptum, Kraków 2013
52. Jabłońska M.R., *Człowiek w cyberprzestrzeni. Wprowadzenie do psychologii internetu*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2018
53. Jarczyńska J., *Tożsamość młodzieży w świecie mediów cyfrowych. Znaczenie i funkcje mediów cyfrowych w procesie kształtowania tożsamości dorastających osób*, Wydawnictwo Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2021
54. Jakubowicz K., *Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza*, Poltext, Warszawa 2011

55. Jonscher Ch., *Życie okablowane. Kim jesteśmy w epoce przekazu cyfrowego*, Wydawnictwo Muza, Warszawa 2001
56. Juszczak, S., *Człowiek w świecie elektronicznych mediów – szanse i zagrożenia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2000
57. Kantyka Z., *Konwergencja mediów a polityczna sfera życia społecznego*, [w:] Z. Oniszczyk, M. Wielopolska-Szymura (red.), *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2012, t. 1
58. *Klasyfikacja zaburzeń psychicznych i zaburzeń zachowania w ICD-10*, Uniwersyteckie Wydawnictwo Medyczne „Vesalius”, Warszawa 1998
59. Kłeczek J., *Czy ten bohater powinien umrzeć? Koncepcja serialu „interaktywnego” na podstawie serii gier Dreamfall: Chapters*, [w:] Panek B., Wójtowicz A. (red.) *Między trendem a tradycją. Kulturowe oblicza seriali*, Lublin 2015
60. Kisielska A., *Serial telewizyjny jako forma mitologizacji kultury*, [w:] Kisielska A. (red.) *Między powtórzeniem a innowacyjnością. Seryjność w kulturze*, Wydawnictwo Rabid, Kraków 2004
61. Kozłowska, A., *Oddziaływanie mass mediów*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2006.
62. Kowalski T., *Komunikacja w czasach Internetu – powrót do źródeł?*, [w:] A. Adamski, S. Gawroński, M. Szewczyk (red.), *Nauki o mediach i komunikacji społecznej, Krystalizacja dyscypliny w Polsce, Tradycje, nurty, problemy, rezultaty*, Oficyna wydawnicza ASPRA, Warszawa- Rzeszów 2017
63. Kuś R., *Historia Telewizji Amerykańskiej*, Repozytorium Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, 2013
64. Kwiek J., *Telenowela a edukacja. Studium psychologiczne*, Poznań 2005
65. Levinson P., *New, new media*, Penguin Academics, Nowy Jork 2014
66. Lewczuk J., Jędrzejko M.Z., *Psychologiczne konteksty aktywności dzieci i młodzieży* [w:] S. Bębas, Z. Jędrzejko, K. Kasprzak, A. Szwedzik, A. Taper (red.), *Cyfrowe dzieci. Zjawisko, uwarunkowania, kluczowe problemy*, Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR, Warszawa 2017
67. Lewicki, *Od Hause’a do Shreka. Seryjność w kulturze popularnej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2011
68. Lisowska-Magdziarz M., *Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów*, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2006
69. Linton, R., *Kulturowe podstawy osobowości*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1975
70. Lister M, Kelly K., Giddings S., Dovey J., Grant I., *Nowe Media. Wprowadzenie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009
71. Lotz A.D., *Portals: a Treatise on Internet-Distributed Television*, Ann Arbor, MI: Maize Books, 2017 <https://quod.lib.umich.edu/m/maize/mpub9699689/1:3/--portals-a-treatise-on-internet-distributed-television?rgn=div1;view=fulltext>.
72. Lotz A.D., *We Now Disrupt This Broadcast: How Cable Transformed Television and the Internet Revolutionized It All*, The MIT Press, Cambridge 2018
73. Lotz A.D., *Zrozumieć telewizję u progu ery postsieci (Post-Network Era)*, [w:] Bielak T., Filiciak M., Ptaszek G. (red.) *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, Warszawa 2011
74. Lubelski T. (red.), *Encyklopedia kina*, Biały Kruk, Kraków 2003
75. Majewska J., *Wpływ pandemii koronawirusa na branżę rozrywkową na przykładzie wybranych przedsiębiorstw, w: Ekonomia i międzynarodowe stosunki gospodarcze*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2021
76. Mandelbaum M., *The Road to Global Prosperity*, Simon & Schuster, Nowy Jork 2014
77. Manovich L., *Język nowych mediów*, WAIp, Warszawa 2006
78. Melosik Z., *Kultura popularna i tożsamość młodzieży. w niewoli władzy i wolności*, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2013

79. Mersch D., *Teorie mediów*, tłum. E. Krauss, Warszawa: Sic! 2010.,
80. Mika, S., *Psychologia społeczna*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1984
81. McGrew A., Paul L., *Global Politics: Globalization and the Nation-State*, Cambridge: Polity Press, Cambridge 1992
82. McLuhan M., *Zrozumieć media: Przedłużenia człowieka*, WNT, Warszawa 2004
83. McLuhan M., Fiore Q., *War and Peace in the Global Village*, Nowy Jork 1968
84. McQuail D., *McQuail's Mass Communication Theory*, Sage Publications, Londyn 2010
85. Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka i biznes*, Oficyna Wydawnicza Aspra, Warszawa 2001
86. Mrozowski, M., *Między manipulacją a poznaniem: Człowiek w świecie mass mediów*, Centralny Ośrodek Metodyki Upowszechniania Kultury, Warszawa 1991
87. Morris J.W., *Selling Digital Music: Formatting Culture*, University of California Press, Oakland, 2015
88. Muszyńska, K., *Musisz to obejrzeć! Analiza funkcjonowania oraz oddziaływania seryjności i serialu telewizyjnego w kulturze popularnej*, (w:) B. Panek, A. Wójtowicz (red.), *Między trendem a tradycją, kulturowe oblicza seriali*, PANDORA, Lublin 2015
89. Niewęglowski M., *Przedmowa do wydania polskiego*, [w:] J. van den Bergh, M. Behrer, *Jak kreować marki, które pokocha pokolenie Y*, Wydawnictwo Samo Sedno, Warszawa 2012
90. Nordgård D., *Lessons from the world's most advanced market for music streaming services*, [w:] P. Wikström, P. DeFillippi (red.), *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham 2016
91. Nowak J., *Polityki sieciowej popkultury*, Wyd. UMCS, Lublin 2017
92. Pater A., *Telenowela jako naturalne środowisko współczesnego Kopciuszka*, [w:] Jakubowski W., Zierkiewicz E. (red.) *Edukacyjne konteksty kultury popularnej*, Oficyna Wydawnicza Impuls Kraków 2002
93. Pawlik, *Seriale radiowe w internecie – sztuka audialna w procesie konwergencji*, w: Z. Oniszczyk, M. Wielopolska-Szymura (red.), *Konwergencja mediów masowych i jej skutki dla współczesnego dziennikarstwa*, Uniwersytet Śląski, Katowice 2012, t. 1.
94. Pisarek W., *Słownik terminologii medialnej*, Wydawnictwo Universitatis, Kraków 2012
95. Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008
96. Rzepecka M., Szewczyk M., *When We Are Brought up by Netflix – On the Educational Role of Streaming Media*, [w:] Gawroński S., Szewczyk M., Bis Ł. (red.), *Social and marketing communication in education and didactics. International Experience*, University of Information Technology and Management in Rzeszów, Rzeszów 2022
97. Sztumski J., *Wstęp do metod i technik badań społecznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2010
98. Szacka B., *Wprowadzenie do socjologii*, Oficyna – „W” Naukowa, Warszawa 2003
99. Sales N., *American girls: Social media and secret lives of teenagers*, Knopf, Nowy Jork 2016
100. Satir V., *Terapia rodziny. Teoria i praktyka*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2000
101. Scholte J.A., *Globalizacja krytyczne wprowadzenie*, Humanitas, Katowice 2013
102. Shih W., Kaufman S.P., Spinolia D., *Netflix*, Harvard University Press, Cambridge 2007
103. Smoręda A., *Internetowy serial telewizyjny. Netflix i jego konkurenci, a tradycyjna telewizja*, [w:] Panek B., Wójtowicz A., *Między Trendem a Tradycją. Kulturowe oblicza seriali*, UMCS, Lublin 2015
104. Sobol E., (red.), *Mały słownik języka polskiego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1995

105. Stachówna G., *Seriale – opowieści telewizyjne*, [w:] Czaja D. (red.), *Mitologie popularne. Szkice z antropologii współczesności*, TAIWPN Universitas, Kraków 1994
106. Standage T., *The Victorian Internet: The Remarkable Story of the Telegraph and the Nineteenth Century's On-line Pioneers*, New York: Berkley Books, 1998, [w:] M. Szpunar, *Nowe-Stare Medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2012
107. Stanoeva M., *Hate Watching Trash TV: Intersections of Class and AntiFandom*, Graduate Program in Communication and Culture, York University, Toronto 2016
108. Stefańska-Klar, R. *Późne dzieciństwo. Młodszy wiek szkolny*. W: Charwas-Napierała, B., Trempała, J. (red.), *Psychologia rozwoju człowieka. Charakterystyka okresów życia człowieka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, t. 2
109. Strauss W., Howe N., *Generations. The History of America's Future, 1584 to 2069*, Harper Perennial, Quil 1991
110. Surowiec, M. *Uzależnienie od social media a depresja wśród młodzieży na przykładzie podkarpackich licealistów*, Rozprawa Doktorska, Rzeszów 2020
111. Szewczyk M., *Polityka audiowizualna Unia Europejska – Polska, wybrane zagadnienia, Stan prawny – grudzień 2002*, Urząd Komitetu Integracji Europejskiej, Warszawa 2002
112. Szpunar M., *Nowe-Stare Medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a reprodukowaniem schematów komunikowania masowego*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2012
113. Szymańska J., *Zapobieganie samobójstwom dzieci i młodzieży, Poradnik dla pracowników szkół i placówek oświatowych oraz rodziców.*, Wyd. II, „Ośrodek Rozwoju Edukacji”, Warszawa 2012
114. Thompson J.B., *Media i nowoczesność. Społeczna historia mediów*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2001
115. Thompson R. J., *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*, Continuum, Nowy Jork 1996
116. Twenge J., *iGen. Dlaczego dzieciaki dorastające w sieci są mniej zbuntowane, bardziej tolerancyjne, mniej szczęśliwe – i zupełnie nieprzystosowane do dorosłości*, Wyd. Smak Słowa, Sopot 2019
117. Uszyński J., *Telewizyjny pejzaż genologiczny*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004
118. van den Bergh J., Behrer M., *Jak kreować marki, które pokocha pokolenie Y*, Wydawnictwo Samo Sedno, Warszawa 2012
119. Waśko R., *Wybrane aspekty różnicujące pokolenie X, Y i Z w kontekście użytkowania nowych technik i internetu*, [w:] Z. Rykiel, J. Kinała (red.), *Socjologia codzienności jako niebanalności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2016
120. Wrzesień W., *Europejczy poszukiwacze. Impresje na temat współczesnego pokolenia polskiej młodzieży*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009
121. Wojciszke B., *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2012
122. Wojewoda M., *Aspekty globalizacji w ujęciu Zygmunta Baumana na tle polskich dyskusji*, [w:] *Współczesna filozofia społeczna w Polsce: wybrane problemy*, T. Czakon, D. Śleńczek-Czakoń (red.), Wydawnictwo Śląsk, Katowice 2014
123. Wójtowicz A., *Między trendem a tradycją. Kulturowe oblicza seriali*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015
124. Yang, F., Bergh, B., *Movies Influence on Country Concept*, (w:) J.A. Fullerton i in. (red.), *Shaping International Public Opinion a Model for Nation Branding and Public Diplomacy*, Peter Lang, Nowy Jork 2017
125. Zacher L.W., *Etykietowanie przyszłych społeczeństw – kryteria, określenia, ewaluacje*, [w:] M. Sokołowski, *u progu wielkiej zmiany. Media w kulturze XXI wieku. Nurty – kategorie – idee*, Oficyna Wydawnicza „Kastalia”, Olsztyn 2005

126. Zaraziński G., *Komunikacja i media. Wprowadzenie*, [Wydawca Zaraziński Grzegorz] Siedlce 2008
127. Zimbardo, P., Gerrig, R.J., *Psychologia i życie*, PWN, Warszawa 2008
128. Zrzavy P., Book Review: Amanda D. Lotz, *The Television Will Be Revolutionized*, NYU Press, 2007
129. Zwoliński A., *Obraz w relacjach społecznych*, WAM, Kraków 2004
130. Zyzik G., *Bazinga! Rozważania o nerdach i geekach*, [w:] Panek B., Wójtowicz A. (red.) *Miedzy trendem a tradycją. Kulturowe oblicza seriali*, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2015

Netografia

1. *About Netflix*, <https://media.netflix.com/en/about-netflix>, 15.01.23
2. Allegro, *Najnowsze premiery? Wypróbuj Max*, https://allegro.pl/inspiracje/premiery-hbo-max?dd_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F#zobacz-filmy-i-seriale-hbo-max-ktore-ukazaly-sie-w-lipcu-2024-r-, 28.05.25
3. Barnes B., *Disney Show Will Appear First on App for Tablets.*, „New York Times”, 27.10.2013, <https://www.nytimes.com/2013/10/28/business/media/disney-show-will-appear-first-on-app-for-tablets.html> 16.12.22
4. Biernacik, J., *Krwawe klasy na ciężkie czasy – fenomen serialu 'Squid Game', Ostatnia Tawerna*, <https://ostatniatawana.pl/krwawe-klasy-na-ciezkie-czasy-fenomen-serialu-squid-game/> 30.11.21
5. Biznes Insider, *Eksploracja treści wideo stała się faktem również w Polsce. Są wyniki przełomowego badania dot. telewizji i internetu*, <https://businessinsider.com.pl/biznes/media/ogladalnosc-telewizji-i-wideo-w-internecie-badanie-nielsen-media/jv9v962> 11.11.22
6. Bloomberg, *These are Netflix's Most Popular Shows*, <https://www.bloomberg.com/news/newsletters/2022-03-13/these-are-netflix-s-most-popular-shows-according-to-netflix> 10. 01. 23
7. British Broadcasting Corporation, *Netflix adds warning to 13 Reasons Why after criticism from mental health charities*, 05. 2017, <https://www.bbc.com/news/newsbeat-39778848> 11.05.22
8. Burszta W., *Globalizacja*, Encyklopedia Internetowa PWN, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3905881/globalizacja.html>, 18.11.20
9. Carson S., *Elite on Netflix: why are adults so obsessed with watching high school teenagers on TV?* „The Paper”, <https://inews.co.uk/culture/television/elite-netflix-high-school-tv-teen-drama-adults-obsessed-205911?srsId=AfmBOoqSOuAx31VMbNV-nfTGzzIV1Duq0JEg0YMgGywPvI0b1GsRiBxM>, 18.02.25
10. Chrobot M. *E jak internet, czyli psychologia pewnej przeglądarki* <https://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/e-jak-internet-czyli-psychologia-pewnej-przegladarki/ddwzm9b>, 14.08.21
11. Chwistek M., *Nastolatki są "zmuszane" do korzystania z iPhone'a. Za zielone dymki grozi im społeczne wykluczenie*, <https://www.komputerswiat.pl/artykuly/redakcyjne/nastolatki-sa-zmuszane-do-korzystania-z-iphonea-za-zielone-dymki-grozi-im-spoeczne-mr6j0vz>, 07.07.22
12. Columbia Social Work Review, *Mental Health Practice Representation in Television*, <https://journals.library.columbia.edu/index.php/cswr/announcement/view/328>, 09.10.2020
13. Czerniawski A., *Tyle informacji, tyle niepotrzebnych*, sierpień 2017, <https://redakcjabp.pl/8956/tyle-informacji-tyle-niepotrzebnych>, 18.08.22
14. Dottle, R., *'The Queen's Gambit' Chess Boom Moves Online*, Bloomberg, <https://www.bloomberg.com/graphics/2020-chess-boomfbclid=IwAR3zxjdgVxYMQeYsinA4veb3OE8ssVLqPVZHGaeZWdx2PLTKKIRSu3ID08g>. 07.05.22

15. Drózd, D., *Fenomen 'Squid Game'. Czy przemoc występuje tu dla samej przemocy?*, „wyborcza.pl”, <https://wyborcza.pl/7,101707,27689947,phenomen-squid-game-czy-przemoc-wystepuje-tu-dla-samej-przemocy.html>, 30.11.21
16. Encyklopedia Internetowa PWN <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3905881/globalizacja.html%20target=> 18.11.20
17. Foray C., Baschnonga A., *Global Digital Home Study Report 2024* Ernst & Young 2024 https://www.ey.com/en_ch/functional/forms/download/ey-global-digital-home-study-report-2024 22.01.25
18. Fundacja Autismo, *Jak często występuje Autyzm – epidemiologia* <http://www.autismo.pl/wiedza-o-autyzmie/jak-czesto-wystepuje-autyzm-epidemiologia/> 05.02.23
19. Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę, *SQUID GAME – serial nie dla dzieci! Rosnąca przemoc wśród najmłodszych*, <https://fdds.pl/o-fundacji/co-nowego-w-fundacji/squid-game-serial-nie-dla-dzieci.html> 10.05.22
20. Galas B., *Squid game dotarło do polskich szkół, uczniowie imitują swoją śmierć. Ekspertka wyjaśnia jak oglądanie serialu wpływa na psychikę*, „Strefa edukacji”, <https://strefaedukacji.pl/squid-game-dotarlo-do-polskich-szkol-uczniowie-imituja-swoja-smierc-ekspertka-wyjasnia-jak-ogladanie-serialu-wplywa-na-psychike/ar/c5-15870343> 10.05.22
21. GAZETA.PL, *„HBO w specjalnej kampanii walczy ze stygmatyzacją chorób psychicznych. Zmieni istniejące już programy”*, Gazeta.pl, 12.10.19, <https://kultura.gazeta.pl/kultura/7,127222,25299990,hbo-w-specjalnej-kampanii-walczy-ze-stygmatyzacja-chorob-psychicznych.html> 20.05.2020
22. Grupa LuxMed, *Pokolenie Z a kryzys zdrowia psychicznego: dlaczego młodzi Polacy odczuwają największy niepokój?* 16.09.2024. <https://38pr.prowly.com/351330-pokolenie-z-a-kryzys-zdrowia-psychicznego-dlaczego-mlodzi-polacy-odczuwaja-najwiekszy-niepokoj> 16.01.25
23. Hall G., *Disney Targets Tots for Binge Watching*, „American City Business Journals”, 29.10.2013, <http://www.bizjournals.com/losangeles/news/2013/10/29/disney-target-tots-for-binge-watching.html> 20.03.2021
24. Heitzman J., *Trzeba odejść od XIX-wiecznego modelu psychiatrii*, „Polityka Zdrowotna”, 2017, <https://www.politykazdrowotna.com/17032,prof-heitzman-trzeba-odejsc-od-xix-wiecznego-modelu-psychiatrii> 25.11.2020
25. Heitzman J., i in., *Klasyfikacja zaburzeń psychicznych – koncepcyjne założenia ICD-11*, Aktualności – Psychiatria Polska, http://www.psychiatriapolska.pl/uploads/images/PP_6_2011/Aktualnosci157_Psychiatria_Polska_6_2011.pdf, 30.11.2021
26. Isaac A., *Expressions in genrelessness: Genre in the Netflix era of television*, Maj 2020, https://etd.ohiolink.edu/apexprod/rws_etd/send_file/send?accession=bgsu1587127717977521&disposition=inline
27. Jarecki, M., *Czy 'Euforia' może namieszać nastolatkom w głowach? Zapytaliśmy o to psychologa*, „Spider's Web”, 10.02.2022 <https://rozrywka.spidersweb.pl/euforia-sezon-2-serial-szkodliwy-narkotyki-krytyka-s02e05-hbo>. 03.03.2022,
28. Jarecki, M., *Nastolatka przedawkowała, bo chciała być jak bohaterka serialu HBO. Tragedia po obejrzeniu Euforii*, „Spider's Web”, 10.02.2022, <https://rozrywka.spidersweb.pl/euforia-sezon-2-nastolatka-przedawkowala-szkodliwosc-serial-hbo-zendaya>.
29. Jasnoch J., *To koniec dużego ekranu? Kino vs. streaming: analiza wojny gigantów*, „Na Ekranie”, 27.10.2024, <https://naekranie.pl/artykuly/kino-vs-streaming-koniec-duzego-ekranu-bitwa-o-serca-widzow>, 12.07.2024
30. Jankowski, P., *Na czym polega fenomen Squid Game, czyli Ach ci Koreańcy!*, *benchmark.pl*, 30.11.2021, https://www.benchmark.pl/testy_i_recenzje/squid-game-dlaczego-pociaga-nas-walka-na-smierc-i-zycie.html.
31. Kamińska M., *Debata FDDS podsumowująca rok w pandemii z perspektywy zdrowia psychicznego dzieci i młodzieży*, <https://media.fdds.pl/131774-debata-fundacji-dajemy-dzieciom-sile-podsumowujaca-rok-w-pandemii-z-perspektywy-zdrowia-psychicznego-dzieci-i-mlodziezy> 20.04.2023

32. Kraushar, K., *Polski serial 'Sexify' hitem Netflixa. Jest na pierwszym miejscu w Indiach, Libanie i na Jamajce*, "gazeta.pl", <https://kultura.gazeta.pl/kultura/7,127222,27046796,polski-serial-sexify-hitem-netflixa-jest-na-pierwszym-miejscu.html>, 20.05.2021
33. Kostyra K., *Nie tylko TikTok! Co robi w sieci generacja Z?*, Medialis, 2021, <https://medialis.pl/marketing-w-pigulce/co-robi-w-sieci-generacja-z/>, 20.08.2022
34. Lesjak, Ż., *Statystyki dotyczące abonentów, użytkowania i przychodów Netflix w 2024 r.*, 13.03.2024, tridenstechnology.com, 17.04.2024
35. Luckerson V., *The number of movies on Netflix is dropping fast*, „Time”, 25 Mar. 2016, <http://time.com/4272360/the-number-of-movies-on-netflix-is-dropping-fast>, 20.02.21
36. Majchrzyk, Ł., *Sexify' to pierwszy polski serial, który się udał Netfliksowi!*, „mobirank.pl”, <https://mobirank.pl/2021/05/03/sexify-to-pierwszy-polski-serial-ktory-sie-udal-netfliksowi/>, 20.05.21
37. Małe TGD, *Sieć*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=bo7ai1iNThw>, 11.11.22
38. Mikowska M., *Trwa smartfonizacja społeczeństwa*, <https://marketingprzykawie/index.php/item/4404-trwa-smartfonizacja-spoleczenstwa>, 30.09.22
39. Mulligan M., *From ownership to access*, MIDiA Research, 2018, <http://www.midiaresearch.com/blog/from-ownership-to-access/>, 28.09.21
40. *Najnowsze informacje o wynikach kontroli NIK w domach dziecka*, <https://www.nik.gov.pl/najnowsze-informacje-o-wynikach-kontroli/nik-o-domach-dziecka.html>, 08.01.25
41. *Najlepsze seriale młodzieżowe. Produkcje dla młodzieży [TOP 10]*, <https://kultura.onet.pl/film/wiadomosci/najlepsze-seriale-mlodziezowe-produkcje-dla-mlodziezy-top-10/s7qcwtw>, 02.12.20
42. Netflix, *Quarterly Earnings, 2024*, <https://ir.netflix.net/financials/quarterly-earnings/>, 26.08.24
43. Netflix, *Year in Review* (roczne podsumowania oglądalności produkcji Netflix) <https://about.netflix.com/>, 10.01.25
44. Netflix 2024, <https://ir.netflix.net/financials/quarterly-earnings/>, 26.08.24
45. Nowakowska A., *Era kultur prefiguratywnych? Młodzież i dorośli a funkcjonowanie w internecie*, <https://repozytorium.ukw.edu.pl/bitstream/handle/item/7692/Era%20kultur%20prefiguratywnych.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, 11.11.22
46. Nowecka N., *Najlepsze seriale dla nastolatków. Seriale młodzieżowe, które musicie obejrzeć [LISTA TOP 8]*, <https://www.radiozet.pl/Seriale/Top-8-Najlepsze-seriale-dla-nastolatk-Seriale-mlodziezowe-ktore-musicie-obejrzec>, 02.12.20
47. *Number of new U.S. scripted original series commissioned by Netflix from 2019 to 2024, by genre*, „Statista”, <https://www.statista.com/statistics/883491/netflix-original-content-titles/>, 29.07.24
48. Pikiewicz A., *Jakie problemy psychologiczne najczęściej dotyczą młode osoby?*, PSRP, <https://wsparciepsychologiczne.psrp.org.pl/2020/09/jakie-problemy-psychologiczne-najczesciej-dotykaja-mlode-osoby/>, 10.05.21
49. Polskie Radio 24, *Ilu Polaków ma smartfony? Wynik zaskakuje*, <https://polskieradio24.pl/artykul/3324007,ilu-polakow-ma-smartfony-wynik-zaskakuje>, 22.06.25
50. Popielecki J., *Jeszcze serial czy już film?*, „Przekrój”, 29.01.2021, <https://przekroj.pl/kultura/jeszcze-serial-czy-juz-film-jakub-popielecki>, 21.11.22
51. Radkowski M., *Popularność "Squid Game" zaskoczyła nawet Netfliksa. Skąd ten sukces? "Serial idealnie trafił w swój moment"*, wirtualnemedi.pl, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/fenomen-serial-squid-game-gdzie-ogladac-netflix-hit-tiktok-promocja-fabula-aktorzyopinie>, 10.05.22
52. Romanowski, P., *Nowy hit Netfliksa. Polska produkcja erotyczna podbija świat*, WP Film, 15.01.2023, <https://teleshow.wp.pl/nowy-hit-netfliksa-polska-produkcja-erotyczna-podbija-swiat-6854845682375584a>, 20.01.23

53. Rusak A., *Zendaya ostrzega przed seansem 'Euforii'. Nie, to nie jest serial dla wszystkich*, VIBEZ, <https://vibez.pl/wydarzenia/zendaya-ostrzega-przed-seansem-euforii-nie-to-nie-jest-serial-dla-wszystkich-6725618911796064a>; 03.03.22
54. RZECZPOSPOLITA, *Fenomen 'Euforii: ten serial pokazuje, co jest 'cool' w modzie w 2022 roku*, Rzeczpospolita, <https://sukces rp.pl/film/art35686591-fenomen-euforii-ten-serial-pokazuje-co-jest-cool-w-modzie-w-2022-roku> 03.03.22
55. Sahagian S., *The important questions: Is it okay for adults to watch and enjoy TV shows for and about teens?*, <https://nationalpost.com/entertainment/television/the-important-questions-is-it-okay-for-adults-to-watch-and-enjoy-tv-shows-for-and-about-teens>, „National Post”, 18.02.25
56. Sangster E., *As adults, why are we obsessed with teen dramas?*; „Bazaar”, <https://harpersbazaar.com.au/why-are-we-obsessed-with-teen-dramas/>, 18.02.25
57. *Screenager*; „Urban Dictionary”, <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=screenager>, 19.11.20
58. Shermer M., *Patternicity: Finding Meaningful Patterns in Meaningless Noise*, Scientific American, a Division of Springer Nature America, 1.12.2008, <<https://www.scientificamerican.com/article/patternicity-finding-meaningful-patterns/>>, 23.04.23
59. Sisudigital, *Netflix Effect – The Queen’s Gambit*, 12.2020, <https://sisudigital.fi/netflix-effect-the-queens-gambit/?fbclid=IwAR2lwr8Cy2aWwj6i4cN5RxBdOyOE-aqIufn0viiqygCPdyulhSLCxVIIxVU>, 07.05.22
60. Słownik Języka Polskiego, *Serial*, <https://sjp.pwn.pl/szukaj/serial.html>, 22.11.22
61. Słownik Języka Polskiego, *Sezon*, <https://sjp.pwn.pl/sjp/sezon;2575333.html>, 05.01.23
62. Smith S.L., Cook C. A., *Gender Stereotypes: An Analysis of Popular Films and TV*, seejane.org/wp-content/uploads/GDIGM_Gender_Stereotypes.pdf, 12.12.24
63. Supernak B., *Netflix pozostaje liderem S/VOD w Polsce z 34% udziału w rynku w II kw. 2024*, 10.07.2024, <https://inwestycje.pl/biznes/netflix-pozostaje-liderem-svod-w-polsce-z-34-udzialu-w-ryнку-w-ii-kw-2024/>, 12.07.24
64. Teen Health and The Media; Media Literacy, <https://depts.washington.edu/thmedia/view.cgi?section=medialiteracy&page=fastfacts>, 03.12.20
65. Tomański, R., *Raz, dwa, trzy, giniesz ty, czyli o fenomenie popularności 'Squid Game'*, „Vogue Polska”, , <https://www.vogue.pl/a/raz-dwa-trzy-giniesz-ty-czyli-o-fenomenie-popularnosci-squid-game>, 30.11.21
66. Tokarczuk O., *Przemowa noblowska*, 2019, <https://www.nobelprize.org/uploads/2019/12/tokarczuk-lecture-polish.pdf> , 20.12.19
67. *TOP 10 seriali młodzieżowych na Netflixie*, <https://www.granice.pl/publicystyka/najlepsze-seriale-mlodziezowe-netflix/1535/1>, 02.12.20
68. Wallenstein A., *Arrested Development’ Draws Big Early Netflix Audience*, „Variety”, Variety Media, 28.05.2013r., <https://variety.com/2013/digital/news/arrested-development-draws-big-early-netflix-audience-1200488489/> 30.11.22
69. Wallenstein A., *Home Entertainment 2016 Figures: Streaming Eclipses Disc Sales for the First Time*, „Variety”, 6.01.2017, <https://variety.com/2017/digital/news/home-entertainment-2016-figures-streaming-eclipses-disc-sales-for-the-first-time-1201954154/>, 15.02.21
70. WHO, *Preventing suicide: a resource for media professionals – Update 2017*, <http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/258814/1/WHO-MSD-MER-17.5-eng.pdf?ua=1>, 22.11.20
71. Wirtualne Media, *Netflix jest liderem w pokazywaniu wątków kobiet i mniejszości etnicznych oraz seksualnych*, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/netflix-kobiety-mniejszosci-geje-lgbt>. 03.05.23
72. Wojaś T., *Netflix już z 7 mln polskich użytkowników, Prime Video z 1,1 mln. w górę także Player i HBO GO*, WirtualneMedia.pl, <https://www.wirtualnemedi.pl/artykul/netflix-w-polsce-jak-korzystac-rekord-serwisy-vod-oferta>, 10.02.21

73. Merriam-Webster, *Words We're Watching: 'Zoomer'*, Październik 2021, <https://www.merriam-webster.com/wordplay/words-were-watching-zoomer-gen-z>, 23.12.22
74. WYBORCZA.PL, „'The New York Times'. Uzależnienie przeku w hitowy serial. i rozwścieczył jego fanów”, Gazeta Wyborcza, <https://wyborcza.pl/7,101707,28202003,the-new-york-times-uzaleznienie-przeku-w-hitowy-serial.html>, 09.03.22
75. YouTube, *Zasady dotyczące treści szkodliwych i niebezpiecznych*, <https://support.google.com/youtube/answer/2801964?hl=pl>, 15.09.21
76. Zaraziński G., *Encyklopedia Internetowa PWN*, <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3905881/globalizacja.html>, 18.11.2020
77. Zasepa, R., *Minimalna liczebność próby*, <https://stat.gov.pl/metainformacje/slownik-pojec/pojecia-stosowane-w-statystyce-publicznej/2759,pojecie.html>, 01.09.2022

Konferencje

1. F. Michel, M. Trevisan, *a first look at Starlink performance*, [w:] „IMC '22: Proceedings of the 22 ACM Internet Measurement Conference” 25.10. 2022, Nicea, Francja
2. M. Anczewska , D. Draczyńska, A. Nowakowska, *Analiza rozpowszechniania cPTSD (według ICD-11) wśród pacjentów hospitalizowanych w szpitalach psychiatrycznych*, [w:] XVIII KONFERENCJA TRZECH SEKCJI, TRÓJKONFERENCJA: Psychoterapia wobec wyzwań zmieniającego się świata, 13-15.10.2023, Warszawa, Polska

Spis wykresów

Wykres 1. Sposoby łączności z siecią cyfrowych tubylców z Polski, Stanów Zjednoczonych, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Turcji oraz Brazylii	79
Wykres 2. Średni dzienny czas spędzany w sieci (godziny i minuty) przez przedstawicieli poszczególnych grup wiekowych	83
Wykres 3. Sposoby wykorzystywania Internetu w grupie wiekowej 16-64 lata	84
Wykres 4. Odsetek respondentów wśród generacji Z i Millenialsów korzystających z poszczególnych aktywności cyfrowych raz lub kilka razy dziennie	86
Wykres 5. Rozumienie telewizji przez Pokolenie X,Y,Z? Streaming online.....	91
Wykres 6. Rozumienie telewizji przez Pokolenie X,Y,Z; Telewizja kablowa, satelitarna	91
Wykres 7. Rodzaje aktywności użytkowników podczas oglądania telewizji	93
Wykres 8. Wpływ mediów na odbiorców	142
Wykres 9. Respondenci według płci	195
Wykres 10. Podział respondentów według miejsca zamieszkania	196
Wykres 11. Odpowiedzi badanych na pytania 13, 18, 22	233
Wykres 12. Odpowiedz badanych na pytania 14 i 23	234
Wykres 13. Odpowiedzi respondentów na pytania 12, 17, 21	235
Wykres 14. Odpowiedzi respondentów na pytania 15, 20, 24.....	236
Wykres 15. Odpowiedzi respondentów na pyt. 25	237
Wykres 16. Odpowiedzi badanych na pytania nr 28, 30, 31.....	239
Wykres 17. Odpowiedzi badanych na pytania nr 32 i 35.....	240
Wykres 18. Odpowiedzi respondentów na pytania nr 26, 27, 33.....	241
Wykres 19. Odpowiedzi respondentów na pytania nr 34, 36, 37.....	242
Wykres 20. Odpowiedzi respondentów na pytania nr 38, 39, 29.....	243

Spis tabel

Tabela 1. Czołowe serwisy VOD w styczniu 2021 r.....	60
Tabela 2. Podział pokoleń	72
Tabela 3. Sposoby wykorzystywania Internetu w podziale na grupy wiekowe.....	84
Tabela 4. Dobór seriali do próby badawczej z uwzględnieniem: roku produkcji, sezonu analizowanego serialu, ocen uzyskanych na portalach Filmweb oraz IMDB	189
Tabela 5. Wiek respondentów	195
Tabela 6. Czy korzystasz z subskrypcji tv strumieniowej?.....	199
Tabela 7. Korzystanie z subskrypcji telewizji strumieniowej w podziale na płeć, wiek i miejsce zamieszkania	200
Tabela 8. Z jakich subskrypcji korzystasz/korzystałeś?.....	202
Tabela 9. Czy posiadasz subskrypcję Netflix'a?	203
Tabela 10. Jak często oglądasz seriale i/lub programy w telewizji strumieniowej?	203
Tabela 11. Jak często oglądasz seriale i/lub programy w telewizji strumieniowej?	204
Tabela 12. Jakie programy najczęściej oglądasz?	206
Tabela 13. Ile czasu dziennie poświęcasz na jednorazowy seans?	206
Tabela 14. Czas przeznaczany na jednorazowy seans w podziale na wiek, płeć i miejsce zamieszkania	207
Tabela 15. Ile odcinków danego programu oglądasz pod rząd?	208
Tabela 16. Ile odcinków serialu oglądasz podczas jednego seansu?	209
Tabela 17. Który z seriali oglądałeś?	211
Tabela 18. Popularność poszczególnych seriali przy uwzględnieniu kryterium: płci, wieku, miejsca zamieszkania	212
Tabela 19. Liczba postaci występujących w poszczególnych serialach	215
Tabela 20. Liczba bohaterów ze względu na płeć.....	216
Tabela 21. Liczba bohaterów dzieci i dorosłych w analizowanych serialach.....	216
Tabela 22. Występowanie trudności psychologicznych u bohaterów w podziale na wiek	217
Tabela 23. Występowanie trudności psychologicznych u bohaterów w podziale na płeć	218
Tabela 24. Liczba odcinków, w których pojawia się bohater doświadczający trudności	220
Tabela 25. Liczba bohaterów doświadczających problemów psychologicznych w poszczególnych serialach.....	220
Tabela 26. Bohaterowie seriali ze względu na posiadaną diagnozę	222
Tabela 27. Występowanie poszczególnych problemów psychologicznych u bohaterów Seriali	224
Tabela 28. Doświadczanie cierpienia przez bohatera dotkniętego problemem	225
Tabela 29. Prezentacja etiologii zaburzenia bohatera dotkniętego problemem	226
Tabela 30. Doświadczenie traumy przez bohatera w grupie bohaterów z problemami.....	227
Tabela 31. Podejmowanie leczenia przez bohatera.....	227
Tabela 32. Bohater stosuje zachowania niekonstrukttywne.....	228
Tabela 33. Bohater łamanie ogólnie przyjęte norm społecznych.....	228
Tabela 34. Reakcja otoczenia na problem bohatera	229
Tabela 35. Ogólny wydzźwięk radzenia sobie w sytuacji problemowej przez bohatera.....	230
Tabela 36. Korzyści i konsekwencje problemu dla bohatera.....	230
Tabela 37. Statystyki opisowe wyników uzyskanych przez badanych w <i>Skali</i>	

<i>Zaangażowania Seriale</i>	232
Tabela 38. Skala Postaw Wobec Problemów Psychologicznych – Czynniki I Przekonania	238
Tabela 39. Częstotliwość korzystania ze streamingu a Przekonania i wiedza badanych	243
Tabela 40. Typ preferowanych produkcji a Przekonania i wiedza badanych	244
Tabela 41. Czas jednorazowego seansu a Przekonania i wiedza badanych.....	244
Tabela 42. Ilość oglądanych pod rząd odcinków a Przekonania i wiedza badanych.....	244
Tabela 43. Test istotności statystycznej Kruskala- Wallisa, dla korelacji wyniku ogólnego z częstotliwość oglądania.....	245
Tabela 44. Wyniki badanych uzyskane w Skali Zaangażowania w Seriale w podziale na grupy stworzone na podstawie częstotliwości korzystania ze streamingu	246
Tabela 45. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy <i>Czynnikami I</i> a częstotliwością korzystania ze streamingu.....	247
Tabela 46. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy <i>Czynnikami II</i> a częstotliwością korzystania ze streamingu	248
Tabela 47. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy <i>Czynnikami III</i> a częstotliwością korzystania ze streamingu	249
Tabela 48. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy typem wybieranych produkcji a zaangażowaniem badanych	250
Tabela 49. Typ wybieranych produkcji a zaangażowanie badanych	250
Tabela 50. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy typem wybieranych produkcji a <i>czynnikiem behawioralnym – Podejmowane działania</i>	251
Tabela 51. Czas jednorazowego seansu a zaangażowanie w serialu respondentów	251
Tabela 52. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy czasem jednorazowego seansu a zaangażowaniem badanych.....	252
Tabela 53. Ilość oglądanych odcinków a zaangażowaniem badanych	253
Tabela 54. Test istotności Kruskala-Wallisa dla zależności pomiędzy ilości oglądanych odcinków a zaangażowaniem badanych	253
Tabela 55. Test istotności statystycznej u Manna-Whitneya dla serialu <i>Euforia</i>	254
Tabela 56. Test istotności statystycznej u Manna-Whitneya dla serialu <i>Ginny & Georgia</i>	256
Tabela 57. Test istotności statystycznej u Manna-Whitneya dla serialu <i>I am not okay with this</i>	257
Tabela 58. Test istotności statystycznej u Manna-Whitneya dla serialu <i>Sex Education</i>	258

Streszczenie

Celem niniejszej rozprawy doktorskiej było określenie dyskursu medialnego na temat problemów zdrowia psychicznego zawartego w serialach młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej oraz wtórne oszacowanie jego wpływu na postawy i poziom wiedzy młodych odbiorców – przedstawicieli pokoleń cyfrowych, ze szczególnym uwzględnieniem pokolenia Z. Punktem wyjścia dla projektu badawczego była obserwacja rosnącego znaczenia seriali jako formy komunikacji kulturowej, emocjonalnej i edukacyjnej w życiu młodych odbiorców funkcjonujących w społeczeństwie cyfrowym jak również raportowany wzrost problemów zdrowia psychicznego w tej grupie.

W toku wieloetapowego procesu badawczego zastosowano triangulację metodologiczną: analizę danych zastanych (ADZ), analizę zawartości (AZ) treści najpopularniejszych seriali młodzieżowych dostępnych w telewizji strumieniowej oraz sondaż diagnostyczny przeprowadzony metodą CAWI, który doprowadził do scharakteryzowania praktyk konsumenckich oraz postaw i wiedzy osób badanych. Powyższy projekt badawczy pozwolił na wszechstronną analizę przekazów medialnych i odbiorczych praktyk młodych widzów. Przeprowadzona analiza wykazała, że seriale młodzieżowe często podejmują tematykę zdrowia psychicznego, ukazując różnorodne trudności psychologiczne oraz sposoby radzenia sobie z nimi, co buduje przestrzeń identyfikacji dla młodych odbiorców i wpływa na ich postrzeganie tych problemów w rzeczywistości pozamedialnej.

Wyniki badań potwierdzają, że treści serialowe pełnią ważną funkcję nie tylko rozrywkową, ale również społeczną i edukacyjną. Odbiorcy z pokolenia Z nie tylko aktywnie wybierają i konsumują treści dotyczące zdrowia psychicznego, ale również interpretują je w sposób powiązany z własnym doświadczeniem, co wpływa na ich postawy, poziom empatii, samoświadomość oraz wiedzę o strategiach radzenia sobie z kryzysami psychicznymi. Seriale funkcjonujące w ramach telewizji strumieniowej można zatem uznać za istotny element krajobrazu medialnego, który kształtuje społeczną i psychologiczną rzeczywistość współczesnej młodzieży.

Summary

Streaming Media and Their Serial Content as a Factor Influencing Knowledge and Attitudes Toward Psychological Issues Among Representatives of the Digital Generations

The aim of this doctoral dissertation was to define the nature of the media discourse concerning mental health issues as presented in youth television series available on streaming platforms, and to assess its secondary impact on the attitudes and knowledge of young viewers—representatives of digital generations, with particular focus on Generation Z. The starting point for this research project was the observed growing importance of series as a form of cultural, emotional, and educational communication in the lives of young people living in a digital society, as well as the reported increase in mental health problems among this group.

The multi-stage research process employed methodological triangulation, including the analysis of existing data (desk research), content analysis of the most popular youth series available via streaming services, and a diagnostic survey conducted using the CAWI method. This approach enabled a comprehensive characterization of media consumption practices, attitudes, and knowledge levels among respondents. The research project thus facilitated an in-depth analysis of both media messages and the reception practices of young viewers.

The analysis showed that youth series frequently address mental health topics, portraying a wide range of psychological difficulties and coping strategies. These representations create a space for identification among young audiences and influence how mental health issues are perceived in real-life, non-media contexts.

Research findings confirm that serial content plays not only an entertainment role but also fulfills important social and educational functions. Viewers from Generation Z not only actively select and consume content related to mental health but also interpret it through the lens of their own experiences. This shapes their attitudes, levels of empathy, self-awareness, and knowledge of coping strategies for mental health crises. Youth series available via streaming platforms should therefore be regarded as a significant component of the contemporary media landscape, helping to shape the social and psychological reality of the younger generation.

Załącznik 1

Klucz kategorizacyjny

1. Imię bohatera

2. Rok wydania

Kodowane w cyfrach arabskich

3. Nazwa Serialu

4. Gatunek

1 – komedia

2 – science fiction

3 – dramat

4 – przygodowy

5 – kryminał

5. Sezon

Kodowane w cyfrach arabskich

6. W ilu odcinkach występuje bohater?

Kodowane w cyfrach arabskich

7. Wiek bohatera

Kodowane w cyfrach arabskich

8 .Płeć bohatera/ów z ZZP⁷⁴⁸

1 – kobieta

2 – mężczyzna

9. Kto doświadcza w serialu zaburzeń psychicznych? – Czy bohater doświadczający problemu jest osobą poniżej czy powyżej 18 roku życia?

1 – dziecko

2 – dorosły

*ZZP – zaburzenia zdrowia psychicznego

10. Czy bohater posiada diagnozę?- Czy problem bohatera jest nazywany w serialu?

1 – tak

2 – nie

11. Czy bohater podejmuje niekonstruktywne formy radzenia sobie z zaburzeniem? – Zachowania bohatera wykraczają poza prawo, ogólnie przyjęte normy społeczne, kulturowe, np. używki, zachowania ryzykowne, agresywne;

a) 1 – tak

b) 2 – nie

c) 3 – nie wiadomo

12. Czy bohater podejmuje działania związane z leczeniem ZZP – Czy bohater podejmuje konstruktywne formy pomocowe takie jak: profesjonalna pomoc psychologiczna, medyczna, zinstytucjonalizowana?

a) 1 – tak

b) 2 – nie

c) 3 – rozważa możliwość

13. Reakcja otoczenia na problem bohatera

a) 1 – otoczenie jest zaangażowane w pomoc bohaterowi

b) 2 – otoczenie nie jest świadome problemu/bohater nie posiada bliskich osób

c) 3 – otoczenie wie o problemie, nie jest zaangażowane w pomoc

d) 4 – brak danych

14. Korzyści i konsekwencje ZP dla bohatera

a) 1 – bohater zyskuje na swojej chorobie

b) 2 – widz nie ma informacji o korzyściach płynących z zaburzenia

c) 3 – widz obserwuje negatywne konsekwencje problemów, z którymi mierzy się bohater

d) 4 – widz nie ma informacji na temat negatywnych konsekwencji dla bohatera

15. Cierpienie bohatera

a) 1 – widz obserwuje cierpienie bohatera

b) 2 – widz nie ma informacji na temat cierpienia bohatera

16. Czy serial prezentuje etiologię zaburzenia? Pokazuje/nawiązuje do początków zaburzenia u bohatera, widz zna przyczyny problemu.

a) 1 – tak

b) 2 – nie

17. Czy w serialu pojawiają się inne formy łamania prawa, norm społecznych, nie mające związku z zaburzeniem psychicznym?

a) 1 – tak

b) 2 – nie

18. Jakie problemy są przedmiotem doświadczeń bohatera

1 – zachowania opozycyjno-buntownicze

2 – uzależnienie od narkotyków

3- uzależnienie od alkoholu

4 – Zespół Stresu Pourazowego PTSD

5 – DDD – Dorosłe dzieci z rodzin dysfunkcyjnych

6 – Samookalecznia, autoagresja

7 – uzależnienie od seksu

8 – schizofrenia

9 – żałoba

10 – żadne z powyższych

11 – zaburzenia lękowe

12 – problemy z tożsamością seksualną

13 – psychopatia

14 – zaburzenia psychosomatyczne

15 – samotność

16 – porzucenie przez rodzica

19. Czy bohater doświadczył w dzieciństwie wydarzenia z którym nie potrafił sobie poradzić czego skutki obserwujemy obecnie.

1- tak

2 – nie

Załącznik 2

Skala wpływu mediów strumieniowych na wiedzę i przekonania na temat problemów psychologicznych; <i>M. Rzepecka</i>						
1.	Wiek					
2.	Płeć	Kobieta		Mężczyzna		
3.	Miejsce pochodzenia	Wieś		Miasto do 50 tys.	Miasto 50 – 100 tys.	Miasto ponad 150 tys.
4.	Miejsce zamieszkania	Wieś		Miasto do 50 tys.	Miasto 50 – 100 tys.	Miasto ponad 150 tys.
5.	Czy korzystasz z subskrypcji tv strumieniowej (Netflix, HBO GO, Amazon Prime, itp.)	Tak			Nie	
6.	Z jakiej subskrypcji korzystasz/ korzystałeś?	Netflix		HBO GO	Amazon Prime	Apple TV
		Hulu		CDA Premium	Nie korzystam	
7.	Jak często oglądasz seriale i/ lub programy w telewizji strumieniowej?	Każdego dnia		3-5 razy w tyg.	W weekendy	Raz na 2 tyg.
		Raz w mies.		Raz na kilka mies.	Nie oglądam	

Skala wpływu mediów strumieniowych na wiedzę i przekonania na temat problemów psychologicznych; M. Rzepecka						
8.	Jakie programy najczęściej oglądasz?	Filmy fabularne		Seriale	Programy reality show	Programy talk-show
		Rozgrywki sportowe				
9.	Ile czasu przeznaczasz na jednorazowy seans?	0-30 min		30- 60 min	1-2h	2-3h
		3-4h		5-6h	7-8h	Ponad 8h
10.	Ile odcinków danego programu oglądasz pod rząd?	1-2		3-4	5-6	7-8
11.	Który seriali oglądałeś/aś?	Sex Education		Stranger Things	The End of F***ing World	I am not ok with this
		Jeszcze nigdy...		Ginny & Georgia	Sexify	Gambit Królowej
		Squid Game		Euforia		
12.	Przeczytaj poniższe stwierdzenia i zaznacz na skali na ile odnoszą się one do Ciebie, gdzie: 1 – zdecydowanie się nie zgadzam; 2 – raczej się nie zgadzam się; 3- nie mam zdania; 4 – raczej się zgadzam; 5 – zdecydowanie się zgadzam					
13.	W serialach rozpoznaje sytuacje z którymi się spotykam w moim życiu	1	2	3	4	5

Skala wpływu mediów strumieniowych na wiedzę i przekonania na temat problemów psychologicznych; <i>M. Rzepecka</i>						
14.	Spędzam więcej czasu na oglądaniu seriali niż bym tego chciał	1	2	3	4	5
15.	Po zakończeniu sezonu, jest mi ciężko skoncentrować się na czymś innym	1	2	3	4	5
16.	Rozmawiam o serialach z rodziną	1	2	3	4	5
17.	Seriale wpływają na moją znajomość języków obcych	1	2	3	4	5
18.	Bohaterowie seriali które oglądam są do mnie podobni	1	2	3	4	5
19.	Oglądam serial nawet kiedy powinienem już spać	1	2	3	4	5
20.	Po zakończeniu sezonu czuję pustkę w środku	1	2	3	4	5
21.	Seriale są częstym przedmiotem rozmów w szkole i wśród znajomych	1	2	3	4	5
22.	Podczas oglądania serialu mam wrażenie że bohater przeżywa podobne sytuacje do mnie	1	2	3	4	5
23.	Oglądam zbyt wiele odcinków na raz	1	2	3	4	5
24.	Nie mogę przestać myśleć o serialu dopóki nie obejrzę całego sezonu	1	2	3	4	5

Skala wpływu mediów strumieniowych na wiedzę i przekonania na temat problemów psychologicznych; <i>M. Rzepecka</i>						
25.	Komentuje rozwój serialowych wątków ze znajomymi, rodziną	1	2	3	4	5
26.	Uważam, że problemy psychologiczne są częstym tematem seriali	1	2	3	4	5
27.	Problemy psychologiczne mogą dotyczyć każdego z nas	1	2	3	4	5
28.	Choroba psychiczna jest taką samą chorobą jak inne problemy zdrowotne	1	2	3	4	5
29.	Osoby zmagające się z problemami psychicznymi są niebezpieczne	1	2	3	4	5
30.	Znam osoby korzystające z pomocy psychologa/ psychiatry	1	2	3	4	5
31.	Lepiej unikać osób z problemami psychicznymi	1	2	3	4	5
32.	Nie chciałbym mieszkać koło osoby chorej psychicznie	1	2	3	4	5
33.	Osoby z problemami psychicznymi powinny być odizolowane od społeczeństwa	1	2	3	4	5
34.	W radzeniu sobie z problemami psychologicznymi pomaga terapia	1	2	3	4	5
35.	Powinno się więcej mówić o problemach psychicznych	1	2	3	4	5

Skala wpływu mediów strumieniowych na wiedzę i przekonania na temat problemów psychologicznych; <i>M. Rzepecka</i>						
36.	Nie chciałbym się przyjaźnić z osobą zmagającą się z problemami psychicznymi	1	2	3	4	5
37.	W walce z chorobą psychiczną pomocne są leki	1	2	3	4	5
38.	Osoby zmagające się z problemami psychologicznymi będą musiały im stawiać czoła przez całe życie	1	2	3	4	5
39.	Problemy psychologiczne wiążą się z cierpieniem	1	2	3	4	5
40.	Tylko lekarz/psycholog może pomóc osobie zmagającej się z problemami psychologicznymi	1	2	3	4	5