



Alicja Kisielewska

## SERIALOWE „PRAWDZIWE ŻYCIE” JAKO PŁASZCZYZNA GRY Z KULTURĄ

Seriale telewizyjne, a w sposób szczególnie będące przedmiotem zainteresowania w niniejszym tekście polskie tele-sagi rodzinne, takie jak: *Klan*, *Złotopolscy*, *M jak miłość*, sprzedają „efekt rzeczywistości”, który stanowi wzorcową dla dzisiejszej telewizji praktyką twórczą [por. Kozloff 1998, 74]. Jak pisze Zygmunt Bauman, rzeczywistość staje się dziś jednym z wielu obrazów do oglądania, przy tym wcale nie najwyraźniejszym, najbardziej interesującym czy zabawnym. Różne gatunki obrazów stają niejako „do konkurencji” na równych prawach, aby zatrzymać, choćby na chwilę, uwagę odbiorcy nastawionego na rozrywkę, wciąż szukającego ekscytujących podniet w świecie, którego przestrzeń organizują kryteria estetyczne [Bauman 1995, 49]. Zacierająca się w kulturze granica między realnym obiektem a jego obrazem, między rzeczywistością a fikcją powoduje, że przedstawiane w tekstach medialnych autentyczne wydarzenia odbieramy jako rzeczywistość sztuczną, „symulowaną”, której jedną z funkcji jest dostarczanie rozrywki. Jeden z teoretyków porównał wiadomości telewizyjne do opery mydlanej, nazywając je „mydlaną operą dla mężczyzn” [por. Godzic 1999]. Z kolei seriale telewizyjne, stanowiące oparte na oryginalnych scenariuszach fikcyjne opowieści, często są odbierane przez widzów jako „prawdziwe życie”. Potwierdzają to badania opinii, w których powtarzają się takie oto stwierdzenia odbiorców: „normalne życie ludzi jest tu przedstawione”, „*Klan* przedstawia sytuacje w sposób prawdziwy, tak jak to się może wydarzyć w życiu”, „(serial – dop. A.K.) do-



tyczy codziennych życiowych spraw”<sup>1</sup>. Przy czym należy tutaj zauważyć, że popularny, upowszechniany przez media wizerunek fana seriali opiera się na założeniu, że jest to ktoś, kto nie potrafi wskazać różnicy między rzeczywistością i fikcją. Krytycy często piszą o zjawisku utożsamiania aktorów z granymi przez nich postaciami. Na przykład, gdy jedna z bohaterek *Klanu*, Marta (Ewa Szawłowska) została uśmiercona przez scenarzystów i kiedy następnego dnia po emisji odcinka serialu, w którym to nastąpiło, grająca ją aktorka szła po ulicy w Radomiu, jakaś starsza kobieta przeżegnała się na jej widok [Matysek 2001]. Inny przykład dotyczy młodej aktorki Magdaleny Górskiej, grającej w *M jak miłość* Olę, koleżankę z pracy jednego z bohaterów serialu (Piotra Zduńskiego), którego *nota bene* uwiodła. Jadąc autobusem, aktorka usłyszała od pewnej starszej pani, że chętnie by ją zastrzeliła, ponieważ rozbija małżeństwo Kingi, innej bohaterki tego serialu [BZ 2005]. Z kolei emeryci z Nowej Huty (siedem kobiet, dziewięciu mężczyzn) założyli fanklub *Klanu* i spotykali się regularnie w osiedlowym domu kultury, aby dyskutować o problemach rodziny Lubiczów. Ulubionym tematem klubowiczów był wątek doktora Lubicza, a gdy ów idealny polski mąż i ojciec, a także lekarz, zainteresował się inną niż własna żona kobietą, jeden z członków klubu powiedział w wywiadzie prasowym, że „jeżeli doktor Lubicz zdradzi żonę, pojedzie do Warszawy obić mu głowę” [Radłowska 2001]. Przenikanie się serialowego „prawdziwego życia” z rzeczywistością w odniesieniu do seriali amerykańskich opisał w swojej książce *Zabawić się na śmierć* Neil Postman. Przytacza on, między innymi, fakt z życia Lapończyków, którzy przesunęli o kilka dni swoją coroczną, niezwykle ważną dla tego koczowniczego ludu wędrówkę, aby móc się dowiedzieć, kto zastrzelił J.R. – jednego z bohaterów *Dynastii* [Postman 2002]. Podobnych przykładów można

---

<sup>1</sup> Jak wynika z sondażu przeprowadzonego po roku emisji *Klanu*, widzom najbardziej podoba się to, że jest on realistyczny i w wiarygodny sposób pokazuje autentyczne sprawy życiowe, tak uważa 52 procent respondentów. Oto niektóre opinie: „normalne życie ludzi jest tu przedstawione”, „*Klan* przedstawia sytuacje w sposób prawdziwy, tak jak to się może wydarzyć w życiu”, „dotyczy codziennych życiowych spraw”, „jest pokazane domowe ognisko”, „ciepło rodzinne”, „więzi rodzinne pokazuje”, „porusza problemy zwykłej rodziny z uwzględnieniem tragedii i słabości”, „jest bardzo rodzinny”, „przedstawia aktualne polskie realia”, „nie jest zamerykanizowany”, „występują świetni aktorzy”, „aktorzy pasują do swoich ról”, „podoba mi się Paweł, Krystyna, mała Ola, Rysiek i jego rodzina”, „sympatyczni bohaterowie”, „miła i dobra jest cała rodzina Lubiczów”.

podać więcej, niewątpliwie wskazują one na zaangażowanie emocjonalne odbiorców seriali, pomijając owe wypadki całkowitego utożsamiania fikcji z rzeczywistością, ale te stanowią zupełny margines, chętnie eksponowany przez prasę, która w ten sposób stara się deprecjonować kompetencje widzów. Pokazują one także inny problem, a mianowicie przenikanie się świata wyobrażonego z rzeczywistością i kryjąca się za tym serialową grę z kulturą, której celem ma być „efekt rzeczywistości” – czyli kreacja „prawdziwego życia”.

Tekst ten jest próbą pokazania, że serialowe „prawdziwe życie” jest nader specyficzną płaszczyzną gry prowadzonej z kulturą. Jej podstawą jest specyfika medium telewizyjnego. W przedstawianiu wydarzeń telewizyjnych zwykle kładzie się duży nacisk na związek między wydarzeniem a jego lokalizacją, symulujący takie połączenie między nimi, jakie istnieje w rzeczywistym czasie i miejscu, istotny jest też obiektywizm kamery jako narzędzia rejestracji [Seiter 1998, 40-42]. Większość obrazów tworzonych za pomocą kamery telewizyjnej stanowią znaki indeksalne, w tym sensie „kamera nigdy nie kłamie”. Indeksalna natura znaków telewizyjnych mówi także o sposobie odbioru obrazów elektronicznych jako rzeczywistych, przypominających samo życie. Powoduje to, że serialowe, zainscenizowane zgodnie z odpowiednimi konwencjami produkcji telewizyjnej fikcyjne wydarzenia, odbiorcy dosyć często utożsamiają z rzeczywistością. Potwierdziły to badania dwóch antropologów Byrona Reevesa i Clifforda Nassa, którzy udowodnili, że ludzie pochodzący z różnych kultur, różniący się wiekiem i wykształceniem, podobnie reagują na media. Wszyscy badani utożsamiali media z rzeczywistością. Badacze stwierdzili poza tym, że interakcje ludzi z telewizją są „społeczne i naturalne”, podobnie jak interakcje w życiu realnym<sup>2</sup>. W pewnym sensie tłumaczy to zachowanie emerytów z Nowej Huty. Wprawdzie rama ekranu telewizyjnego zakreśla granice odmiennej rzeczywistości [Silverstone 1986, 57], ale właściwości obrazu telewizyjnego powodują, iż intelektualna refleksja towarzysząca percepcji jest zminimalizowana, co oznacza, że zacierza się różnica między realnym obiektem a jego obrazem. Rzeczywistość serialową w polskich tele-sagach rodzinnych stanowią

---

<sup>2</sup> Byron Reeves i Clifford Nass przeprowadzili projekt badawczy zatytułowany *Reakcje społeczne na technologie komunikacyjne*, objęto nim: dzieci, młodzież, studentów college'u, biznesmenów i naukowców zajmujących się komputerami, podają za: Reeves B., Nass C. [2000].

wprawdzie różnego rodzaju fikcyjne historie, ale powinny one jednak służyć orientacji praktycznej. Opowieści muszą odpowiadać rzeczywistości, w której seriale są umieszczone, poza tym winny być zbieżne czasowo z czasem realizacji, a problemy w nich poruszane mają być częścią rzeczywistości odbiorców. W związku z tym rysuje się tutaj kilka aspektów serialowej gry z kulturą.

Jednym z nich jest „prawdziwy czas”. W polskich tele-sagach występują dwa modele czasu. W serialach codziennych (np. *Klan*) czas opowieści jest analogiczny, można powiedzieć równoległy do czasu realnego, w którym żyją odbiorcy. W związku z tym serialowe doświadczenie rzeczywistości koresponduje temporalnie z rzeczywistością odbiorców. Drugi model dotyczy seriali rzadziej wyświetlanych – dwa, trzy razy w tygodniu (*Złotopolscy*, *M jak miłość*). Tutaj czas świata przedstawionego jest odseparowany od realnego, w pewnym sensie odrealniony, ale w tym przypadku istotne jest życiowe prawdopodobieństwo.

Serialowe światy, zwłaszcza w tele-sagach rodzinnych, zaludnione są „prawdziwymi” ludźmi, usytuowanymi w rodzimym pejzażu. Bohaterowie są widzom znani, ponieważ mogli ich już widzieć w innych serialach, wcześniejszych odcinkach danego serialu lub posiadają cechy ludzi i miejsc znanych z „tekstów” pochodzących z realnego życia np. opowieści znajomych, środowiskowych plotek. Wydają się więc być „prawdziwi” i w pewnym sensie bliscy. W świecie tele-sag obowiązuje swego rodzaju hierarchia bohaterów. Zazwyczaj dominującą rolę w polskich sagach rodzinnych odgrywają mężczyźni bohaterowie, na przykład doktor Lubicz w *Klanie* czy Dionizy Złotopolski w *Złotopolskich*, Lucjan Mostowiak w *M jak miłość*. Ale są to postaci niewiele wyrastające ponad przeciętność, a tym samym odbiorcy mogą je stosunkowo łatwo włączyć do swojego świata. Zaabsorbowanie bohaterów seriali codzienną zwyczajnością łączy ich z widzami w rodzaj „wspólnoty uczuciowej”, która staje się swego rodzaju formą nacisku na kulturową wspólnotę, coraz bardziej poddającą się zalewowi familiarności [Burszta 2002].

Ponadto polskie tele-sagi rodzinne prezentują „prawdziwe sprawy”, czyli aktualne społeczne problemy, dostosowując się w ten sposób do realnego życia, codziennych polskich realiów. Widzowie mogą się z nich dowiedzieć, w jaki sposób pomóc osobom chorym na Alzheimera czy niewydolność nerek, jak rozpoznać narkomanów w szkołach, co poradzić samotnym matkom, jak traktować dzieci z domów dziecka i reagować na zagrożenie AIDS, są poinformowani o akcjach Wielkiej Orkiestry

Świątecznej Pomocy. Jedną z ról w *Klanie* gra dziecko chore na zespół Downa, jeden bohaterów był chory na Alzheimera, inny jest zarażony wirusem HIV. Aby seriale mogły pełnić te funkcje, powinny odbijać płaszczyzny zainteresowania publiczności, a także jej problemy i koncentrować się na tych, które łączą się z ich własnymi doświadczeniami [por. Hobson 2003, 139]. Poruszane w tele-sagach problemy mają być częścią rzeczywistości odbiorców. Z perspektywy nadawców jest to niełatwe balansowanie między koniecznością podejmowania aktualnych kwestii, czasami kontrowersyjnych, jakich oczekują widzowie a opowieściami tzw. głównego kulturowego nurtu, w którym zazwyczaj sytuowane są historie w tego typu serialach. Najczęściej podejmowane są w nich tematy, które mogą uchodzić za „bezpieczne”, takie jak: małżeństwo, miłość, zdrowie fizyczne [Anger 1999, 107-108]. Twórcy seriali nie podejmują w tele-sagach drażliwych społecznie problemów, a jeśli nawet, jak na przykład w *Klanie* sprawa zaginięcia jednego z bohaterów – Michała Chojnickiego – dziennikarza, który prowadził prywatne śledztwo dotyczące wymuszania haraczy, czy sprawa „prania brudnych pieniędzy” w fundacji dobroczynnej w serialu *M jak miłość*, to pokazywane są one w kategoriach personalnych jako dramat konkretnej rodziny, a nie problem społeczny. W polskich tele-sagach rodzinnych najczęściej owe „prawdziwe sprawy” rozgrywają się w płaszczyźnie interpersonalnych rozmów, jakie prowadzą bohaterowie na codzienne, często banalne tematy. W konwencji „gadających głów” w szeregu wypowiedzi narracyjnych opowiadają oni o tym, co wydarzyło się w ciągu dnia. Narrator personalny jest podstawowym ogniwem tak pojmowanego działania komunikacyjnego [por. Kisielewska 2001, 148]. W ten sposób w tele-sagach rodzinnych, adresowanych w dużej mierze do kobiet, podejmowane w nich kwestie i rodzaj zajmowanych stanowisk kreują swoistą familiarną kulturę domową. Bohaterowie zazwyczaj przebywają w salonie lub w kuchni, gdzie przy stole rozmawiają o sprawach rodziny - o problemach uczuciowych jej członków, takich jak: potrzeba miłości i związane z tym poszukiwania życiowego partnera, nieporozumienia w małżeństwie, zdrada małżeńska, separacja i rozwód, ale też o problemach wychowawczych z dziećmi, problemach zdrowotnych członków rodziny, kondycji fizycznej i trosce o zdrowie, problemach w pracy. Podejmowane codzienne tematy są bliskie odbiorcom, każdy z nich może znaleźć w tele-sagach rodzinnych kwestię, która w jakiś sposób go porusza, obchodzi, czy też bezpośrednio dotyczy. Poza tym ludzie potrzebują opowiadań. Skłaniamy się w ich kierunku niejako na-



turalnie – słuchając i opowiadając – mówiąc, stąd popularność różnych form telewizyjnego zwykłego „gadania”, a poza tym neotelewizja jest nastawiona na kontakt z odbiorcą. Ponieważ tele-sagi są wciąż odnawianą w kolejnych odcinkach rozmową, widzowie mają czas na zastanowienie się, zajęcie własnego stanowiska i w ten sposób są angażowani emocjonalnie. Seriale często pełnią więc funkcje poradni rodzinnej, gabinetu terapeuty czy nawet swego rodzaju rodziny zastępczej [Williams 1992, 201]. A widzowie tak długo będą chcieli je oglądać, jak długo będą mieli ochotę rozmawiać z bohaterami, którzy powinni być sympatyczni, a problemy w nich przedstawione będą wspólne postaciom z ekranu i widzom. Oglądając seriale, widzowie mogą być przekonani, że w ten sposób stają się mądrzejsi, ponadto są przez nie w różny sposób pocieszani. Dobrze jest, gdy widzowie mogą się zaprzyjaźnić z postaciami, wówczas będą w serialowym świecie realizują pragnienie, żeby widzieć je znowu i znowu słuchać, jak one mówią. Historie serialowych bohaterów skłaniają widzów do myślenia o nich jako ich własnych historiach, opisujących ich życie.

W kreowaniu owej „prawdziwości”, czy też autentyczności bohaterów i całego świata przedstawionego, istotną rolę odgrywa sposób adresowania wpływający na „wyobrażenia społeczne” [Baczko 1994, 14]. Twórcy tele-sag rodzinnych stosują osobisty, personalny sposób adresowania, a tym samym kreują swoistą „familijność” odbiorców żyjących podobnymi problemami jak ich ulubieni serialowi bohaterowie. W ten sposób tele-sagi rodzinne stają się swoistą kulturą „wspólną uczuciową”, której podstawą jest teleuczestnictwo. Z antropologicznej perspektywy teleuczestnictwo jest przestrzenią symulowanego kontaktu zapośredniczonego przez medium, między twórcą – nadawcą a widzom – odbiorcą, przestrzenią swoistej gry, której celem staje się uczynienie z odbiorcy współodpowiedzialnego uczestnika. Wynika to także z telewizyjnego „sposobu prezentacji”, zakładającego odniesienie do telewidzów i sytuowanie ich poprzez tekst, polegającego między innymi na tym, że aktor grający często zwraca się do odbiorcy bezpośrednio, w taki sposób, jakby rozmawiał z nim osobiście i prywatnie, a także z bliskości widza i ekranu [Feuer 1997, 139]. W aspekcie technicznym personalny sposób adresowania stosowany w serialach oparty jest na podstawowej dla telewizji strate-



gii zbliżeń i półzbliżeń. Polega on na tym, iż osoby nam nieznanne, często sławne, dzięki zbliżeniom znajdują się w niemal dotykanej bliskości, a więc w relacjach przestrzennych właściwych dla związków przyjaźni czy rodziny. Między innymi w ten sposób odbywa się kreowanie wspólnoty. Aktorzy przedstawiani są z reguły w konwencji gadających głów i pełnią role mistrzów ceremonii. W tele-sagach zazwyczaj język werbalny rozstrzyga znaczenie obrazu, często ma on naturę ideologiczną, prowadząc czytelnika ku sensowi z góry obranemu [Seiter 1998, 49]. Wytwarzaniu iluzji bezpośredniego, wręcz intymnego, kontaktu widza z wykonawcą, służy także rozwiązanie polegające na tym, iż kamera telewizyjna panoramująca w dół na wykonawcę stwarza silne wrażenie iluzji. Swoista intymność budowana jest przez dosłowne zbliżenie się, także bliskość widza i ekranu. W ten sposób widzowie zostają zaangażowani w bezpośredni kontakt, znają ową personę tak jak bliskich znajomych – dominuje dystans indywidualny lub intymny, posługując się kategoriami Edwarda Halla, zaś niemal nie występują inne dystanse charakterystyczne dla rzeczywistości, w jakiej żyjemy: dystans społeczny czy publiczny [por. Hall 1997, 13]. Tego rodzaju „związki paraspoleczne”, jak je nazywają Donald Horton i Richard Wohl, przekraczające obowiązujące w naszej kulturze wzory proksemiczne, mogą stanowić alternatywę dla społecznego porządku komunikowania [Horton, Wohl 1997, 63]. Widzowie oglądający serial regularnie, często przez wiele lat, mogą mieć wrażenie, że znają bohaterów lepiej niż swoich znajomych, a nawet rodzinę. Może to stanowić swego rodzaju surogat komunikacji *face to face*. Telewizyjna iluzja bezpośredniego kontaktu wykonawców z widzami tworzona jest także w ten sposób, iż starają się oni dostrajać swój występ do zakładanej reakcji publiczności, która zazwyczaj reaguje zgodnie z ich oczekiwaniami. Przedstawienie jest prawdziwe, ponieważ ono tworzy specjalną relację z uczuciami i marzeniami odbiorców, wzmacnianą poczuciem znajomości bohaterów, co dodaje im prawdopodobieństwa i czyni opowiadanie prawdziwym. Tego typu „interakcja paraspoleczna” ma charakter jednostronny: jest kontrolowana przez wykonawcę i nie dopuszcza możliwości wzajemnego rozwoju. Publiczność ma swobodę w wyborze oferowanych związków, lecz nie jest w stanie tworzyć nowych.



Kontekstem „prawdziwego życia” w serialu jest zwykle przestrzeń medialna. Ponieważ aktorzy serialowi są utożsamiani z bohaterami, których odtwarzają, media ustawicznie zajmują się związkami między ich życiem prywatnym a życiem postaci. W różnych pismach pojawiają się informacje wskazujące, że fikcyjne miejsca i postaci koegzystują z realnymi lub istnieje homologiczność między ich ekranowym życiem a życiem odbiorców. Z jednej strony zapewniają one rozgłos aktorom, z drugiej stymulują iluzję [Spence 1995, 185]. Pobudzaniu kreatywności owego „prawdziwego życia” służą też różnego rodzaju medialne sondy, quizy i pytania adresowane do widzów, w czym po części biorą udział sami odbiorcy. Na przykład po decyzji Jana Wieczorkowskiego o rezygnacji z grania *Klanie* jedno z pism przeprowadziło sondaż wśród widzów, którzy mieli wybrać z kilku zaproponowanych przez redakcję aktorów tego, który nadaje się do roli Michała Chojnickiego. Służy temu także rozpowszechnianie anegdot dotyczących aktorów i kulis realizacji serialu, które stały się elementem strategii produkcyjnej. W prasie pojawia się wiele artykułów i zdjęć instruujących widzów, co zrobić, żeby wyglądać tak jak ulubiona gwiazda serialowa, jak podobnie urządzić dom, a to ma wskazywać na jej lepszy gust. Magazyny dla serialowych fanów promują też odpowiednio wykreowane medialnie osobowości gwiazd seriali, z którymi przeprowadza się wywiady, często dotyczące ich życia prywatnego. Przykłady te pokazują, że fikcja i rzeczywistość nie są opozycyjne, ale koegzystują w przestrzeni medialno-kulturowej, przenikają się, funkcjonując w dialektycznej opozycji. Seriale telewizyjne, a zwłaszcza tele-sagi są wprawdzie fikcyjne, ale mówią też o otaczającej rzeczywistości. Ich widzowie są więc łagodnie zanurzeni w serialowym świecie, w pewien sposób poddają się specyficznej immersji, ale nigdy całkowicie nie tracą gruntu w otaczającej ich rzeczywistości. Jak mówi Wolfgang Iser o pracy wyobraźni, jaką są fikcyjne historie – one nie są delegacją rzeczywistości, ale „modelami lub konceptami rzeczywistości” [por. Spence 1995, 187].



Serialowe „prawdziwe życie” nie jest w tele-sagach dane, zagwarantowane, jest raczej problematyczne, inaczej odczuwane przez każdego widza. Granica między obrazem czy też wyobrażeniem a rzeczywistością, prawdą a grą ciągle się zmienia, powoli ulegając zacieraniu, w czym biorą aktywny udział odbiorcy. Płaszczyzną serialowej gry z kulturą jest też technologia. Telewizja za pomocą techniki kreuje swoiste, wyznaczone granicami ekranu, odmienne środowisko przestrzenne i czasowe [Rothenbuhler 2003, 115]. Specyficznym rodzajem owej gry w dyskursie rozrywkowym jest switchingowanie, które umożliwia odbiorcy łatwe przełączanie się z realności do opowieści, ale też z jednej opowieści do innej. Analiza praktyk odbiorczych neotelewizji wskazuje, że istotne w kontekście odbioru tele-sag rodzinnych może być oglądanie przez widza programu telewizyjnego danego wieczoru lub w danym tygodniu, a to znaczy że konkretny przekaz jest elementem większej całości. W związku z tym kontekstem serialowego „prawdziwego życia” staje się ramówka telewizyjna. „Oni porwali Michała, ale on jest w innym serialu”, tak można by spuentować zaginięcie bohatera *Klanu*, o którym wspomniałam wcześniej. Jest to często zauważana przez widzów sytuacja, kiedy odtwórcy serialowych ról zmieniają seriale. Inny wariant pojawia się wówczas, gdy serialowi bohaterowie występują w reklamach właśnie jako „charaktery”. Serialowe „prawdziwe życie” jest kreowane także poprzez obecność w nich autentycznych gwiazd kina, które pojawiają się w nich gościnnie jako oni sami (np. Bogusław Linda w *Niani*, Stanisław Mikulski w *M jak miłość*) lub gdy grają one serialowe postaci (Daniel Olbrychski, Borys Szyc w *Niani*). „Prawdziwość” serialowego świata, przewidywalnego w przeciwieństwie do realnego, tworzą też zapowiedzi tego, co wydarzy się w kolejnym odcinku pojawiające się na końcu odcinka bieżącego, ale też zapowiedzi długoterminowe, zaznaczające, co będzie można zobaczyć w dłuższej serialowej perspektywie czasowej. Przedstawione przykłady pokazują, w jaki sposób zaciera się granica między serialową fikcją a rzeczywistością, znakiem a referencją, co powoduje, że obie współistniejące sfery stają się sztuczne, jak mógłby powiedzieć Baudrillard. Owo rozgraniczanie wydaje się w telewizji coraz mniej istotne, a ponadto rozróżnienie między faktem i fikcją lub fikcją i rzeczywistością staje się również coraz trudniejsze. Wyraźnie widać, że one koegzystują, a odbiorcy łatwo

przenoszą się z płaszczyzny serialowej fikcyjnej opowieści w świat realny, ale tutaj także znajdują jego elementy, co potwierdza tezę o ich przenikaniu się.

Tele-saga rodzinna może być więc ujmowana jako rodzaj komunikacyjnego porozumienia między nadawcą a widzami, wspólnego, wynegocjowanego wyobrażenia, które jest odbierane przez widzów jako rzeczywistość. Przy czym teksty serialowych sag rodzinnych zazwyczaj nie są produktami indywidualnych i izolowanych odczytań, ale rodzajem kolektywnych konstrukcji, będących efektem współpracy, odczytań w małych społecznych grupach, takich jak rodzina, przyjaciele, sąsiedzi lub współlokatorzy mieszkania [por. Hayward 1997, 146]. W ten sposób seriale stają się dzieloną „rodzinną” własnością. Są także wspólnotową własnością – podzielaną przez miliony ludzi – niemal wszyscy w Polsce wiedzą, kim są Lubiczowie. Tworzą oni rodzaj medialnej subkultury, która sytuuje się w głównym rozrywkowym nurcie kultury popularnej, wywierającej presję właściwie na wszystkich. Tele-sagi rodzinne stanowią szczególne źródło konwersacji. Szczegółowa zawartość serialu może być mniej istotna niż dzielenie się opiniami, interpersonalny kontakt, jaki czyni on możliwym. Samo opowiadanie może stać się kanałem do mówienia o innych, podobnych zdarzeniach lub dostarcza pretekstu do plotkowania, gawędzenia o życiu innych ludzi. Tele-sagi dostarczają także tematów do łatwej pogawędki między obcymi ludźmi. Funkcjonują więc jako rodzaj społecznego spoiwa, pozwalającego na przerzucanie interpersonalnych mostów. Dotyczy to przede wszystkim więzi tworzących się między ich entuzjastami, ale może też ona łączyć ich przeciwników [por. Anger 1999, 138-140].

W omawianych tele-sagach rodzinnych prowadzone przez realizatorów gry nie są wymierzone w porządek społeczny. Można dojść do wniosku, że w tym wypadku prowokujący jest sam brak prowokacji. Poza tym, co starałam się pokazać w niniejszym tekście, gra prowadzona przez twórców seriali, wśród których są przecież artyści, prowadzona jest zarówno z odbiorcami, jak i różnymi kulturowymi wzorami i wartościami. Ale też, jak się okazuje, przedmiotem tej gry stają się sami twórcy seriali.

## Bibliografia

- Anger D. [1999], *Society Seen Through Soap Opera*, Toronto: Broadview Press.
- Baczko B. [1994], *Wyobrażenia społeczne. Szkice o nadziei i pamięci zbiorowej*, przeł. M. Kowalska, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bauman Z. [1995], *Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności*, Toruń: Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Burszta W. J. [2002], *Kultura popularna jako wspólnota uczuciowa*, „Kultura Popularna” nr 0.
- BZ [2005], *Fanka serialu „M jak miłość” groziła, że ją zastrzeli*, „Fakt” 23.06.
- Feuer J. [1997], *Telewizja na żywo: ontologia jako ideologia*, przeł. A. Piskorz, (w:) Gwóźdź A. (red.), *Pejzaże audiowizualne. Telewizja, wideo, komputer*, Kraków: Universitas.
- Godzic W. [1999], *Telewizja jako kultura*, Kraków: Wydawnictwo Rabid.
- Hall E. T. [1997], *Ukryty wymiar*, przeł. T. Hołówka, Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza S.A.
- Hayward J. [1997], *Consuming Pleasures. Active Audiences and Serial Fictions from Dickens to Soap Opera*, Lexington: The University Press of Kentucky.
- Hobson D. [2003], *Soap Opera*, Cambridge: Polity Press.
- Horton D., Wohl R. R. [1997], *Komunikacja masowa i paraspoleczna interakcja. Uwagi o intymności na odległość*, przeł. A. Piskorz, (w:) Gwóźdź A. (red.), *Pejzaże audiowizualne. Telewizja, wideo, komputer*, Kraków: Universitas.
- Kisielewska A. [2001], *Język telewizyjny – kanon nowej komunikacji?*, (w:) Krzemień-Ojak S., Nowowiejski B. (red.), *Przyszłość języka*, seria: *Kultura i przyszłość*, Białystok: Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku.
- Kozloff S. [1998], *Teoria narracji a telewizja*, (w:) Allen R. C. (red.), *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, przeł. E. Stawowczyk, Kielce: Wydawnictwo Szumacher.
- Matysek K. [2001], *Wciąga jak diabli*, „Rzeczpospolita” 9.03.
- Postman N. [2002], *Zabawić się na śmierć*, przeł. L. Niedzielski, Warszawa: Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza S.A.
- Radłowska R. [2001], *Fanklub „Klanu”. Emeryci kochają polską telenowelę*, „Gazeta Wyborcza” (Kraków), 11.05.
- Reeves B. i Nass C. [2000], *Media i ludzie*, przeł. H. Szczerkowska, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.



- Rothenbuhler E. [2003], *Komunikacja rytualna. Od rozmowy codziennej do ceremonii medialnej*, przeł. J. Barański, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Seiter E. [1998], *Semiotyka, strukturalizm a telewizja*, (w:) Allen R. C. (red.), *Teledyskursy. Telewizja w badaniach współczesnych*, przeł. E. Stawowczyk, Kielce: Wydawnictwo Szumacher.
- Silverstone R. [1986], *Telewizja a kultura*, przeł. W. Kalaga i M. Trela, „Przekazy i Opinie” nr 2/3.
- Spence L. [1995], *„They killed off Marlena, but she’s on another show now”: Fantasy, reality, and pleasure in watching daytime soap operas*, (w:) Allen R. C. (red.), *To be continued... Soap operas around the world*, London and New York: Routledge.
- Williams C. T. [1992], *„It’s Time for My Story”. Soap Opera Sources, Structure, and Response*, Westport, Connecticut, London: Praeger.

