

Andrzej Mamroł

Uniwersytet Opolski
ORCID: 0000-0001-8951-8719

Oddziaływanie popularnych seriali amerykańskich a obraz polskiego społeczeństwa – na przykładzie serialu *Przyjaciele*

The impact of popular American series and the image of Polish society – on the example of the *Friends* series

Streszczenie

Na aktualny obraz społeczeństwa polskiego – styl życia i mentalność ludzi – przez ostatnie dekady miały wpływ różne czynniki. Jednym z nich było niewątpliwie oddziaływanie środków masowego przekazu, w tym seriali telewizyjnych. Szczególnie ciekawym zjawiskiem była obecność w polskiej przestrzeni medialnej amerykańskich produkcji, które cieszyły się niezmierną popularnością i w istotny sposób przyczyniły się do zaistniałych przemian kulturowych. Można zadać sobie pytanie: W jakim stopniu aktualny obraz społeczeństwa polskiego odzwierciedla cechy, styl życia i mentalność Amerykanów prezentowane przez ponad ćwierć wieku w polskich mediach – na przykład w serialu *Przyjaciele*? W artykule zwrócono uwagę między innymi na podobieństwa w zakresie obyczajowości i specyfiki nawiązywanych związków, sposobów spędzania czasu, podejścia do życia, kariery zawodowej. Przedstawiono w nim również mechanizmy leżące u podstaw tego wpływu.

Słowa kluczowe: serial *Przyjaciele*, oddziaływanie mediów, mechanizmy wpływu, współczesne społeczeństwo

Abstract

Over the past decades, many factors have influenced the current image of Polish society, including people's lifestyles and mentalities. An undeniable impact of mass media, including television series, was one of them. The presence of American productions in the Polish media space was a particularly interesting phenomenon. They were extremely popular and significantly contributed to cultural changes. The question arises: to what extent does the current image of Polish society mirror the qualities, lifestyles, and mentalities of Americans, featured for over quarter of a century in Polish media, for example, in the series *Friends*? Among other things, the article highlights the similarities in morality and peculiarities of the formed relationships, ways of spending time, attitudes towards life, and careers. It also presents the mechanisms underlying this influence.

Keywords: the series *Friends*, media impact, mechanisms of influence, contemporary society

Wprowadzenie

Serial *Przyjaciele* po raz pierwszy został wyemitowany w 1994 r. przez amerykańską telewizję NBC (w Polsce w 1996). Premierowe 236 odcinków w kolejnych 10 seriach pojawiały się do roku 2004, później wielokrotnie je odtwarzano w stacjach telewizyjnych na całym świecie. W naszym kraju prezentowano je między innymi w Canal+, Polsat, TVN, TVN7, w chwili obecnej codziennie – i to kilka odcinków – znajdziemy w ramówce Comedy Central HD, jak również Polsat Comedy Central Extra. Widzowie mogli/mogą je także znaleźć na platformach internetowych, na przykład Netflix (od 2015 do 2020 r.), aktualnie na HBO max.

Trudno wyobrazić sobie nawet tę wielomilionową publiczność, która przez ponad ćwierć wieku zasiadła przed ekranem, by obejrzeć kolejne perypetie swoich ulubieńców. Nie sposób jej dokładnie oszacować, jednak zważywszy na fakt, że w czasie emisji odcinków premierowych w Ameryce oglądających było czasem nawet ponad trzydzieści milionów¹, a później ta liczba była zwielokrotniana, gdy dołączali widzowie różnych stacji telewizyjnych na całym świecie, jej rozmiary są imponujące.

Tak wielką popularność potwierdzają liczne nagrody, jakie serial otrzymał – były to między innymi nagrody Emmy i Złoty Glob oraz inne nominacje i nagrody, w tym przyznawane poszczególnym aktorom².

Serial tak uwielbiany przez liczną widownię, którego niektóre odcinki przez wiele osób były oglądane wielokrotnie, musi mieć olbrzymią siłę oddziaływania. Zgodnie z obecnym stanem wiedzy na temat wpływu mass mediów na ludzi środki tego typu mają dużą siłę oddziaływania na postawy, zachowania, styl życia ludzi, a nawet na kształt całego społeczeństwa, na procesy, które w nim zachodzą.

Można zadać sobie wobec tego pytanie: W jakim stopniu aktualny obraz społeczeństwa polskiego odzwierciedla cechy, styl życia i mentalność Amerykanów prezentowane przez ponad ćwierć wieku w polskich mediach – na przykład w serialu *Przyjaciele*?

W niniejszym opracowaniu zwrócono uwagę na następujące kwestie: Jakie mechanizmy leżą u podstaw wpływu, który wywiera serial *Przyjaciele* na swoich odbiorców? Jaki obraz i styl życia społeczeństwa amerykańskiego został zaprezentowany w serialu *Przyjaciele*? Jakie są podobieństwa współczesnego społeczeństwa polskiego do wzorca zaprezentowanego w serialu *Przyjaciele*?

¹ K. Miller, *Przyjaciele. Ten o najlepszym serialu na świecie*, Kraków 2019, s. 135.

² S. Kucharski, *Serial „Przyjaciele” popularny 27 lat po premierze. Z czego wynika jego długowieczność?*, <https://www.wirtualnemedi.pl/artukul/przyjaciele-serial-odcinki-online-gdzie-ogladac> (dostęp: 22.08.2022).

1. Mechanizmy leżące u podstaw wpływu, który wywiera serial *Przyjaciele* na swoich odbiorców

Termin „wpływ” oznacza „na ogół długotrwały proces, który przejawia się w – nieraz bardzo trudno uchwytnych – zmianach dotyczących postaw, poglądów, ocen moralnych, estetycznych itp.”³

W kontekście oddziaływania mediów na człowieka można zauważyć trzy jego odmiany. Pierwszy z nich to wpływ *natychmiastowy* (bezpośredni). Mówimy o nim na przykład wtedy, gdy pod wpływem dialogów czy fabuły serialowej albo w wyniku odbioru innego przekazu telewizyjnego widz od razu przeżywa konkretne emocje – i śmieje się, ewentualnie złości, boi, zastanawia się nad prezentowanymi treściami. Drugi rodzaj wpływu nazywamy *kumulatywnym*. Najczęściej nieuchwytny w początkowych fazach odbioru, daje o sobie znać po upływie pewnego czasu. Dzieje się tak szczególnie w przypadku odbioru programów cyklicznych (jak na przykład właśnie seriali), gdzie pierwsze efekty są prawie bądź w ogóle niezauważalne, jednak sumują się i ujawniają – a zdarza się, że wręcz eksplodują – później. Trzeci rodzaj wpływu ma charakter *podświadomy*. Wraz z przekazem medialnym do mózgu człowieka, obok informacji przez niego zauważonych, dociera wiele treści odbieranych z mniejszym udziałem świadomości, na przykład kontekst prezentowanych przez bohaterów postaw. Mogą one mieć istotne znaczenie dla ich przyjęcia/akceptacji lub odrzucenia w przyszłości⁴.

Fenomen popularności telewizji opiera się między innymi na tym, że zaspokaja ona ważne ludzkie potrzeby. Zainteresowanie serialem *Przyjaciele* wynika w dużej mierze właśnie z tego, że jego twórcom udało się uruchomić w widzach te pokłady osobowości, które dotyczą jednej z nich – dążenia człowieka do nawiązywania relacji z innymi, przynależności do grupy. O tym, jak jest ona istotna dla człowieka, świadczą chociażby wyniki badań, które pokazują, że jej deprywacja współwystępuje z wieloma chorobami i niekorzystnie wpływa na proces rekonwalescencji osób, które na nie zapadły⁵. Zachowania stadne są głęboko zakorzenione w naturze ludzkiej – tak było od zarania wieków i prawdopodobnie szybko się to nie zmieni.

Serialowi przyjaciele „są dla siebie” każdego dnia. Codziennie przeżywają różne trudności, mają problemy, odczuwają wątpliwości, odnoszą sukcesy, doświadczenia radości, są w ich życiu miłe chwile – a zawsze jest ktoś (z nich), z kim można o tym porozmawiać, komu można się zwierzyć czy po prostu z kim można się tym wszystkim podzielić. Ktoś, kto pomimo swoich ograniczeń, bez udawania, z zaangażowaniem, ze szczerym oddaniem poświęci czas, by pomóc, wesprzeć, towarzyszyć.

³ Za: J. Gajda, *Media w edukacji*, Kraków 2010, s. 113–114.

⁴ Tamże.

⁵ L. Bakiera, M. Obrębska, *Blisko czy na dystans? Psychologiczne aspekty relacji międzyludzkich*, „Człowiek i Społeczeństwo” 2021, nr 51, s. 9–21.

Widzowie, którzy bardzo często odbierają filmy na zasadzie projekcji-identyfikacji⁶, oglądając je, uruchamiają skojarzenia odnoszące się do własnego życia. U wielu z nich, być może samotnych, opuszczonych, a może po prostu pozbawionych wartościowych relacji (takich w dzisiejszym świecie przecież nie brakuje) na jakimś poziomie, w jakimś stopniu, w taki pośredni sposób, zaspokojona zostaje potrzeba bycia z innymi ludźmi. Możliwe, że w serialu znajdują też wzór do naśladowania, inspirację, jak zachować się w różnych okolicznościach, w których się znaleźli.

Innym z czynników, który może mieć bardzo duże znaczenie w oddziaływaniu serialu *Przyjaciele* na widzów, jest atrakcyjność bohaterów. I nie chodzi tutaj jedynie o jej aspekt fizyczny, ponieważ każdy z nich, oprócz niewątpliwej urody, posiada wiele cech ciekawego człowieka. Należą do nich między innymi: poczucie humoru, elokwencja, spontaniczność, prostolinijność, szczerość, wrażliwość, inteligencja (z wyjątkiem jednej z postaci – co czasem z humorem jest podkreślane, ale też ma swój urok), oryginalne zainteresowania, niezwykle doświadczenia. Jak głosi *teoria modelowania*⁷, ludzie mają wielką skłonność do naśladowania zachowań czy postaw atrakcyjnych modeli. Identyfikują się z nimi, czyli upodabniają się do nich, gdyż wierzą, że wtedy są atrakcyjni jak oni. Ta odczuwana satysfakcja jest swoistego rodzaju wzmocnieniem pozytywnym, które utrwala przejęte wzorce.

Przekaz telewizyjny, w tym serialowy, ma taką właściwość, że treści istotne i poboczne, prawdziwe i fikcyjne zlewają się w jeden nurt. Prezentowany w nim obraz rzeczywistości społecznej czy poglądów na nią wymaga od odbiorcy analizy, pewnego wysiłku, by je w odpowiedni sposób ocenić i uporządkować. Niestety zrelaksowany widz, spędzający dużo czasu w towarzystwie danego rodzaju przekazu i nieczujący przymusu wytężonego krytycznego myślenia, najczęściej z tego rezygnuje, więc przejmując określone postawy, wartości, nastawienia i opinie prezentowane przez media. Siła oddziaływania jest tym większa, gdy nie czerpie on wiedzy z innych źródeł i ma ograniczone kontakty interpersonalne. Ukształtowany w ten sposób obraz rzeczywistości jest daleki od prawdy, a wydawane sądy na jej temat są błędne. Informacje czerpane z telewizji mieszają się z tymi pochodzącymi z rzeczywistości, powodując istotne zniekształcenia⁸.

Opisane wyżej zjawisko *kulturywacji* z dużym prawdopodobieństwem może zachodzić pod wpływem omawianego tutaj serialu. Obserwowane zachowania, wypowiedziane kwestie, prezentowane postawy – dotyczące na przykład obyczajowości, seksualności i wielu innych obszarów – pojawiają się jako jeden z elementów wartko toczącej się akcji. Zostawiają w umyśle ślad pamięciowy, który po jakimś czasie w ogóle nie jest kojarzony ze źródłem, z którego pochodzi, więc

⁶ M. Kozubek, *Projekcja-identyfikacja w procesie filmoterapeutycznym* [w:] *Kino, film, psychologia*, red. A. Ogonowska, Kraków 2017, s. 29–30.

⁷ T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 2006, s. 260.

⁸ J. Klebaniuk, *Efekt kulturywacji: wpływ telewizji na poglądy*, „Czasopismo Psychologiczne” 2003, t. 9, nr 1, s. 102–105.

równoprawny z tymi pochodzącymi z rzeczywistego doświadczenia. Dynamika akcji, atrakcyjność przekazu, humor sprawiają, że nie jest on poddawany odpowiedniej ocenie i interpretacji. Ponadto wielokrotność odbioru tych samych komunikatów potwierdza wcześniej ukształtowane poglądy, utrwala przekonania, czyni je normalnymi, nawet jeżeli wcześniej uznawane były za kontrowersyjne czy sprzeczne z własnymi.

Tak w umysłach widzów po wielokrotnym obejrzeniu *Przyjaciół* może pozostać obraz młodego człowieka ustawicznie oglądającego filmy porno i przekonanie, że jest to normalny, nawet ciekawy sposób spędzania wolnego czasu. Podobnie w wyniku takiego oddziaływania dopuszczalna zdaje się ciągła zmiana partnerów, w tym nawiązywanie związków seksualnych na krótko, bez większego zaangażowania.

Warto w tym miejscu wspomnieć również o *teorii stereotypów*⁹, według której pod wpływem przekazów medialnych kształtowane są w umysłach ich odbiorców pewne stałe reprezentacje myślowe (schematy), odnoszące się do wielu różnych obszarów życia, między innymi osób, z którymi mają do czynienia. Powstałe w ten sposób struktury poznawcze mają ogromne znaczenie w zachodzących procesach myślowych (między innymi: postrzegania, pamięci, przetwarzania informacji), organizując wiedzę na temat konkretnych zjawisk¹⁰.

W wielu serialach tego typu prezentowane są w charakterystyczny dla siebie sposób różne kategorie ludzi (na przykład grupy etniczne, mniejszości seksualne, osoby starsze, otyłe itp.). Te portrety przedstawione są zazwyczaj tak, że dają się wyraźnie wyczuć ich negatywny, na przykład prześmiewczy, ironiczny wydźwięk, i wydaje się, iż te negatywne cechy częściej występują u nich w porównaniu z innymi, dominującymi grupami społecznymi. Duża częstotliwość podobnych projekcji, a także konsekwencja i w tym przypadku odgrywa dużą rolę. W rezultacie ukształtowany obraz zostaje zapamiętany i niejako mechanicznie wykorzystany w sytuacjach, gdy odbiorcy mają z tymi osobami do czynienia bądź są sprowokowani do ustosunkowania się do wydarzeń z nimi związanych, bez właściwej analizy sytuacji uwzględniającej chociażby rzeczywiste cechy osobowe tych ludzi¹¹.

W taki karykaturalny sposób prezentowane są w serialu na przykład osoby otyłe, homoseksualne, transseksualne, a także rodzice niektórych bohaterów – konsekwentnie pokazywani jako śmieszni, ograniczeni intelektualnie, czasem nawet zboczeni seksualnie. Pod jego wpływem można nabrać przekonania, że mało interesujący i nikomu niepotrzebny jest zawód paleontologa, który wykonuje jedna z osób.

Zakorzenione w umysłach ludzi schematy, w których powstawaniu istotną rolę odgrywają przekazy medialne, nie dotyczą jedynie osób czy grup narodowościowych. Uformowane w ten sposób wyobrażenia obejmują różne obrazy świata,

⁹ T. Goban-Klas, *Media...*, s. 257.

¹⁰ D. Lemish, *Dzieci i telewizja. Perspektywa globalna*, Kraków 2008, s. 100.

¹¹ T. Goban-Klas, *Media...*, s. 257.

czasem związane są nawet z bardzo subtelnymi sprawami, takimi jak: zaangażowanie uczuciowe, romantyzm, miłość. Zaangażowany w odbiór filmu widz nabiera pod wpływem prezentowanych w nim scen przekonania, że o pierwszej z wymienionych cech świadczą drogie prezenty przekazywane bliskim, a romantyczny nastrój wyznacza status restauracji, w której odbywa się randka¹². Na tej samej zasadzie miłość kojarzona będzie z udanym seksem, jeżeli ten aspekt dominował w namiętnie oglądanych fabułach serialowych, a idealny związek to ten, który tworzą atrakcyjni fizycznie partnerzy, żyjący w luksusowych warunkach, spędzający ciekawie swój wolny czas.

2. Założenia metodologiczne przeprowadzonej analizy materiałów audiowizualnych

Jak sygnalizowano wyżej, treści niniejszego opracowania skupiają się wokół problemu badawczego sprowadzonego do pytania: W jakim stopniu aktualny obraz społeczeństwa polskiego odzwierciedla cechy, styl życia i mentalność Amerykanów prezentowane przez ponad ćwierć wieku w polskich mediach – na przykład w serialu *Przyjaciele*? W trakcie poszukiwania odpowiedzi na nie konieczne było zastosowanie jednej z metod postępowania badawczego, jaką jest *analiza dokumentów*. Według literatury przedmiotu polega ona „na opisie i interpretacji szeroko rozumianych wytworów”¹³, jak na przykład dokumenty pisane (protokoły, sprawozdania, opinie itp.), różnego rodzaju statystyki, ale również prace konstrukcyjne, rysunki czy materiały audiowizualne.

Z uwagi na przedmiot dociekań zawartych w niniejszym artykule zastosowaną w tym przypadku techniką była *analiza filmu*, która – jak twierdzi Siegfried Lamnek – obejmuje zazwyczaj swoim zasięgiem dialogi, monologi, mimikę, gestykulację czy intonację aktorów¹⁴. Należy jednak zaznaczyć, że zastosowanie jakiegokolwiek techniki badania dokumentacji trzeba uzupełnić innymi jej odmianami, w tym zaliczanymi do tak zwanej klasycznej techniki analizy dokumentów. W jej ramach wyróżnia się klasyczną analizę wewnętrzną, a także klasyczną analizę zewnętrzną. Pierwsza z nich „polega na dokładnym poznaniu treści dokumentu, właściwym ich rozumieniu i wyjaśnieniu”. Druga jest uzupełnieniem tej pierwszej i dotyczy między innymi czasu, warunków i okoliczności jego powstania czy wpływu, jaki wywarł on na bieg określonych wydarzeń¹⁵.

Obrane podejście zgodne jest z twierdzeniem, według którego kultura popularna (obok innych oddziaływań, na przykład szkoły), między innymi poprzez filmy (na

¹² Za: D. Lemish, *Dzieci...*, s. 100–106.

¹³ M. Łobocki, *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Kraków 2006, s. 212.

¹⁴ Za: tamże, s. 226.

¹⁵ Tamże, s. 221–222.

przykład serialu telewizyjnego) uruchamia „ukryte przekazy socjalizacyjne, będące wzorcami zachowania dla młodzieży. Przy czym przekazy te nie są neutralne, są emanacją jakiejś ideologii, z którą ma się zidentyfikować odbiorca”¹⁶.

W związku z powyższym analizie poddano 192 (z 236) – wybrane w sposób losowy – odcinki serialu *Przyjaciele*. W jej trakcie zwrócono uwagę na następujące kwestie (zmienne):

- życie zawodowe bohaterów,
- obyczajowość,
- światopogląd bohaterów (religijny, laicki),
- sposób spędzania czasu,
- podejście do atrakcyjności fizycznej ludzi.

Wskaźniki wymienionych zmiennych zawarte w akcji poszczególnych odcinków, takie jak: treści dialogów, gesty i mimika bohaterów, prezentowane przez nich działania, ubiór, zaistniałe zdarzenia, prezentowane problemy, zastosowany humor, składają się na obraz i styl życia społeczeństwa amerykańskiego, którego krótka charakterystyka znajduje się poniżej.

3. Obraz i styl życia społeczeństwa amerykańskiego zaprezentowany w serialu *Przyjaciele*

Serial *Przyjaciele* jest historią sześciorga atrakcyjnych młodych ludzi mieszkających na Manhattanie w Nowym Jorku. Spędzają oni czas głównie w swoim towarzystwie, chociaż w ich otoczeniu ciągle pojawiają się nowi ludzie – zmieniający się partnerzy, krewni, znajomi z dawnych lat, rodzice czy inne bardziej przypadkowe osoby. Znacząca część akcji rozgrywa się w pubie, w którym bohaterowie mają swoje stałe miejsce (dużą sofę), gdzie spotykają się, by porozmawiać, odpocząć czy po prostu rozerwać się po pracy.

Fabula utrzymana jest w konwencji komediowej, wiele w niej zabawnych scen, dialogów, zwrotów akcji, opartych na poczuciu humoru budowanym poprzez grę słów, sprzeczności, zaskakujące skojarzenia czy konteksty. Nie znaczy to jednak, że wszystko, co w niej się dzieje, ma charakter groteskowy, prześmiewczy czy niepoważny. Fenomenem omawianej produkcji jest wkomponowanie w jej podstawowy format treści ważnych i wartościowych, nierzadko wywołujących w odbiorcach refleksję czy wzruszenie. Przedstawione osoby rzeczywiście żywią względem siebie uczucie przyjaźni, wspierają się nawzajem, starają się być wobec siebie lojalne.

Każdy z bohaterów wykonuje jakiś zawód, chociaż w przypadku niektórych nie do końca wiadomo, czym dokładnie się zajmują. Są wśród nich na przykład: pracownicy korporacji – w branży reklamy i mody, masażystka, która jednak ustawicznie

¹⁶ K. Rubacha, *Metodologia badań nad edukacją*, Warszawa 2008, s. 159.

zmienia zajęcia, w pewnym momencie jest nawet taksówkarzem, naukowiec – nauczyciel akademicki, aktor serialowy – często starający się o role poprzez uczestnictwo w castingach, a także szefowa kuchni w restauracji. Ten aspekt życia traktują bardzo poważnie, pomimo chwilowych niepowodzeń, w ich podejściu zauważa się dużą determinację w dążeniu do profesjonalizmu i osiągnięcia sukcesu zawodowego.

W prezentowanej serialowej rzeczywistości daje się zauważyć specyficzny rodzaj obyczajowości charakteryzującej się brakiem skrępowania i konwenansów – jej obrazem są chociażby odważne wypowiedzi w typowych, codziennych rozmowach, na przykład: *Za dużo oglądasz porno; Wszyscy oglądają porno; Odbyliśmy stosunek seksualny; Co jest złego w masturbacji?; Mam prezerwatywę, którą noszę od liceum* itp. W życiu każdego z bohaterów co jakiś czas pojawiają się nowi partnerzy, niektórzy mają za sobą kilka małżeństw, typowe jest umawianie się na randki z nowo poznanymi osobami, bywa też, że kończą się one zbliżeniem seksualnym, o którym relacjonuje się bez skrępowania. Obok związków heteroseksualnych istnieją związki homoseksualne, które najczęściej przedstawiane są jednak z typowym dla serialu poczuciem humoru. Występują również zdarzenia kontrowersyjne – za takie można uznać decyzję jednej z bohaterek, by po zapłodnieniu *in vitro* urodzić dzieci (trojaczki) swojemu bratu i bratowej (po implementacji zarodka z ich materiału genetycznego).

Wykreowana serialowa rzeczywistość ma raczej laicki charakter. Od czasu do czasu pojawiają się jakieś wątki religijne, jednak ta sfera życia ludzkiego nie nabiera tutaj większego znaczenia. Jeżeli już się pojawiają, to nie dotyczą jakiegś jednej, konkretnej religii (może z wyjątkiem dwojga z nich – brata i siostry, którzy są Żydami i na przykład świętują *Chanukę*), ale wielu różnych, i to w wersji humorystycznej. Pojawia się na przykład epizod kota, który miałby być reinkarnacją mamy jednej z bohaterek, są śluby udzielane według różnych wierzeń i przez różnych „kapłanów” itp.

Sposób spędzania czasu serialowych bohaterów jest typowy dla społeczeństwa konsumpcyjnego. Zresztą bardzo często przy okazji różnych zdarzeń, w których uczestniczą, wypowiadają zdanie: *Dobrze się bawiłem*. Jak wspomniano, dużo czasu spędzają w swoim ulubionym pubie, czasem chodzą do restauracji, siedząc w wygodnych fotelach w swoim mieszkaniu, oglądają telewizor, w którym mogą wybierać z mnóstwa dostępnych kanałów, niektórzy grają w gry komputerowe, chodzą na mecze koszykówki. Ponadto umawiają się na randki, mają bogate życie erotyczne – ta sfera życia ma dla nich szczególne znaczenie, wiele wątków skupia się właśnie wokół niej. Czasem zamawiają do domu „chińszczyznę” albo pizzę, uczestniczą w imprezach, jak wieczór kawalerski/panieński, z okazji Halloween czy przyszłych narodzin dziecka, świętują walentynki. Styl życia, który prowadzą, oraz podejście do niego bardzo dobrze wyraża słowo, również często wypowiadane – *Relax* (wyluzuj!).

Nadmienić należy, że wszyscy aktorzy zaangażowani do głównych ról w serialu *Przyjaciecie* to osoby bardzo atrakcyjne fizycznie. Zresztą prawie wszyscy inni – w tym

pojawiający się gościnnie – celebryci, jak Brad Pitt, Bruce Willis, Julia Roberts, w przeważającej mierze również do takich należą. Wszelkie mankamenty urody, jak na przykład nadwaga czy otyłość, są nieakceptowane, czasami nawet wyszydzane.

4. Społeczeństwo polskie a wzorzec prezentowany w serialu *Przyjaciele*

W 1989 r. skończył się w Polsce komunizm, a społeczeństwo polskie weszło na drogę przeobrażeń, które diametralnie odmieniły jego obraz. Bardzo istotnym czynnikiem uruchamiającym ten proces była oczywiście zmiana ustroju państwa, to jednak dało początek wielu innym mechanizmom, które w istotny sposób wpłynęły na styl życia, postawy, zachowania i mentalność ludzi. Były one na przykład związane z rozwojem i sposobem działania mediów, które przyniosło nieprawdopodobne zróżnicowanie i wzbogacenie oferty proponowanych przekazów. W wyniku tego w telewizorach polskich widzów pojawiły się między innymi amerykańskie serie mające szczególne znaczenie dla omawianej tutaj transformacji.

Przekształceniom uległy wszystkie obszary życia jednostkowego i społecznego, a widoczne jest to między innymi w przypadku struktury zawodowej ludności. Wiele z zawodów wykonywanych jeszcze w czasach PRL-u dzisiaj zanikło albo zanika, w ich miejsce pojawiają się nowe. Wśród nich można wymienić pracowników korporacji ze swym niezmiernie wyrafinowanym nazewnictwem, na przykład: *project manager*, *chief information officer*, *health and safety inspector*¹⁷. Obecnie zupełnie inaczej postrzega się zawód kucharza, który szczególnie dzięki promocji medialnej zyskał na prestiżu – i w tym momencie można by go nawet uznać za jeden z bardziej elitarnych. Nieprawdopodobne zapotrzebowanie na różnorodne produkcje medialne, w tym na przykład na seriale, programy typu *show*, wiąże się z koniecznością wyboru odpowiednich osób, które będą w nich uczestniczyły. Powszechnością zatem stały się castingi, w których uczestniczą zarówno zawodowi aktorzy, jak i przypadkowi ludzie marzący o zrobieniu kariery. Dla wielu z nich to sposób na życie, wysiłek, jaki podejmują w nadziei na sławę i spektakularny sukces.

Z raportu przedstawionego w 2021 r. przez CBOS wynika, że na przestrzeni ostatnich 30 lat w Polsce systematycznie spada odsetek ludzi wierzących, a przede wszystkim obserwuje się wzrost zarzucania praktyk religijnych. Wnioski te dotyczą wszystkich grup wiekowych, jednak największy spadek notuje się wśród osób urodzonych po 1980 r. W tak zwanym pokoleniu millenialsów (czyli urodzonych między 1980 a 1996) regularny kontakt z Kościołem ma zaledwie 1/4 badanych, w pokoleniu najmłodszych (ur. w 1997 i później) jeszcze mniej i zaznacza się tutaj nieprzerwany, gwałtowny spadek. Zdaniem autorów raportu przyczyn tego stanu może być wiele. Jak twierdzą: „Trudno jednoznacznie przypisywać te zmiany określonym wydarzeniom:

¹⁷ Nazwy stanowisk w korporacjach – przegląd, <https://zarobki.pracuj.pl/porady-zarobkowe/nazwy-stanowisk-w-korporacjach-przeglad/> (dostęp: 24.08.2022).

przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej (2004), śmierci Jana Pawła II (2005), gorąco dyskutowanej kwestii dopuszczalności aborcji (od 2016 r.), skandalom pedofilskim w Kościele (nagłośnionym w 2019 r.), jeszcze jakimś innym czynnikom czy wszystkim im razem¹⁸. Jeszcze jakimś innym czynnikom? – może właśnie mediom i produkcjom filmowym stanowiącym atrakcyjny wzorzec stylu życia, przygotowującym odpowiedni grunt i wzmacniającym siłę działania innych zmiennych niezależnych.

Styl życia, sposób spędzania czasu również uległy bardzo istotnemu przeobrażeniu. Zmieniło się nastawienie ludzi, co jest szczególnie zauważalne wśród młodego pokolenia, które podchodzi do spraw z większym dystansem, luzem, często bez większego zaangażowania. Typowymi zachowaniami stało się przesiadywanie w „knajpach” (gdzie można pooglądać mecze, zjeść lunch czy zrelaksować się po pracy) i zamawianie jedzenia do domu.

Warto też zauważyć wszelkiego rodzaju zapożyczenia językowe, tak zwane amerykanizmy, jakie pojawiły się w języku polskim, w codziennych naszych rozmowach. Na stałe w naszej kulturze zadomowiły się zwyczaje i święta, takie jak: walentynki, halloween, baby shower, wieczory kawalerskie/panieńskie.

Zmienił się sposób oglądania telewizji. W związku z pojawieniem się na początku lat 90. telewizji satelitarnej i nadawców prywatnych¹⁹ w Polsce wzbogacona została oferta programów oferowanych publiczności. Na przestrzeni ostatnich 30 lat, kiedy pojawiały się kolejne kanały i ich specjalizacje, polski widz mógł coraz wygodniej rozsiąść się w swoim fotelu, by z upodobaniem za pomocą pilota uprawiać swoją ulubioną aktywność, czyli tak zwany zapping²⁰ (ciągłe przerzucanie kanałów w poszukiwaniu interesujących przekazów).

W bardzo szybko tworzącej się po 1989 r., inspirowanej amerykańskimi wzorami, często właśnie pochodzącymi z różnych produkcji medialnych, kulturze popularnej w naszym społeczeństwie coraz większego znaczenia nabierały: cielesność, atrakcyjność fizyczna, seksualność. Szczególną rolę odegrali w tym tak zwani celebryci, którzy pojawili się na okładkach gazet, w telewizji, a później w Internecie. Oni wyznaczali kanony urody, trendy mody, wzbudzali zainteresowanie i zachwyt. Proces ten zachodzi ustawicznie. Współcześni ludzie wiele wysiłku, czasu i pieniędzy inwestują w zabiegi poprawiające własny wygląd. Jak twierdzi Zbyszko Melosik, w społeczeństwie konsumpcji ludzie postrzegani są przez pryzmat swoich ciał²¹. W powszechnym przekonaniu atrakcyjność fizyczna polepsza samopoczucie, pomaga w osiągnięciu sukcesów, dlatego ma bardzo duże znaczenie.

¹⁸ M. Grabowska, *Religijność młodych na tle ogółu społeczeństwa*, https://www.cbos.pl/SPI-SKOM.POL/2021/K_144_21.PDF (dostęp: 5.03.2023).

¹⁹ T. Mielczarek, *Telewizja w Polsce w latach 1989–2013*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej” 2016, t. XIX, nr 1(41), s. 110.

²⁰ Z. Melosik, *Mass media i przemiany kultury współczesnej* [w:] *Pedagogika medialna*, red. B. Siemieniecki, t. 1, Warszawa 2007, s. 110.

²¹ Tamże, s. 118.

W wyniku tych zmian ukształtowana została nowa obyczajowość. Dzisiaj już nikogo nie dziwi czy nie razi posiadanie nieślubnego dziecka. Na ulicach miast coraz częściej można spotkać trzymające się za ręce pary homoseksualne. Tę nowoczesną obyczajowość widać również w sposobie ubioru współczesnych – nie tylko młodych – ludzi, którzy odsłaniają najintymniejsze obszary swojego ciała, nadmiernie podkreślają jego kształty. Zdecydowana część ludzi nie ukrywa swojego zainteresowania pornografią, która – jak pokazują badania – powoli staje się codziennością. W jednym z nich, przeprowadzonym w 2016 r., 41,9% kobiet (w wieku 18–37) wyznało, że ich partner korzysta z tego typu filmów (warto też zaznaczyć, że jedynie 35,5% zdecydowanie zaprzeczyło, by z nich korzystał), jednocześnie 48,3% wszystkich badanych nie uznaje tego za jakikolwiek problem²². Wyniki badań Zbigniewa Izdebskiego, przeprowadzonych w latach 2009–2010 na grupie polskich dorosłych użytkowników Internetu, pokazują, że aktywność taką podejmuje aż 86,5% badanych. Ten sam raport zawiera dane, według których 2/3 dorosłych internautów uprawia masturbację²³.

Współczesne polskie społeczeństwo, w porównaniu z poprzednimi dekadami, coraz rzadziej wchodzi w stałe związki małżeńskie i częściej je rozwiązuje. Jak podaje Główny Urząd Statystyczny, w 1990 r. zawarto 255 369 małżeństw i zanotowano 42 436 rozwodów, natomiast w 2019 r. odbyło się 183 371 ceremonii ślubnych na 65 341 rozwodów²⁴. W chwili obecnej wiele osób decyduje się na związek partnerski, bez urzędowych formalności, który łatwiej jest zakończyć. Gdyby nie to, wskaźnik rozwodów prawdopodobnie byłby jeszcze wyższy.

Zmianie uległ model życia społecznego. W wielu opracowaniach zwraca się uwagę na fakt, że coraz częściej przenosi się ono do przestrzeni wirtualnej, a tworzone tam społeczności charakteryzują się dużą powierzchownością i są iluzją, a nawet karykaturą prawdziwych więzi²⁵. Jeżeli jednak spojrzeć na tę sprawę z trochę innej perspektywy, to rozwój i wykorzystanie nowych technologii mogą sprzyjać pogłębieniu relacji. Widać to szczególnie na przykładzie młodych ludzi, których rzeczywistość coraz częściej przybiera postać hybrydową²⁶. Wśród kolegów ze szkoły, przyjaciół, krewnych coraz to nowe narzędzia komunikacyjne pozwalają na przedłużenie czasu przebywania ze sobą, szybką reakcję w sytuacji, gdy coś się dzieje, na przykład jakiś wypadek, kryzys czy

²² T. Krasuski, M. Żelazo, *Przekonania kobiet dotyczące oglądania pornografii przez mężczyzn*, https://journals.viamedica.pl/sexual_and_mental_health/article/view/57-62/43095 (dostęp: 14.07.2023).

²³ *Raport Polpharmy Zbigniewa Izdebskiego nt. seksualności Polaków w Internecie, 2010 r.*, <https://docplayer.pl/9773600-Seks-polakow-w-internecie-raport-polpharmy-2010-prof-dr-hab-zbigniew-izdebski.html> (dostęp: 22.03.2023).

²⁴ D. Rozkrut i in., *Małżeństwa*, file:///C:/Users/mamro/Downloads/rocznik_demograficzny_2021%20(2).pdf (dostęp: 25.04.2023).

²⁵ N. Kardaras, *Dzieci ekranu*, Warszawa 2018, s. 130–134.

²⁶ M. Boni, *Młodzi 2020 – w poszukiwaniu tożsamości – raport*, https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2021/05/Mlodzi_2020.pdf (dostęp: 25.05.2023).

wręcz przeciwnie – radosne zdarzenie. Ludzie funkcjonują zatem w realiach współistnienia dwóch światów, a wymienione narzędzia przyczyniają się do bycia jeszcze bliżej siebie.

Podsumowanie

Jeszcze w latach 80. XX w., czyli nieznacznie wcześniej od chwili, gdy na ekrany telewizorów wchodził serial *Przyjaciele*, społeczeństwo polskie w zasadniczy sposób różniło się od amerykańskiego. To były dwa odrębne kulturowo światy. Jednak przez kolejnych 30 lat w naszym kraju zachodziły procesy, które ostatecznie doprowadziły do sytuacji, gdy ta różnica została prawie całkowicie zniwelowana. Miało na to wpływ niewątpliwie bardzo dużo czynników, w tym bardzo ważny – zmiana ustroju państwa z komunistycznego na kapitalistyczny, ale również inne, często z nim powiązane, a wśród nich rozwój i oddziaływanie środków masowego przekazu.

Precyzyjne wykazanie wpływu amerykańskich seriali telewizyjnych, takich jak *Przyjaciele*, na kształt społeczeństwa polskiego byłoby niezmiernie trudne ze względu na wielkie zróżnicowanie i interakcje wszystkich potencjalnych zmiennych, które w tych przeobrażeniach odegrały istotną rolę – to też nie było głównym celem tego krótkiego opracowania. Niemniej jednak obecnie wiemy, że oddziaływanie to zachodziło i w sposób istotny przyczyniło się do tych zmian. Dotyczyły one między innymi: obyczajowości (kształtu i stałości związków, przeżywania seksualności), podejścia do atrakcyjności fizycznej; stylu życia – dążenie do przyjemności, formy spędzania wolnego czasu, świętowanie; światopoglądu – laicyzacja i sekularyzacja.

Zamiarem autora było raczej pokazanie tych podobieństw w celu wzbudzenia refleksji nad wskazanym zjawiskiem, a także dyskusji i stawiania pytań o to, czy omawiany tutaj proces jest czymś nieuchronnym. Jeżeli bowiem na podstawie zaobserwowanych już zjawisk można przewidzieć pewne konsekwencje, które będą zachodzić w społeczeństwie, to warto zadać sobie kolejne pytanie: Czy ustawiczne prezentowanie amerykańskich wzorów – w serialach, filmach fabularnych, programach typu *show* – prowadzi do ukształtowania w społeczeństwie polskim takich wzorów zachowań i postaw, które uczynią życie pojedynczych osób szczęśliwym, a cały naród do tego, by można go nazwać mądrym? Jest przecież wiele krajów, z których można w tym względzie czerpać wzorce, być może właśnie ich produkcje filmowe włączać częściej, niż to się działo dotychczas, do ramówek mainstreamowych stacji nadających w Polsce, by przełamać monopol amerykańskich, kształtujących bądź co bądź dość prymitywny typ mentalności współczesnego człowieka. Ludzie przyzwyczaili się do emitowanych wielokrotnie w ciągu ich życia tych samych filmów i biernie je konsumują. Jednak osoby odpowiedzialne za to, co tak zwany statystyczny Polak ogląda w telewizji, powinny wykazać się większą wyobraźnią,

mądrością, by kształtować u odbiorców swoich przekazów wartościowe cechy, dające im siłę, hart ducha, wytrwałość, a nie skłaniające ich do zachowań czy sposobów myślenia, których konsekwencją jest depresja i poczucie zmarnowania czasu. Warto też, by nauczyciele realizując programy swoich przedmiotów, proponowali swoim uczniom dyskusje na ten temat, pobudzali ich do krytycznego myślenia i dokonywania właściwych wyborów w korzystaniu z – wydawać by się mogło – tak bogatej, a jednak bardzo jednostronnej i schematycznej oferty mediów.

Bibliografia

- Bakiera L., Obrębska M., *Blisko czy na dystans? Psychologiczne aspekty relacji międzyludzkich*, „Człowiek i Społeczeństwo” 2021, nr 51.
- Boni M., *Młodzi 2020 – w poszukiwaniu tożsamości – raport*, https://www.batory.org.pl/wp-content/uploads/2021/05/Mlodzi_2020.pdf (dostęp: 25.05.2023).
- Gajda J., *Media w edukacji*, Kraków 2010.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 2006.
- Grabowska M., *Religijność młodych na tle ogółu społeczeństwa*, https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2021/K_144_21.PDF (dostęp: 5.03.2023).
- Kardaras N., *Dzieci ekranu*, Warszawa 2018.
- Klebaniuk J., *Efekt kultywacji: wpływ telewizji na poglądy*, „Czasopismo Psychologiczne” 2003, t. 9, nr 1.
- Kozubek M., *Projekcja-identyfikacja w procesie filmoterapeutycznym* [w:] *Kino, film, psychologia*, red. A. Ogonowska, Kraków 2017.
- Krasuski T., Żelazo M., *Przekonania kobiet dotyczące oglądania pornografii przez mężczyzn*, https://journals.viamedica.pl/sexual_and_mental_health/article/view/57-62/43095 (dostęp: 14.07.2023).
- Kucharski S., *Serial „Przyjaciele” popularny 27 lat po premierze. Z czego wynika jego długowieczność*, <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/przyjaciele-serial-odcinki-online-gdzie-ogladac> (dostęp: 22.08.2022).
- Lemish D., *Dzieci i telewizja. Perspektywa globalna*, Kraków 2008.
- Łobocki M., *Metody i techniki badań pedagogicznych*, Kraków 2006.
- Melosik Z., *Mass media i przemiany kultury współczesnej* [w:] *Pedagogika medialna*, red. B. Siemieniecki, t. 1, Warszawa 2007.
- Mielczarek T., *Telewizja w Polsce w latach 1989–2013*, „Rocznik Historii Prasy Polskiej” 2016, t. XIX, nr 1(41).
- Miller K., *Przyjaciele. Ten o najlepszym serialu na świecie*, Kraków 2019.
- Nazwy stanowisk w korporacjach – przegląd*, <https://zarobki.pracuj.pl/porady-zarobkowe/nazwy-stanowisk-w-korporacjach-przeglad/> (dostęp: 24.08.2022).
- Raport Polpharmy Zbigniewa Izdebskiego nt. seksualności Polaków w Internecie, 2010 r.*, <https://docplayer.pl/9773600-Seks-polakow-w-internecie-raport-polpharmy-2010-prof-dr-hab-zbigniew-izdebski.html> (dostęp: 22.03.2023).
- D. Rozkrut i in., *Małżeństwa*, file:///C:/Users/mamro/Downloads/rocznik_demograficzny_2021%20(2).pdf (dostęp: 25.04.2023).
- Rubacha K., *Metodologia badań nad edukacją*, Warszawa 2008.