



Alicja Kisielewska

**Oglądanie telewizji
a kultura czasu wolnego w Polsce.
W poszukiwaniu przyjemności**

**Television watching and the culture of leisure time in Poland.
In search of pleasure.**

Abstract

The subject of this article is TV watching as a cultural practice, constituting an element of everyday-life routines in Polish families and households and – until today – the most popular play in free time. Because the history of TV watching in Poland is to a large extent the history of free time, I would like to examine how cultural patterns and norms considering spending free time and leisure by Poles have changed, by analyzing ways of TV watching since 1952, which is considered a beginning of television in Poland, until now.

Oglądanie telewizji najczęściej ma miejsce w tak zwanym czasie wolnym sprzyjającym relaksowi i poszukiwaniu przyjemności. John Corner twierdzi, że główną funkcją telewizji jest dostarczanie widzom przyjemności. Jest ona maszyną przyjemności, zajmującą się rozpowszechnianiem *show businessu*. Według autora telewizja oferuje odbiorcom różnego rodzaju przyjemności: wizualne, paraspołeczne, dramatyczne, przyjemności wiedzy, komedii, fantazji, rozproszenia, różnorodności i rutyny¹. Źródłem przyjemności dostarczanych widzom przez telewizję mogą być teksty telewizyjne, ale też samo jej oglądanie i ten drugi aspekt będzie mnie tutaj zajmował w sposób szczególny. Oglądanie telewizji wpisuje się w kompleks wzajemnie powiązanych zjawisk, takich jak pragnienie dobrego samopoczucia, poszukiwanie przyjemności i chęć rozrywki². Według Mariana Golki przyjemność jest kojarzona z takimi stanami i odczuciami, jak: „beztroska, zadowolenie, uciecha, radość, podniecenie, odprężenie, oszołomienie, upojenie, ekstaza czy po prostu poczucie komfortu psychicznego, czyli swoistego »dobrostanu«”³. Różnorodność przejawów przyjemności i jej źródeł powoduje, że bardzo trudno jest ją ująć w sztywne definicyjne ramy. Golka, próbując w jakiś sposób określić przyjemność, proponuje traktowanie jej „jako takiego stanu, który »chce« trwać. Albo inaczej, jako stanu, który doznający go człowiek chce kontynuować, przy którym, czy raczej w którym, chce jak najdłużej istnieć”⁴. Badacze, między innymi Bogusław Sułkowski, Neil Postman, zwracają uwagę, że dzisiaj istotne źródło przyjemności, a także miejsce ich realizacji stanowi kultura popularna⁵. Wystar-

¹ J. Corner, *Critical Ideas in Television Studies*, Oxford 1999.

² Por. M. Golka, *Przyjemność i zblazowanie*, w: *Kultura przyjemności. Rozważania kulturoznawcze*, red. J. Grad, H. Mamzer, Poznań 2005, s. 37.

³ Tamże, s. 41.

⁴ Tamże, s. 45-46.

⁵ Por.: B. Sułkowski, *Zabawa. Studium socjologiczne*, Warszawa 1984; N. Postman, *Zabawić się na śmierć. Dyskurs publiczny w epoce show-businessu*, przeł. L. Niedzielski, Warszawa 2002.

czy mieć pilota w ręku, laptopa lub inne urządzenie i niepotrzebne są w zasadzie żadne kompetencje i umiejętności, aby móc doświadczać przyjemności. Z kolei Michel Foucault zauważa, że istnieje zależność między przyjemnością a kontrolą społeczną, czyli władzą, która może reglamentować przyjemności. Interesuje mnie tutaj przyjemność doświadczenia telewizji ujmowana w perspektywie społecznej, o której pisał John Fiske⁶, wynikająca z relacji między odbiorcą a telewizją jako swego rodzaju strukturą władzy. W takim ujęciu przyjemność związana z praktyką oglądania telewizji może mieć dwojaki charakter: opozycyjny w sytuacji, gdy odbiorcy niejako wymykają się szerzonym w telewizji ideologiom lub akceptujący, gdy widzowie podporządkowują się dominującej ideologii, wówczas może być ona swego rodzaju formą nagrody⁷. Istotne jest w kontekście niniejszych rozważań, że mamy do czynienia z odbiorcą zakorzenionym w kulturze polskiej. Celem telewizji, w perspektywie społecznej, jest zagospodarowanie czasu wolnego Polaków i stymulacja ich pragnień, zaś środkiem do tego obietnica wyrwania ich z codziennej rutyny.

Na oglądanie telewizji Polacy przeznaczają połowę swojego czasu wolnego. Oglądanie telewizji stanowi także najczęstszy sposób spędzania weekendów. W 2015 roku statystyczny Polak oglądał telewizję 4 godziny i 23 minuty (2011 – 4 godz. i 2 min., 2012 – 4 godz. i 3 min.; 2013 – 4 godz. i 7 min.; 2014 – 4 godz. i 20 min.) i nie odbiega to od średnich europejskich i światowych⁸. Podstawową aktywnością czasu wolnego Polaków jest więc oglądanie telewizji – na co dzień i od święta. Fenomen tak zwanego czasu wol-

⁶ J. Fiske, *Television Culture*, London – New York 2002.

⁷ H. Mamzer, *Baranek na talerzu. Ponowoczesne meandry konsumpcji, w: Kultura przyjemności. Rozważania kulturoznawcze*, red. J. Grad, H. Mamzer, Poznań 2005, s. 29.

⁸ Opracowanie Biura KRRiT na podstawie danych Nielsen Audience Measurement, cyt. za: http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/komunikaty/spr-info-krrit-2015/informacja-o-podstawowych-problemach-radiofonii-i-telewizji-w-2015-roku.pdf [dostęp: 16.08.2016].

nego, na co zwracał uwagę Thorstein Veblen, wyłonił się już w dobie rewolucji przemysłowej w XVIII wieku⁹, w którym zaczął się realizować ludzki pęd do rozrywki i próżnowania. Istotę nowoczesnego rozumienia wolnego czasu stanowi swoboda jednostki w gospodarowaniu czasem. W niniejszym artykule czas wolny rozumiem socjologicznie¹⁰. Według Maxa Kaplana „*leisure* jest to czas, w którym człowiek ma najwięcej możliwości, aby być samym sobą”¹¹. Czas wolny znaczy tutaj wolny od zobowiązań państwowych i społecznych. Punktem odniesienia mogą być kulturowe wzorce dotyczące podziału czasu na czas poświęcony na pracę i czas wolny dedykowany świętowaniu. Kulturowe tradycje oraz wzorce i normy dotyczące sposobów spędzania czasu wolnego i odpoczynku w Polsce oczywiście ulegają zmianom, ale jedno wydaje się być *constans* – telewizja będąca przestrzenią ustawicznego świętowania.

Niniejszy artykuł dotyczy badań nad odbiorem telewizji jako powszechną praktyką kulturową stanowiącą element rutyny codziennego życia rodzinno-domowego Polaków a zarazem najpopularniejszą do dzisiaj zabawę w czasie wolnym. Przy czym oglądanie telewizji oznacza różne formy zaangażowania widzów – od skupionej uwagi po przelotne spojrzenia w kierunku ekranu w czasie wykonywania rozmaitych czynności¹². Ponieważ historia oglądania

⁹ T. Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*, przeł. J. Frentzel-Zagórska, Warszawa 2008.

¹⁰ Jedną z najczęściej stosowanych definicji czasu wolnego – Joffre’a Dumazediera: „czas wolny obejmuje wszystkie zajęcia, którym jednostka może się oddawać z własnej chęci bądź dla odpoczynku, rozrywki, rozwoju swych wiadomości lub swego kształcenia (bezinteresownego), swego dobrowolnego udziału w życiu społecznym, po uwolnieniu się od obowiązków zawodowych, rodzinnych, społecznych”, cyt. za: S. Czajka, *Z problemów czasu wolnego*, Warszawa 1979, s. 39.

¹¹ Cyt. za: A. Kłoskowska, *Kultura masowa. Krytyka i obrona*, Warszawa 1981, s. 164.

¹² Por. R.C. Allen, *Badania zorientowane na czytelnika a telewizja*, w: *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, przeł. E. Stawowczyk, Kielce 1998, s. 98.

telewizji w Polsce stanowi w dużej mierze historię czasu wolnego, próbując zastanowić się – analizując sposoby oglądania telewizji od 1952 roku, uważanego za początek telewizji w Polsce, do dnia dzisiejszego – jak zmieniały się kulturowe wzorce i normy dotyczące spędzania czasu wolnego i odpoczynku Polaków. Przemiany sposobów oglądania telewizji w Polsce wiążą się nie tylko ze zmieniającą się telewizyjną technologią ale także ze zmianami kulturowych modeli czasu wolnego.

1. 1952–1989 – czas wolny reglamentowany.

Oglądanie telewizji –jako odgórnie kontrolowane „święto” ludzi pracy

W PRL-u problem wolnego czasu, czyli tego, co można robić po pracy pojawił się wraz z industrializacją i urbanizacją. Był to problem nie tylko pracowników ale też władzy. Decydenci partyjni używali telewizji jako jednego z narzędzi służących społecznemu zawłaszczaniu czasu wolnego¹³. Wyrazem troski partii o zagospodarowanie wolnego czasu obywateli był, między innymi, rozwój telewizji – jej bazy i programu, którego zadaniem było dostarczanie takich propozycji wykorzystania czasu wolnego, aby człowiek pracy w czasie wolnym mógł odpocząć i zregenerować siły. Natomiast ideolodzy partyjni dbali o to, aby program telewizyjny oprócz dostarczania widzom przyjemności także kształtował ich jako członków społeczeństwa socjalistycznego.

W początkach telewizji w Polsce, w latach 50. XX wieku, telewizja stanowiła przyjemny sposób spędzania czasu wolnego dla niewielu wówczas widzów. Właścicielami teleodbiorników byli bowiem jedynie partyjni i rządowi prominenci oraz tzw. prywacia-

¹³ A. Siciński, *Styl życia, kultura, wybór. Szkice*, Warszawa 2002, s. 187.

rze¹⁴. W latach 50. w Polsce oglądanie telewizji w domu, ze względu na małą dostępność telewizorów, które stanowiły wyraz przynależności do uprzywilejowanej grupy społecznej, było zajęciem dosyć ekskluzywnym. Zwykły obywatel mógł oglądać telewizję jedynie w świetlicach zakładowych lub klubach. Tworzenie wspólnot oglądających telewizję stanowiło wówczas alternatywę dla zabaw towarzyskich, które w coraz większym zakresie zastępowała telewizja. A w związku z tym, że czas nadawania programu był stosunkowo krótki widzowie oglądali go w całości, wręcz przyklejeni do ekranu. Telewizja w latach 50. jeszcze w niewielkim stopniu zagospodarowywała czas wolny Polaków, a jej oglądanie pełniło funkcje socjalizacyjne i rekreacyjne.

Sytuacja diametralnie zmieniła się w ciągu dekady lat. 60. Wówczas liczba zarejestrowanych odbiorników telewizyjnych wzrosła niemal dziesięciokrotnie, z 400 tys. w 1960 (w 1959 – 144 tys.) do 4,2 mln w 1970 roku¹⁵. W latach 60. telewizja się sprywatyzowała i zdemokratyzowała, stając się medium domowym. W ten sposób telewizja stała się jednym z filarów trendu prowadzącego do domowej prywatyzacji aktywności w czasie wolnym¹⁶. Widz oglądał telewizję najczęściej we własnym mieszkaniu lub w mieszkaniu sąsiadów. Oglądanie telewizji, ze względu na fakt, że wielu Polaków jeszcze nie posiadało telewizora, było okazją do sąsiedzkich spotkań towarzyskich. Grupowe zazwyczaj zasiadanie przed telewizorem ustanawiało czas wolny, a jednocześnie stopniowo wypierało inne zabawy czasu wolnego. Sposobem synchronizacji owych spotkań była ramówka telewizyjna. W zrealizowanym w latach 1961–1962 badaniu nad odbiorem telewizji w Polsce okazało się, że 98% telewizorów w miastach i 92% na wsiach znajduje się

¹⁴ A. Kozieł, *Za chwilę dalszy ciąg programu. Telewizja polska czterech dekad 1952–1989*, Warszawa 2003, s. 16-19.

¹⁵ Cyt za: M. Talarczyk-Gubała, *PRL się śmieje! Polska komedia filmowa lat 1945–1989*, Warszawa 2007, s. 70.

¹⁶ N. Abercombie, *Television and Society*, Cambridge 1997, s. 168.

w domach prywatnych. Obliczono, że z jednego prywatnego telewizora korzysta systematycznie średnio dziesięć osób. W ten sposób telewizja wkraczała w codzienne życie rodzinne odbiorców. Oglądanie telewizji stało się towarzyską rozrywką po pracy i w dni wolne od pracy. Z czasem wyznacznikiem czasu wolnego stawał się na przykład ulubiony serial. W latach 60. wyjątkowo popularne były dwa seriele: *Stawka większa niż życie* i *Czterej pancerni i pies*.

W latach 70. telewizja stanowiła już najważniejsze źródło rozrywki w czasie wolnym, a oprócz tego skuteczne narzędzie propagandy. Dla 75% dorosłych Polaków oglądanie telewizji stało się wówczas najpopularniejszą formą spędzania czasu wolnego¹⁷. Widzowie w coraz większym zakresie poszukiwali w programie telewizyjnym przyjemności kojarzonej z rozrywką telewizyjną. Obowiązującym wówczas systemem nadawania był *broadcasting* oparty na klasycznej formule strumienia programowego adresowanego do możliwie najszerzej grupy odbiorców, tzw. odbiorców masowych. System ten obowiązywał od początku dziejów telewizji w Polsce do końca lat 80. Telewizja w latach 70. oferowała widzom rozrywkę zideologizowaną, scentralizowaną, odgórnie sterowaną bez możliwości wyboru (program II uruchomiono w 1971 roku), a przyjemność, jakiej mogli oni doświadczać w związku z oglądaniem telewizji miała być formą nagrody za podporządkowanie się dominującej ideologii.

Swego rodzaju przełom, jeśli chodzi o rolę telewizji w zagospodarowywaniu czasu wolnego Polaków, nastąpił w związku z wprowadzeniem w Polsce wolnych sobót i nieznanego wcześniej w PRL-u zjawiska *weekendu*. Pierwsza wolna sobota miała miejsce 21 lipca 1973. W 1973 roku wolne były tylko dwie soboty i to z obowiązkiem ich odpracowania. Rok później wolnych sobót było już sześć, dwa lata później dwanaście. Symbolem nowej roli telewizji, która zdominowała inne formy relaksu i odpoczynku Polaków

¹⁷ H. Zaleska, *Spoleczne oddziaływanie telewizji w ocenie odbiorców*, „Przekazy i Opinie” 1975, nr 1.

w czasie wolnym w latach 70. stało się *Studio 2*, nowatorski całodzienny magazyn telewizyjny, którego pomysłodawcą był Mariusz Walter. Magazyn pojawił się w programie drugim TVP w wolną sobotę 30 listopada 1974 roku i po pierwszym wydaniu, które okazało się dużym sukcesem, został przeniesiony do programu pierwszego. *Studio 2* cieszyło się ogromną popularnością wśród widzów i było nadawane do 1983 roku. Był to pierwszy program „na żywo” nadawany w telewizji polskiej. Statycznego dotychczas spikera zastąpili dziennikarze, którzy stali się swego rodzaju wodzirejami trwającego przez całą sobotę telewizyjnego *show*¹⁸. Przy czym była to rozrywka telewizyjna na wysokim poziomie, odmienna od dominującej dotychczas jej socjalistycznej formuły. W *Studio 2* oprócz z reguły dobrych filmów fabularnych i dokumentalnych: polskich i zagranicznych, pokazywano także oryginalne produkcje własne dziennikarzy skupionych wokół *Studia 2*: programy publicystyczne, kulturalne i cykliczne programy rozrywkowe, takie jak: *Właśnie leci kabarecik*, *Wszystko za wszystko*, *Świadkowie*, *Progi kariery*, *Muzyka i dobre obyczaje*.

Studio 2 wprowadziło polskich widzów w świat telewizyjnej rozrywki. W połowie lat 70. codzienne oglądanie telewizji deklarowało 46% Polaków, w końcu dekady było to już 73% stałych widzów (program I obejmował zasięgiem 93 % Polaków, a program II – 66%). W drugiej połowie dekady 90% obywateli posiadało odbiornik w domu i poświęcało na oglądanie telewizji dwie godziny i dwanaście minut dziennie w dni powszednie, a w dni wolne od pracy ponad cztery godziny i ten czas systematycznie się wydłużał. Dla 85% obywateli treści programów telewizyjnych były później tematem rozmów, a w co dziesiątej rodzinie dochodziło do nieporozumień z powodu telewizora¹⁹. W latach 70. i 80., dzięki upo-

¹⁸ *Studio 2* prowadzili: Bożena Walter, Edward Mikołajczyk, Tomasz Hopfer, Tadeusz Sznuć.

¹⁹ K. Pokorna-Ignatowicz, *Telewizja w systemie politycznym i medialnym PRL. Między polityką a widzem*, Kraków 2003, s. 138-141.

wszechnieniu się telewizorów, oglądanie telewizji odbywało się najczęściej w gronie rodzinnym, którego rytm życia w coraz większym stopniu wyznaczała ramówka telewizyjna. Oglądanie telewizji stało się rodzinnym rytuałem, który jednoczył rodzinę wokół telewizyjnego ekranu pełniącego różne funkcje. Bywał on kapliczką skupiającą „wiernych wyznawców”, ale też swego rodzaju szkłem powiększającym pozwalającym zobaczyć „więcej” niż chcieli pokazać nadawcy.

Istotnym kontekstem społecznym w latach 80. było zjawisko, które Jacek Tarkowski nazwał „amoralnym familizmem” polegające na coraz większym zamykaniu się Polaków w rodzinach, które w socjalistycznej klientystycznej kulturze opartej na idei kolejki stawały się strukturami samowystarczalnymi²⁰. Po wprowadzeniu stanu wojennego jeszcze bardziej nasiliła się ucieczka Polaków w prywatność. Pomimo powszechnego wśród Polaków w latach 80. przekonania, że telewizja kłamie i manipuluje, ów spadek zaufania nie oznaczał rezygnacji z oglądania telewizji. Przez całą dekadę lat 80. Polacy regularnie oglądali telewizję. Przyjemność związana z oglądaniem telewizji najczęściej polegała na „czytaniu między wierszami”, czyli swego rodzaju wymykaniu się dominującej ideologii. W końcu lat 80. zaczęło się upowszechniać w Polsce wideo i telewizja satelitarna. W 1988 roku 38% Polaków deklarowało oglądanie programów odtwarzanych z kaset wideo, najczęściej były to filmy fabularne oglądane u osób posiadających magnetowidy²¹. W 1989 roku antenę satelitarną posiadało 0,9% badanych²². Nie zmieniało to jednak faktu, że do 1989 roku w Polsce dominował model telewizji nazwany przez dwóch badaczy: Francesco Caset-

²⁰ J. Tarkowski, *Socjologia świata polityki. Władza i społeczeństwo w systemie autorytarnym*, tom 1, Warszawa 1994, s. 263-282.

²¹ W. Siesicki, *Magnetowidy w Polsce*, „Aktualności Radiowo-Telewizyjne” 1988, nr 4, s. 13-15.

²² W. Siesicki, *Zainteresowanie Polaków telewizją satelitarną*, „Aktualności Radiowo-Telewizyjne” 1988, nr 6, s. 5-9.

tiego i Rogera Odina paleotelewizją, oparty na pedagogicznej umowie komunikacyjnej polegającej na tym, że widza należy w szerokim sensie edukować²³. Istotnym przełomem, jeśli chodzi o czas wolny Polaków, było wprowadzenie wszystkich wolnych sobót, które stanowiły 21. punkt porozumień z sierpnia 1980 roku, ale wówczas władza nie dotrzymała zobowiązań wobec strajkujących. Dopiero pod koniec PRL-u prawie wszystkie soboty były wolne.

2. Po 1989 roku – czas wolny sprywatyzowany. Oglądanie telewizji jako aktywne poszukiwanie przyjemności z pilotem w ręku

Telewizja po 1989 roku w Polsce staje się elementem przemysłu rozrywkowego, dokonuje się także jej jakościowa rewolucja. Wraz z transformacją ustrojową nastąpiła zmiana systemu mediów w Polsce. Telewizja z państwowej, podporządkowanej dyrektywom partyjnym, stała się publiczna. Już na początku lat 90. powstały stacje prywatne – komercyjne (TVN i Polsat). Z perspektywy odbiorcy nadeszły bardzo dobre czasy, ponieważ zaczął on mieć coraz większy wybór, jeśli chodzi o ofertę programową, a także dostępne technologie odbioru. Nadawanie masowe zostało zastąpione systemem *narrowcasting* polegającym na adresowaniu programów do wybranych segmentów publiczności, a także na dostosowywaniu ich do rytmu życia widzów. Stało się to możliwe w Polsce dopiero w latach 90. dzięki upowszechnieniu się telewizji satelitarnej i kablowej, pilotów i magnetowidów. Widzowie w Polsce zyskali dostęp do różnych stacji, także globalnych. Casetti i Odin nazy-

²³ F. Casetti, R. Odin, *Od paleo- do neotelewizji. W perspektywie semio-pragmatyki*, przeł. I. Ostaszewska, w: *Po kinie?... Audiowizualność w epoce przekazników elektronicznych*, red. A. Gwóźdź, Kraków 1994, s. 117-136.

wają ten okres neotelewizją. Następuje w niej zerwanie z komunikacją zwektorowaną obowiązującą w paleotelewizji, a dyrygowanie widzom z ekranu zastępuje wzajemna aktywność w takich formach, jak np. gorąca linia, audiotele, ankiety, sondaże. Widzodbiorca zyskuje nowe role: mocodawcy w programach na życzenie, uczestnika w teleturniejach, *talk shows*, *reality shows* i zaproszonego do dyskusji gościa²⁴. Istotną techniką oglądania telewizji staje się *zapping*, czyli ustawiczne „skakanie” po kanałach. Widz z pilotem w ręku ma cały świat przyjemności w swoim zasięgu. Punktem odniesienia dla nadawców staje się życie codzienne odbiorców, w związku z tym próbują oni wykorzystywać w ramówce telewizyjnej ich rytuały dnia codziennego, przykładem mogą być magazyny poranne typu *Kawa czy herbata*. Większość stacji telewizyjnych stara się dopasować swój program do zmieniającego się rytmu życia widzów. Telewizje komercyjne i kanały tematyczne nie odchodzą jednak od logiki kalendarza, starają się natomiast maksymalnie wykorzystać *prime time*. Czas wolny w coraz większym stopniu oznacza poszukiwanie przyjemności. W latach 90. XX wieku telewizja w Polsce staje się przestrzenią wspólnego biesiadowania, dominuje w niej formuła familiarności. Tradycyjną biesiadę, która w historii kultury polskiej stanowiła istotny element czasu odświętnego i oznaczała długotrwałe uczty, które charakteryzowała obfitość jedzenia i trunków, zastąpiło biesiadowanie w czasie wolnym z telewizją²⁵.

Po roku 2000 w erze tzw. hipertelewizji oglądanie telewizji staje się praktyką problematyczną, ponieważ dokonuje się ono na różnych urządzeniach, w różnych przestrzeniach i coraz częściej niezależnie od ramówki telewizyjnej. Oglądanie telewizji coraz częściej staje się interaktywnym jej użytkowaniem, fragmentarycznym, zatomizowanym i nieciągłym. Istotny jest jednak w dalszym

²⁴ Tamże.

²⁵ B. Łaciak, *Obyczajowość polska czasu transformacji, czyli wojna postu z karnawalem*, Warszawa 2007, s. 327.

ciągu model oglądania „tradycyjnego”, ale jako jeden z jego wariantów. W przypadku użytkowników korzystających z różnych platform medialnych mamy do czynienia z „publicznością rozproszoną”²⁶. Ponadto możemy mówić o tworzeniu się nowego modelu zabawy w oglądanie telewizji połączonej z jej współtworzeniem. Oglądaniu może towarzyszyć własne publikowanie „na życzenie” przez widzów, którzy posiadają hipertekstualne doświadczenia użytkowników nowych mediów dotyczące produkcji i praktyk odbiorczych. Badacze mówią o „współkonsumpcji telewizji i internetu”, coraz częstszą praktyką odbiorczą staje się korzystanie z różnych ekranów jednocześnie (*multi-screener*) będące praktyką indywidualizującą. Problematyczna staje się także kategoria czasu wolnego, który coraz trudniej jest wyodrębnić w rytmie codziennego życia. Jedno pozostaje niezmiennie – oglądanie telewizji stanowi zabawę komunikacyjną umożliwiającą widzom swobodne wybieranie z dostępnych form rozrywki telewizyjnej obrazów i programów w celu osiągnięcia przyjemności. Dzisiaj oglądanie telewizji coraz częściej polega na kompulsywnym surfowaniu po kanałach telewizyjnych w poszukiwaniu przyjemności, na swego rodzaju błędzeniu po wirtualnych światach w poszukiwaniu przyjaznego ładu. W coraz większym zakresie staje się ono formą konsumpcji obrazów i dźwięków, które mają dostarczyć widzowi przyjemności natychmiastowej, a dodatkowo wyrwać go z nudy codzienności. George Ritzer zauważył, że konsumenci, którzy nawet są skłonni zrezygnować ze zbędnych rzeczy, nie są w stanie zrezygnować z rozrywki i przyjemności związanej z aktem konsumpcji. Kultura masowa wmawia ludziom, że mogą być szczęśliwi jedynie poprzez uczestnictwo w cywilizacji konsumpcji²⁷. Telewizja staje się swego rodzaju rozrywkowym hipermarketem. Poszukiwanie

²⁶ Por. M. Filiciak, *Media, wersja beta. Film i telewizja w czasach gier komputerowych i internetu*, Gdańsk 2013, s. 226.

²⁷ G. Ritzer, *Magiczny świat konsumpcji*, przeł. L. Stawowy, Warszawa 2001, s. 314.

przyjemności poprzez surfowanie po ekranie stanowi przyjemność wynikającą z samego aktu klikania, błędzenia, niezatrzymywania się na niczym dłużej niż kilka sekund.

Wcześniej widz był statyczny i powiązany z konkretnym miejscem, którym był zazwyczaj dom. Dzisiaj może on być mobilny, podobnie, jak jego urządzenia, a tym samym miejsce widza staje się problematyczne. Coraz częściej jest to „nie-miejsce”, używając terminologii Marca Augé: autobus, pociąg, dworzec itp.²⁸, ponieważ to urządzenie, z którego widz korzysta określa jego miejsce. Telewizja teoretycznie jest coraz mniej powiązana z lokalizacją, ale nie należy przeceniać nowych sposobów jej oglądania. Wprawdzie w schemacie korzystania z mediów typowym dla dzisiejszego widza to internet odgrywa pierwszoplanową rolę, a telewizja często jest medium tła. Jednak większość widzów w naszym kraju ogląda telewizję w sposób tradycyjny, czyli w domu przy użyciu odbiornika telewizyjnego²⁹. Telewizja w dalszym ciągu stanowi formę pośredniej, wynegocjowanej w rodzinie komunikacji. Telewizor pełni też funkcję medium komunikacyjnego osób spotykających się przed odbiornikiem w różnych miejscach, takich jak dom, szpital czy kawiarnia. Telewizja może być symbolem życia rodzinnego nawet wówczas, gdy widz ogląda ją samotnie, na przykład w hotelu³⁰.

Z powyższych analiz wynika, że istnieje wiele sposobów oglądania telewizji i związanych z tym przyjemności. Samo oglądanie telewizji zazwyczaj ma miejsce w czasie wolnym, a często go usta-

²⁸ Por. M. Augé, *Nie-miejsca. Wprowadzenie do antropologii hipernowoczesności*, przeł. R. Chymkowski, Warszawa 2012.

²⁹ Potwierdziły to badania, jakie przeprowadzili Mirosław Filiciak i Piotr Toczyski dotyczące sposobów oglądania seriali telewizyjnych przez widzów w Polsce. Ankietę internetową wypełniły 1303 osoby, z czego 1206 osób zadeklarowało oglądanie seriali. A 80% widzów stwierdziło, że ogląda seriale zgodnie z ramówką telewizyjną, M. Filiciak, dz. cyt., s. 224.

³⁰ J. Bohdziewicz, *Piękno aktualności. Telewizja bycia u progu czasu*, Warszawa 2014, s. 178.

nawia. W ten sposób telewizja przyczynia się do tworzenia wspólnej kultury, o czym mówi Fiske, dotyczy to także kultury czasu wolnego³¹. Nicholas Abercrombie słusznie zauważa, że telewizja tworzy rytualną i symboliczną konstrukcję życia codziennego, ogniskując konwersację społeczną, sytuując widzów w lokalnych, narodowych i globalnych relacjach społecznych, bawiąc ich i informując³². A tym samym wciąż dostarcza widzom różnego rodzaju przyjemności w czasie, który w dużej mierze dzięki telewizji staje się wolnym.

Pomimo tego, że telewizja stanowi medium niecieszące się społecznym uznaniem, a jej oglądanie w społecznym odczuciu często uznawane jest za czas zmarnowany, wręcz stracony, widzowie na całym świecie, także w Polsce, wciąż chętnie ją oglądają. Pomiijając kwestię wartości programów telewizyjnych, powodem jest możliwość doznawania przyjemności z samego oglądania telewizji i korzystania z niej na wiele sposobów. Z kulturoznawczej perspektywy przyjemności związane z oglądaniem telewizji polegają na tym, że telewizja stanowi kulturowy rytuał – istotny element życia codziennego zapewniający poczucie relaksu, odprężenia. Jason Mittell pisze w tym kontekście o „telewizji spotkania”, która oferuje widzom przyjemność związaną z programami, które „należy zobaczyć”. Mogą to być filmy, seriale, wiadomości telewizyjne. Widzowie często przygotowują się do ich oglądania, ponieważ stanowią one stały element ich planu dnia³³. Inne rodzaje przyjemności związane z oglądaniem telewizji polegają na przykład na możliwości zobaczenia ulubionego prowadzącego program, zaangażowaniu się uczuciowym w perypetie serialowych bohaterów lub wirtualnym współdoświadczeniu z uczestnikami teleturnieju lub *reality show*. Przyjemność oglądania telewizji polega także na tworzeniu

³¹ J. Fiske, dz. cyt.

³² N. Abercrombie, dz. cyt., s. 169.

³³ J. Mittell, *Oglądanie telewizji*, w: *Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia*, red. T. Bielak, M. Filiciak, G. Ptaszek, Warszawa 2011, s. 36.

się więzi społecznych związanych z „funkcją wspólnotową” telewizji, której celem jest budowanie więzi rodzinnych, sąsiedzkich. Dzisiaj w czasach cyfrowej konwergencji i związanego z tym rozproszenia widowni telewizja wciąż jednoczy Polaków poprzez transmisje z ważnych uroczystości państwowych, religijnych lub wydarzeń sportowych. Inne rodzaje przyjemności oglądania telewizji wiążą się z „praktyką wielozadaniowości” (*multitasking*) i związaną z tym możliwością włączenia się w strumień programowy w każdej chwili, ale też oglądania programów w skupieniu³⁴. Przyjemności może dostarczać odbiór zaangażowany możliwy dzięki technologiom nagrywania programów na DVD lub ściągania ich z sieci. W tym przypadku przyjemność polega na oglądaniu programów z większą uwagą i angażowaniu się w ich narrację. Przywołane przykłady przyjemności związanych z oglądaniem telewizji nie wyczerpują listy możliwości. Pokazują jednak, że telewizja angażuje uczucia i emocje widzów, którzy dzięki temu wciąż chcą ją oglądać.

³⁴ Tamże, s. 37-38.