Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

MEDIATIZATION STUDIES 6/2022 DOI: 10.17951/ms.2022.6.49-70

PATRYCJA WINIARCZYK

Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

patrycja.winiarczyk@mail.umcs.pl

https://orcid.org/0000-0001-5167-7247

Różnice pokoleniowe w praktykach odbioru platform streamingowych

Generational differences in streaming platform consumption practices

Abstrakt: Przedmiot badań niniejszego artykułu stanowią praktyki odbioru platform streamingowych udostępniających filmy oraz seriale stosowane przez studentów oraz osoby starsze powyżej pięćdziesiątego piątego roku życia. Zastosowane metoda badawcze to sondaż i wywiady bezpośrednie, których połączenie składa się na podejście mieszane. Uzyskane wyniki badań wskazały, że młodsza grupa odbiorców częściej i w większym zakresie korzysta z platform streamingowych, a ich preferencje skupiają się na krótszych formach telewizyjnych, takich jak seriale; osoby starsze wykorzystują platformy w głównej mierze do oglądania filmów fabularnych. W badaniach porównano także najczęściej użytkowane platformy streamingowe, urządzenia do ich odtwarzania oraz kryteria wyboru treści. W obu grupach wiekowych dominuje serwis Netflix, który wybierany jest z uwagi na jakościową i różnorodną ofertę, ale także możliwość współdzielenia konta. W artykule poruszono także kwestię trudności związanych z wyborem treści na platformach streamingowych. Podkreślono również, że sposób dystrybucji ma kluczowe znaczenie dla satysfakcji użytkowników z platform streamingowych, co może stanowić wskazówki dla twórców treści i serwisów strumieniowych.

Słowa kluczowe: platformy streamingowe, telewizja, studenci, osoby powyżej 55 roku życia

Abstract: The subject of the study of this article is the reception practices related to streaming platforms that provide movies and series among students and older people over fifty-five years of age. We applied the research strategy of mixed-method approach and research methods of surveys and in-depth interviews. The results showed that younger audiences use streaming platforms more frequently and to a greater extent, with their preferences focusing on shorter TV forms, such as series. While older people primarily use the platforms to watch feature films. The study also compared the most frequently selected streaming platforms, the devices used to play them and the criteria for choosing content. Netflix is dominant in both age groups, being chosen for its qualitative and diverse offerings, but also for its ability to share accounts. The article also addresses the difficulty of choosing content on streaming platforms. It also stresses that the method of distribution is crucial to user satisfaction with streaming platforms, which can provide guidance for content creators and streaming services.

Keywords: streaming platforms, television, students, people over 55 years of age

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

Wstęp

Platformy streamingowe wyznaczają nowe kierunki odbioru treści telewizyjnych. Ich ograniczony wyłącznie dostępem do sieci internetowej zasięg umożliwia eksportowanie proponowanych przez nie produktów na masową skalę. W przeciwieństwie do telewizji tradycyjnej[1] treści udostępniane przez serwisy strumieniowe są łatwo rozpowszechniane w ponad 190 krajach na całym świecie, co sprawia, że dowolny film czy serial mogą odnieść międzynarodowy sukces w bardzo krótkim czasie (Stanton, 2022). Dodatkowym powodem wielkiej popularności platform streamingowych zdaje się sposób ich użytkowania przez subskrybentów. Każdy z nas w dogodnej porze może uruchomić wybraną przez siebie pozycję z dostępnej listy, ciesząc się oglądaniem wysokiej jakości treści. Nie istnieją limity oglądanych produkcji (z wyjątkiem ograniczeń czasowych w udostępnianiu dzieł filmowych), a platformy konkurują w oferowaniu coraz to nowych udogodnień, ułatwiających korzystanie z serwisów.

Dynamiczny rozwój platform streamingowych, a co za tym idzie zmiana sposobu korzystania z oferty filmowej, powodują, że narasta potrzeba badania zjawisk z tym związanych. Przyczyniła się do tego między innymi pandemia COVID-19, która zmusiła przemysł medialny i kulturalny do reakcji na wzrost częstotliwości korzystania z mediów cyfrowych (Jędrzejewski, 2021, s. 52–53). Choć powstało już wiele publikacji dotyczących serwisów strumieniowych (np. Lotz, 2022, Sanson & Steirer, 2018), to sposoby użytkowania platform przez odbiorców w różnym wieku są wciąż niedostatecznie zbadane. Badania dowodzą, że to młodsi odbiorcy częściej korzystają z ofert platform streamingowych (Wróbel, 2022). Przemawia za tym fakt, że mają oni do czynienia z nową technologią na co dzień. Warto jednak zwrócić uwagę na osoby starsze, które choć chętnie korzystają z tradycyjnych form odbioru treści telewizyjnych, to coraz śmielej zwracają uwagę na nowe źródła produkcji.

Celem niniejszego artykułu jest próba scharakteryzowania praktyk odbiorców platform streamingowych, udostępniających produkcje kinowe i telewizyjne. Analiza zmierza do porównania sposobów odbioru materiałów pochodzących z tych platform przez studentów oraz osoby starsze (powyżej pięćdziesiątego piątego roku życia). Realizując postawiony problem badawczy, odpowiem na następujące pytanie: Jakie są podobieństwa i różnice w praktykach odbioru platform streamingowych badanych odbiorców oraz jakie czynniki wpływają na ich preferencje i wybory? Obrane metody badawcze to sondaż i wywiady bezpośrednie, których połączenie składa się na podejście mieszane i umożliwia wyciąganie komplementarnych wniosków. Metoda ilościowa zostanie wykorzystana do zbadania aspektów związanych: z preferencjami wyboru określonych platform streamingowych i udostępnianych przez nie treści; wyboru urządzeń, za pomocą których odbiorcy korzystają z serwisów strumieniowych

[1] Przez telewizję tradycyjną rozumiem odbiór propozycji stacji telewizyjnych zgodnie ze stałym planem emisji treści telewizyjnych za pomocą odbiornika telewizyjnego.

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

czy preferencji użytkowników związanych ze sposobem dystrybucji. Metoda jakościowa natomiast zostanie zastosowana w celu rozszerzenia wspomnianych zagadnień. Niniejsza publikacja oparta będzie na badaniach zrealizowanych na potrzeby pracy magisterskiej (Winiarczyk, 2022).

Netflix na tle rynku platform streamingowych

Platformy streamingowe stały się popularne dzięki dynamicznemu rozwojowi sieci internetowej. Chociaż ich historia sięga 1995 roku, gdy ESPN (amerykański kanał sportowy) zdecydował się udostępnić za pomocą sieci internetowej radiowy przekaz na żywo z meczu baseballowego New York Yankees przeciwko Seattle Mariners (Moneta, 2022), to realny wpływ na kształt współczesnego rynku telewizyjnego mają dopiero od kilku lat. Liderem jest amerykańska firma Netflix – początkowo internetowa wypożyczalnia filmów wideo, która przyczyniła się do ekspansji usług streamingowych na całym świecie. Co prawda, wcześniej usługę przesyłania strumieniowego plików wprowadził między innymi Amazon pod nazwą Amazon Unbox (Wayne, 2018), ale to Netflix upowszechnił rozwiązania, które wzięły udział w procesie kształtowania nowego sposobu odbioru treści telewizyjnych. Należą do nich: autorskie produkty platformy streamingowej, kreatywny marketing czy system rekomendacji Cinematch Algorithm, zwycięzca specjalnej nagrody Netflix Prize z 2009 roku, opierający się on na następujących zmiennych: „jakość filmu, gatunki i elementy filmów, zakotwiczenie, mody/trendy filmowe oraz ocena" (Sztąberek, 2018, s. 13). Zagłębiając się w historię platform streamingowych, nie można pomijać również roli serwisu YouTube. Choć charakterystyka jego funkcjonowania i znajdujących się tam materiałów odbiega od tego, co oferuje użytkownikom Hulu, Disney+ czy Apple TV+, to był on pierwszą platformą, która zapoczątkowała *homecasting*, a więc nadawanie domowe umożliwiające dwustronną komunikację (Van Duck, 2011, s. 314).

Elisabeth Jones już w 2009 roku pisała o zmianach użytkowania treści odbieranych za pomocą standardowego telewizora do nieokreślonej geograficznie konsumpcji programów telewizyjnych i przesyłanych strumieniowo za pośrednictwem urządzeń komputerowych podłączonych do Internetu (Jones, 2009, s. 1). Już dzisiaj wiemy, że użytkowanie treści telewizyjnych obejmuje również telefony komórkowe, tablety czy telewizory z oprogramowaniem smartTV.

Władze światowych koncernów medialnych początkowo z niepokojem obserwowały, a nawet krytykowały efekty działań serwisów streamingowych, widząc w nich konkurencyjne źródło dystrybucji treści. Spowodowało to podjęcie kroków zmierzających do ochrony własnych interesów przez wprowadzenie autorskich usług (Wayne, 2020, s. 30–32). Dynamiczny rozwój sieci internetowej przyczynił się do powstania nowych źródeł odbioru treści. Telewizja linearna przestała nadążać za potrzebami odbiorców, co bezpośrednio zaczęło przenosić się na spadek popularności tej formy odbioru. Po-

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

twierdzają to prowadzone od 2015 roku badania firmy Hub Entertainment Research pt. *Decoding the Default*, które pokazują coroczne spadki zainteresowania widzów tradycyjną telewizją kablową i satelitarną (Fletcher, 2022). Wielość serwisów oferujących nieodpłatne oglądanie oraz pobieranie najnowszych kinowych czy telewizyjnych produkcji, bez konieczności czekania na ich czasochłonną dystrybucję za pomocą rodzimych stacji telewizyjnych, skutecznie przekonywała odbiorców do zwrócenia uwagi na nowe formy odbioru materiałów audiowizualnych. Sieć P2P, która przeżywała w pierwszej dekadzie XXI wieku szczyt popularności – w szczególności w odniesieniu do branży muzycznej (Janowska, 2009, s. 14) – sprzyjała rozwojowi „szarej strefy" rynku telewizyjnego, gdzie dochodziło do pobierania nieautoryzowanych treści, co przyczyniało się do masowego naruszania osobistych i majątkowych praw autorskich. Produkcje serialowe i filmowe stały się tylko wysyłanymi i pobieranymi plikami. Wspominany problem, według raportu PwC z 2014 roku, powodował utratę ok. 700 mln złotych rocznie z tytułu piractwa internetowego w Polsce (Zawiślińska & Chmielewska, 2020, s. 42). Wydawałoby się, że taka forma, mimo wielu mankamentów (takich jak limit czasowy oglądanych treści, konieczność oczekiwania na załadowanie się odtwarzanej czy pobieranej produkcji, przeciążone serwery), już na zawsze stanie się dominująca. Jaki jest uzasadniony powód inwestowania w legalną rozrywkę, skoro jej dostępność wymaga jedynie minimalnego nakładu wysiłku? Okazało się jednak, że społeczeństwo bombardowane nadmiarem treści, nie tylko tych telewizyjnych, szybko zainteresowało się bibliotekami z jakościową i łatwo oraz szybko dostępną rozrywką. Najważniejszą rolę odegrał tu Netflix, który zaczął eksplorować swoje usługi globalnie. Jednak to produkcja własnych treści telewizyjnych uplasowała amerykańską firmę na miejscu lidera i innowatora platform streamingowych. Raport OBS Business School dowodzi, że problem piractwa telewizyjnego zaczął się zmniejszać. Badania przeprowadzone zostały na terenie Hiszpanii, gdzie pobieranie nieautoryzowanych materiałów spadło aż o 25% (Tuñón, 2022, s. 7).

Pierwszą produkcją wyprodukowaną przez platformę streamingową był *House of cards* (serial telewizyjny z 2013 roku) – dramat polityczny, którego fabuła opierała się na powieści Michaela Dobba, a także na brytyjskiej ekranizacji tej powieści z 1990 roku (Grygiel, 2015). Kevin Spacey wcielał się tam w postać senatora Franka Underwooda, bezwzględnego polityka, który zmierzał do celu po trupach, realizując spisek mający na celu obalenie nowo wybranego prezydenta USA, Garetta Walkera. Protagonista, nie zważając na konsekwencje swych czynów, wdał się w romans z ambitną dziennikarką (Tracewicz, 2014). Seria już od pierwszego sezonu biła rekordy popularności, ale – co istotne w kontekście omawianego tematu – zapoczątkowała swego rodzaju rozziew między telewizją tradycyjną a telewizją internetową. Była ona zaczątkiem nowej, jakościowej rozrywki produkowanej przez podmioty działające wyłącznie w sferze internetowej. Nie można nie wspomnieć także o innowacyjnym sposobie udostępniania wszystkich epizodów sezonu jednorazowo. Wiesław Godzic definiuje serial jako „[…] narracyjną formę telewizyjną, która prezentuje w sposób regularny epizody, zawierające symultanicznie rozgrywające się historie z udziałem stałej grupy bohaterów. Epizody łączą się

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

na ogół związkiem przyczynowo-skutkowym i rozwijają się fabularnie. Odcinki serialu zwykle nie mają wyrazistego zakończenia, w ramach pojedynczego epizodu zawierają na samym końcu zaskakujący element zawieszenia uwagi" (Godzic, 2004, s. 37–38). Wspominany tu sposób dystrybucji autorskiej produkcji Netflixa wprowadził więc znaczące zmiany nawet w odniesieniu do bazowego pojęcia „serialu", funkcjonującego od dawna w literaturze przedmiotu (Winiarczyk, 2021, s. 50).

Format *House of cards* klasyfikowany jest jako dramat telewizyjny, co stawia serię na równi z serialami stacji telewizyjnych podczas nominacji do nagród, takich jak *Emmy Awards*[2]. Wyróżnienia, które zaczęła otrzymywać seria, wywołały żarliwe dyskusje w środowisku filmowym, a także powodowały sceptycyzm (Taler, 2016). Nie minęło kilka lat, a w 2015 roku Netflix wyprodukował dramat wojenny *Beasts of No Nation,* którego twórcy otrzymali statuetkę Nagrody Akademii Filmowych – Oscara (Oke, 2016).

Poparte innowacyjnymi decyzjami włodarzy Netflixa eksperymenty w ciągu dekady uczyniły z niego „króla platform streamingowych na całym świecie". Niewątpliwie powodem tego była konkurencja, która z opóźnieniem zrozumiała rolę, jaką odgrywa Internet w rozpowszechnianiu treści telewizyjnych, jednak szybko zrekompensowała stracony czas. Co prawda stacje telewizyjne na całym świecie wykorzystywały sieć do udostępniania produkowanych przez nie treści, ale nie oferowały modelu subskrypcji, a na przykład płatność za każdy obejrzany premierowy odcinek serialu[3]. Dopiero w lipcu 2022 roku serwis odnotował pierwszy w historii spadek liczebności subskrybentów (Putri, 2022). Możliwy wpływ miała na to zmiana strategii firmy Netflix, która zaczęła realizować dużą liczbę produkcji, co spowodowało, że przestały one wyróżniać się jakością. Mimo to, flagowe seriale firmy wciąż przyciągają rzeszę oddanych odbiorców. Częste zmiany serwowane przez takich nadawców, jak HBO Max, czyli platformy stacji telewizyjnej HBO wynikającej z fuzji Warner Media i Discovery (Szutiak, 2022), mogą podważyć zaufanie potencjalnych odbiorców do inwestowania w kolejne serwisy streamingowe. Obecnie największymi graczami na rynku platform streamingowych udostępniających produkcje filmowo-telewizyjne są: Netflix, Hbo Max, Amazon Prime Video, Disney + czy HBO Max (Top 10 Most Popular Subscription Streaming Services 2022). W Polsce do najpopularniejszych serwisów należą również: Player.pl, TVP VOD czy Polsat Box Go (Majchrzyk, 2022).

[2] Najważniejsza nagroda przyznawana produkcjom telewizyjnym od 1949 roku w Stanach Zjednoczonych. Potocznie określało się ją mianem „telewizyjnego Oscara".

[3] W Polsce za pomocą TVN Player można było oglądać premierowe odcinki seriali oferowanych przez stację za odpowiednią opłatą, którą należało dokonać np. za pomocą SMS-a.

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

Nowe modele odbioru treści telewizyjnych

Powszechność serwisów sVOD (*subscription video on demand*) sprawiła, że odbiorcy treści telewizyjnych nieświadomie wykreowali nowe sposoby oglądania produkcji telewizyjno-filmowych. Krótka charakterystyka najpopularniejszych zjawisk związanych z internetową telewizją pozwoli na teoretyczne zarysowanie problematyki. Nie wszystkie tu wymienione pojawiły się wraz z rozwojem platform streamingowych, ale wówczas nastąpiła ich popularyzacja. Początki niektórych wiążą się z funkcjonowaniem telewizji tradycyjnej.

Binge-watching

Binge-watching, zgodnie z definicją pochodzącą ze *Słownika Języka Polskiego*, to „oglądanie odcinków serialu jeden po drugim, bez przerwy". Negatywne konotacje wyrażenia wywodzą się z genezy słowa. Powstało ono bowiem na podstawie takich określeń jak: *binge-drinking* (tłum. picie do upadłego) czy *binge-eating* (tłum. objadanie się) (Sztąberek, 2018, s. 16). Określenie to zostało zapoczątkowane wraz z pojawieniem się tematycznych stacji telewizyjnych, w których widzowie mogli oglądać maratony ulubionych seriali. Popularność zawdzięcza jednak platformie Netflix i jej innowacyjnemu sposobowi udostępniania wszystkich odcinków jednego sezonu w dniu premiery. Netflix zaproponował oprogramowanie, które podczas tyłówki[4] każdego odcinka oglądanego serialu odtwarza automatycznie następny epizod po pięciu sekundach. Nie pozwala to odbiorcy na zbyt długie podejmowanie decyzji. Dzięki temu zabiegowi widz „ulega" pokusie oglądania kolejnego i wciąż następnego odcinka serii (Winiarczyk, 2021, s. 54). Model kompulsywnego oglądania jest szeroko komentowany przez internautów, na przykład w memach. Bez wątpienia to jedno z najpopularniejszych zjawisk, które charakteryzuje współczesne oglądanie seriali. Nie wszystkie platformy korzystają jednak ze strategii opracowanej przez Netflixa. Niektóre seriale na konkurencyjnych platformach, a nawet na Netflixie, udostępniają widzom premierowe odcinki seriali raz w tygodniu. Która forma bardziej odpowiada widzom? W 2020 roku miał miejsce bojkot serialu *The Boys*, produkowanego przez Amazona, ponieważ premierowe odcinki drugiego sezonu pojawiać się miały cotygodniowo (Siennica, 2022). Decyzja odbiła się szerokim echem w środowisku fanowskim, które z uwagi na liczne kanały umożliwiające wymianę myśli i poglądów (w tym media społecznościowe) musi być dla twórcy bardzo istotne podczas podejmowania jakichkolwiek decyzji związanych z produkcją.

[4] Tyłówka – napisy końcowe.

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

Serializacja i udomowiona kultura

Forma telewizyjna, jaką jest serial, przeżywa renesans oglądalności. Wysoki poziom realizacyjny, ogromne kwoty przeznaczone na produkcje[5], które porównać można do hollywoodzkich blockbusterów[6], a także gwiazdorska obsada sprawiają, że serie telewizyjne są dzisiaj częściej produkowane niż filmy. W 2021 roku padł rekord serialowych premier w USA, było to aż 559 nowych tytułów (Wawrzyn, 2022). Według profesora amerykanistyki i kultury filmowej Jasona Mitellego, seriale charakteryzuje złożona narracyjność, polegająca „na przedefiniowaniu form epizodycznych pod wpływem narracji seryjnej – niekoniecznie na całkowitym ich połączeniu, lecz na przeniesieniu środka ciężkości" (Borowiecki, 2018, s. 84). Jeśli spojrzeć na to zjawisko bardziej szczegółowo, można zidentyfikować jego podstawowe składowe, takie jak: zastąpienie zamkniętych historii ciągłymi wątkami; wzbogacenie konstrukcji odcinków przez wprowadzenie elementów fabularnych, które dodają nieoczekiwanych zwrotów akcji; występowanie zaburzeń logicznych w chronologii zdarzeń oraz rozbudowa liczby linii fabularnych, które nawzajem oddziałują na siebie (Borowiecki, 2018, s. 84). Coraz częściej produkuje się seriale przyciągające uwagę rozbudowaną strukturą narracyjną, co umożliwia między innymi przedstawienie szerokiego spektrum portretowanych bohaterów. Pandemia koronawirusa wzmogła popularność seriali. Obawa inwestycji w kinowy film (np. premiera filmu *Nie czas umierać* z serii dotyczącej James'a Bonda przekładana była kilkukrotnie spowodowała między innymi konieczność aktualizacji scen, w których pojawiał się *product placement*[7] (Kotkowski, 2021)] sprawiła, że producenci przychylniejszym okiem spojrzeli na krótsze formy, które mogły przynieść równie wysoką rozpoznawalność i zadowolić ich finansowo. Pokłosiem zaistniałej sytuacji była dominacja tytułów filmów wyprodukowanych przez platformy streamingowe na liście tytułów filmów nominowanych do ubiegłorocznej gali Oscarów (Wróblewski, 2022). Serwisy strumieniowe, chociaż nie mogą zastąpić realnego kina, w czasie ostatnich dwóch lat podejmują próbę wprowadzenia rozwiązań, która do tego zmierza. Wykorzystując nowe technologie, ugruntowują swą pozycję na rynku (Jędrzejewski, 2021, s. 57–61), stając się kinem i telewizją w jednym – udomowiając kulturę. Przenosi się to bezpośrednio na akwizycję nowych użytkowników platform streamingowych, doprowadzając do coraz większego ich udziału w rynku. Według badań przeprowadzonych przez Nielsena w lipcu 2022 roku, transmisje strumieniowe miały największy udział w oglądaniu telewizji w Stanach Zjednoczonych (Nielsen, 2022). Jest to dowodem zmian, jakie zachodzą z udziałem serwisów streamingowych.

[5] Budżet serialu Władca Pierścieni: Pierścienie władzy wyprodukowanego przez platformę Amazon Prime Video, wyniósł 715 mln dolarów.

[6] Blockbuster – film, który odniósł kasowy sukces w kinie.

[7] Product placement - inaczej plasowanie produktu lub lokowanie produktu.

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

Doświadczenie użytkownika

Sposób odbioru treści dostępnych w serwisach strumieniowych jest indywidualny, zależny od potrzeb i praktyk użytkownika. Mnogość usługodawców proponujących treści telewizyjne powoduje, że dostawcy muszą posiąść umiejętność zwrócenia na siebie jego uwagi. Istnieją dwa podstawowe określenia: c*ustomer expierence* oraz *user expierence*. Pierwsze definiuje się jako sumę „wszystkich doświadczeń, emocji i przeżyć klienta, które wiążą się z daną marką" (Waraksa, 2020, s. 216). Jest to ogólne postrzeganie firmy przez odbiorcę. Użytkownik podczas drogi do konkretnego celu przechodzi przez różne miejsca, które nazywane są „punktami styku". Jeśli skupia swą uwagę na najistotniejszym punkcie, mówimy o doświadczeniu użytkownika (ang. *user experience*; Waraksa, 2020, s. 216). Jest to całość jego wrażeń związanych z aplikacją, programem czy dowolną stroną internetową. Dobrze przygotowany profil uławia korzystanie z oferowanej zawartości, błędny wprost przeciwnie. Badania przygotowane przez PricewaterhouseCoopers wskazują, że odbiorcy preferują intuicyjny i przejrzysty układ treści serwisów. „Nie każ mi myśleć" – najważniejsza zasada *user expierence* sformułowana przez Steve'a Krugera ‑ jasno określa wymagania współczesnego użytkownika. Im dłużej odbiorca zastanawia się nad wyborem, tym bardziej jest skonsternowany (Waraksa, 2020, s. 217). Joanna Waraksa w artykule *Doświadczenie użytkownika w sferze streamingu* dokonała analizy komparatystycznej narzędzi stosowanych podczas odtwarzania treści na platformach streamingowych dostępnych w naszym kraju. Wyróżniła następujące elementy: start oglądania, streszczenie poprzednich odcinków, czołówka, pasek postępu, przewijanie, wznowienie odtwarzania serii, następny odcinek, czy dalej oglądasz, regulacja głośności, napisy i dostosowanie dźwięku, rozmiar obrazu, X-Ray oraz wyjście z odtwarzacza (Waraksa, 2020, s. 219‑224). Wszystkie te narzędzia mają za zadanie ułatwić odbiór, co przekłada się bezpośrednio na chęć powrotu do platformy, która najlepiej spełni oczekiwania odbiorcy.

Personalizacja treści

Konwencja medialna *egocastingu*, a więc spersonalizowanego przekazu dla indywidualnego odbiorcy, charakteryzuje telewizję nielinearną. Podczas konstruowania oferty platformy streamingowej zakłada się, że udostępniane treści nie są przeznaczone dla mas, a skierowane do konkretnego środowiska. Serwisy strumieniowe nie mają oporu przed produkcją niszowych treści, ponieważ najpopularniejsze produkcje platformy zarabiają na pozostałe prezentowane filmy czy seriale. Najważniejsze jest to, by zainteresować jak największą liczbę odbiorców. W kontekście platform nie używa się takich haseł, jak: „publiczność" czy „audytorium". Każdy użytkownik jest dla serwisów wyjątkowy, bo jego praktyki odbioru treści będą niepowtarzalne.

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

Obecna forma telewizji balansuje na granicy neotelewizji i posttelewizji. Według Karola Jakubowicza – polskiego polityka i medioznawcy – posttelewizję charakteryzują „nielinearność, rozwój i personalizacja oferty programowej, odbiór w dowolnym czasie i miejscu, różne platformy dystrybucji, Internet, mobilność" (Myślak, 2017, s. 34). Opisując współczesną telewizję, badacze używają również takich określeń, jak „cybertelewizja" czy „telewizja interaktywna". Carlos A. Scolari zaproponował termin – „hipertelewizja" (Kisielewska, 2015, s. 293). Najważniejszym określeniem jest „interaktywność", tzw. „żywy udział w konstruowaniu oferty". Sposób, w jaki oglądamy, częstotliwość odbioru treści tv, a także opinie prezentowane na forach internetowych, choć pozwalają na stworzenie zadawalającej oferty, odzierają nas z anonimowości. Często nieświadomie wpadamy w pułapkę algorytmów, zamykając się na konkretne propozycje. Funkcjonowanie platform streamingowych ma tyle samo pozytywnych, co negatywnych aspektów.

Przegląd literatury dotyczącej platform streamingowych udostępniających produkcje telewizyjne i filmowe pozwolił na sformułowanie pytań badawczych. Celem badania było wskazanie podobieństw oraz różnic w korzystaniu – przez studentów i osoby starsze powyżej 55 roku życia – ze wspomnianych tu serwisów, sposobów oraz kryteriów wyboru treści. Pytania badawcze mają na celu uzyskanie wglądu w preferencje i motywacje użytkowników:

1) Jakie są podobieństwa i różnice w korzystaniu z platform streamingowych przez studentów a osoby powyżej 55 roku życia i jakie czynniki wpływają na te różnice?
2) Jakie platformy streamingowe są najczęściej używane przez studentów i osoby starsze i co determinuje ten wybór?
3) Jakie urządzenia są najczęściej używane przez studentów i osoby starsze podczas korzystania z platform streamingowych?
4) Jakie są najchętniej wybierane treści telewizyjne przez studentów i osoby starsze na platformach streamingowych, dlaczego właśnie te?
5) Jakie kryteria stosują studenci i osoby starsze podczas wyboru pozycji do obejrzenia na platformach streamingowych?

Analiza praktyk odbiorców platform streamingowych

Rekonstrukcja praktyk odbiorców serwisów strumieniowych udostępniających filmy oraz seriale została przeprowadzona za pomocą badania sondażowego oraz wywiadów pogłębionych ze studentami oraz osobami powyżej pięćdziesiątego piątego roku życia. Badania sondażowe to często stosowana technika obserwacji w badaniach społecznych. Mogą być używane do celów opisowych, wyjaśniających czy eksploracyjnych. Sondaże to narzędzie do pomiaru postaw oraz poglądów w dużej populacji (Babbie, 2004 s. 269–270). W badaniu wzięło udział 200 osób: 100 studentów w wieku 18–25 oraz 100

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

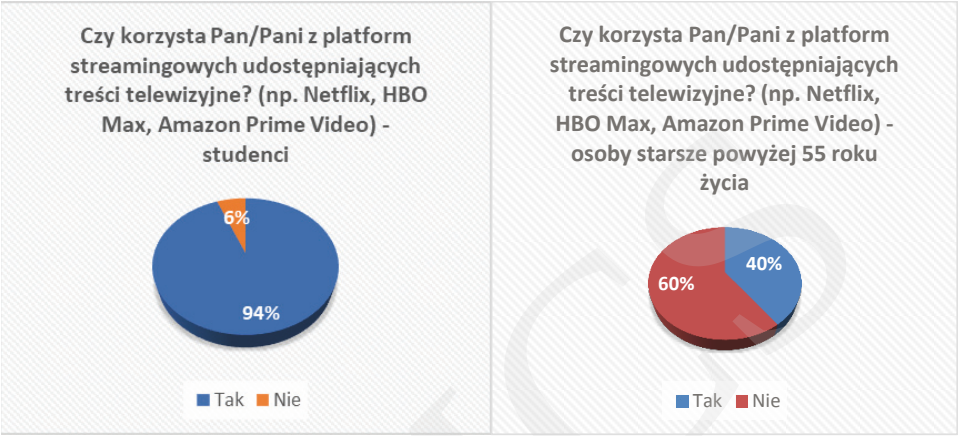
osób starszych powyżej 55 roku życia (66% stanowiły kobiety, a 34% mężczyźni). Ankietę przeprowadzono w okresie od marca do maja 2022 roku. Studenci wypełniali ją w formie elektronicznej, korzystając z przygotowanego już formularza Google udostępnionego na portalu społecznościowym Facebook (grupy studenckie oraz tematyczne). Osoby starsze powyżej 55 roku życia, jako mniej zaawansowana technologicznie grupa wiekowa, otrzymały ankietę również w formie papierowej. Kwestionariusze zostały wypełnione przez: słuchaczy Lubelskiego Uniwersytetu Trzeciego Wieku, uczestników Centrum Aktywizacji i Rozwoju Seniorów w Lublinie, seniorów-członków grup na Facebooku oraz seniorów z otoczenia autorki. Badania sondażowe zostały przeprowadzone na niereprezentatywnej i ograniczonej ilościowo próbie respondentów, dlatego można je traktować jedynie jako badania eksploracyjne, które w połączeniu z wywiadami pogłębionymi rzucają światło na praktyki odbioru treści medialnych, jednak wymagają kontynuacji z wykorzystaniem szerszych grup respondentów.

Drugą techniką badawczą zastosowaną w pracy były wywiady pogłębione, które - w przeciwieństwie do sondaży - skupiają się na interakcji między prowadzącym wywiad a badanym. Jest to rozmowa, podczas której prowadzący ukierunkowuje respondenta na tematy określone w przygotowywanym zawczasu ogólnym planie badawczym (Babbie, 2004 s. 327–328). Autorka przeprowadziła je w okresie od kwietnia do maja 2022 roku. Udział wzięło 20 osób, w tym 10 studentów (8 kobiet oraz 2 mężczyzn) oraz 10 seniorów (7 kobiet oraz 3 mężczyzn). Znacząco oddalone od siebie miejsca zamieszkania respondentów spowodowały, że część rozmów została przeprowadzona zdalnie. Rozmowy, za uprzednią zgodą respondentów, były nagrywane, a później transkrybowane. Scenariusz przeprowadzonych rozmów opierał się na specjalnie przygotowanym kwestionariuszu, bazowanym na badaniach ankietowych. Był on w zależności od wypowiedzi respondentów modyfikowany. Triangulacja metod pozwoliła autorce na otrzymanie wyników, które w kompleksowy sposób charakteryzują praktyki odbiorców platform streamingowych.

Sposoby korzystania z platform streamingowych przez studentów i osoby starsze

Badania pokazały, że istnieje tendencja do korzystania z platform streamingowych głównie przez młodych ludzi. Prawie wszyscy młodsi respondenci, bo aż 94% badanych, korzystają z platform streamingowych. Tylko 6% zaznaczyła odpowiedź „nie". Wśród osób starszych powyżej 55 roku życia mniej niż połowa badanych, a więc 40%, deklarowała, że korzysta z serwisów strumieniowych, 60% badanych ich nie używa. W tym miejscu warto dodać, że kilka osób starszych uzupełniających ankietę, nie znało sformułowania „platformy streamingowe", jednak w dalszej części ankiety odpowiadali oni na pytania dotyczące serwisów i wskazywali te, z których na co dzień korzystają (Wykres 1).

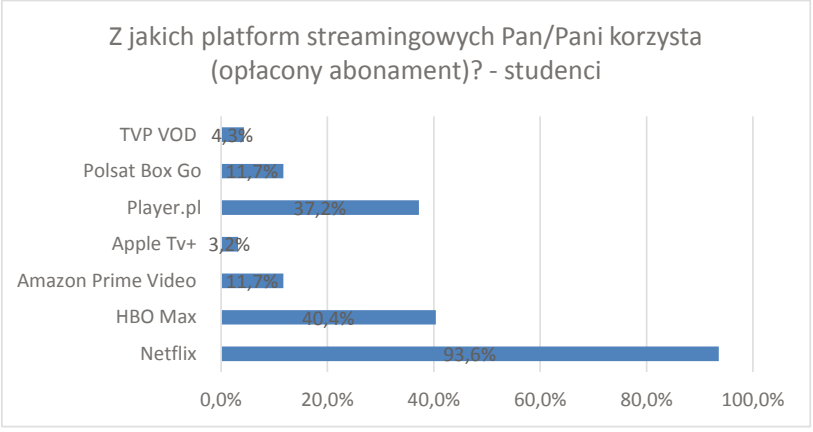
Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04



Wykres 1. Korzystanie z platform streamingowych przez studentów i przez osoby starsze powyżej 55 roku życia

Źródło: Opracowanie własne.

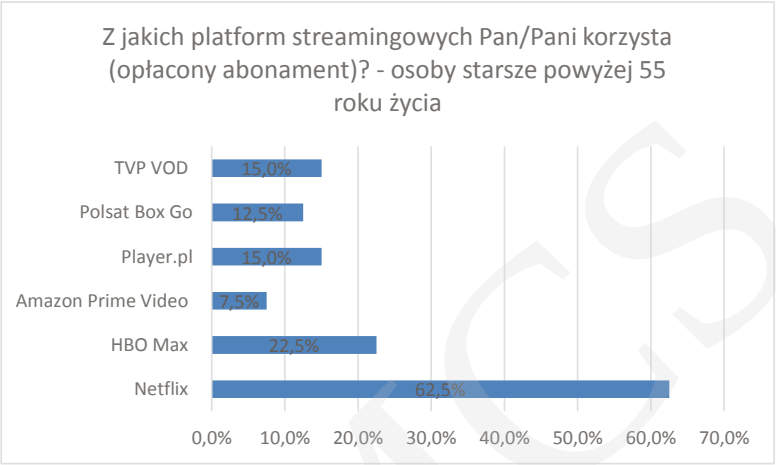
W obu grupach wiekowych dominującą platformą jest Netflix (studenci 93,6%, osoby starsze powyżej 55 roku życia 62,5%). Na drugim miejscu znalazła się platforma amerykańskiej stacji HBO Max (studenci 40,4%, osoby starsze powyżej 55 roku życia 22,5%). Studenci wskazywali kolejno: Player.pl (37,2%), Amazon Prime Video (11,7%), Polsat Box Go (ex aequo 11,7%) oraz TVP VOD (3,2%). Najrzadziej zaznaczano serwis Apple Tv+ (3,2%). Osoby starsze wskazali ex aequo TVP VOD oraz Player.pl (15%), następnie Polsat Go Box (12,5%), a także Amazon Prime Video (7,5%). Żadna z badanych osób powyżej 55 roku życia nie podała serwisu Apple TV+, który w Polsce wciąż jest mało popularny.



Wykres 2. Użytkowane przez studentów platformy streamingowe

Źródło: Opracowanie własne.

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04



Wykres 3. Użytkowane przez osoby starsze powyżej 55 roku życia, platformy streamingowe
Źródło: Opracowanie własne.

Odpowiadając na pytania otwarte w ankiecie: *Z której platformy korzysta Pan/Pani najczęściej i dlaczego?*, osoby starsze argumentowały swoje wybory takimi czynnikami, jak: jakościowa i różnorodna oferta oraz łatwy dostęp: „Netflix ma bardzo ciekawy, zgodny z moimi zainteresowaniami, program". Ważną przyczyną posiadania Netflixa jest również możliwość współdzielenia konta[8]. Jedna z badanych kobiet powyżej 55. roku życia powiedziała, że ogląda tam treści, ponieważ platformę subskrybuje jej córka. Inna wypowiedź dotyczyła konkretnego rodzaju treści: „Netflix, bo są interesujące filmy i programy przyrodnicze". Studenci zwracali natomiast jeszcze uwagę na funkcjonalność, opcję oglądania treści offline, a także na związane z Netflixem przyzwyczajenia: „Netflix – zadowalająca oferta i cena abonamentu, możliwość jednoczesnego korzystania przez więcej niż 1 osobę"; „Netflix, ponieważ jest najwygodniejszy w obsłudze i ma dużo seriali". Niektórzy studenci wskazywali także na takie platformy, jak: Player.pl czy Polsat Box Go: „Najczęściej korzystam z Player.pl, ponieważ występuje w nim szeroka gama programów rozrywkowych", „Polsat Box Go, ponieważ mogę tam zobaczyć seriale, które pominęłam w telewizji". Wymienione platformy są serwisami dostępnych na polskim rynku stacji telewizyjnych. Umożliwiają osobom śledzącym treści dostępne w telewizji tradycyjnej obejrzenie ich w dogodnym dla respondentów czasie.

[8] W czasie przeprowadzania badań oraz pisania niniejszego artykułu, Netflix oferował możliwość współdzielenia konta przez kilku niespokrewnionych przez siebie użytkowników.

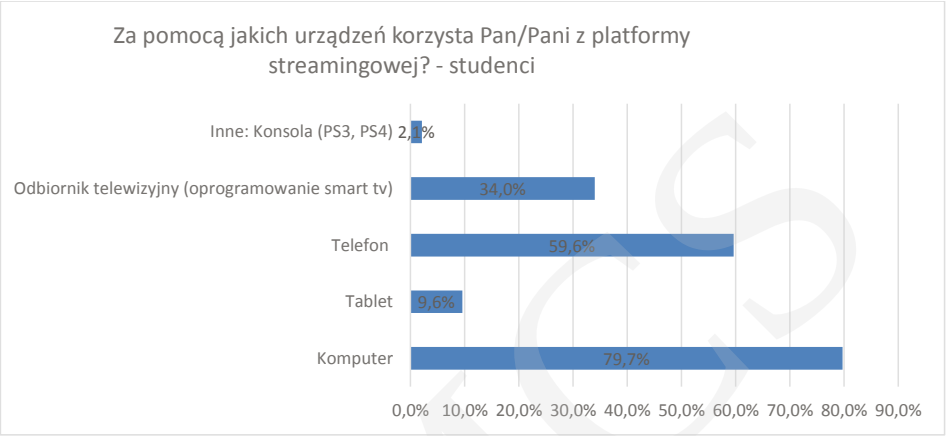
Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

Techniczne sposoby korzystania z platform streamingowych

Serwisy streamingowe oferują aplikacje do ich odbioru, dostępne na wielu urządzeniach. Studenci zapytani w sondażu o ich preferencje techniczne oglądania treści telewizyjnych, jasno określili, że najczęściej korzystają z komputera (79,7%). Na drugim miejscu znalazł się telefon, który towarzyszy nieustannie już nie tylko młodszemu pokoleniu (59,6%). Wśród odpowiedzi kolejno pojawiały się: odbiornik telewizyjny z oprogramowaniem smart tv (34%) oraz tablet (9,6%). Dwoje ankietowanych wskazało odpowiedź „inne", dodając informację, o tym, że oglądają treści dostępne na platformach poprzez podłączenie konsoli PS3 lub PS4 do odbiornika telewizyjnego. Osoby 55+ – z uwagi na przyzwyczajenia związane z telewizją tradycyjną – najchętniej wybierały odbiornik telewizyjny z oprogramowaniem smart tv (57,5%) oraz komputer (55%). Pojedyncze odpowiedzi dotyczyły tabletu oraz telefonu komórkowego.

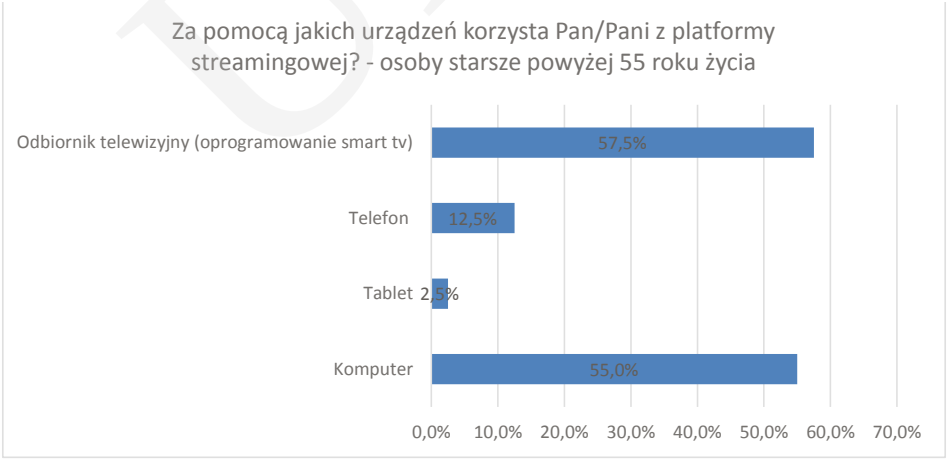
W wywiadach jakościowych badani argumentowali preferencje związane z odtwarzaniem platform streamingowych na wybranych urządzeniach. Jedna ze studentek najchętniej korzysta z komputera stacjonarnego, ponieważ jak powiedziała: „Tak naprawdę cały czas przy nim siedzę, mam wygodne stanowisko do pracy, dwa dobre monitory, więc mogę przesunąć je w dowolne miejsce, żeby oglądać z łóżka". Kolejna z badanych również to źródło wskazała jako najczęściej wykorzystywane: „Przez jakieś 90% z komputera, z telefonu jak jestem poza domem, w podróży albo jak chcę się czymś z kimś szybko podzielić". Jako ważny czynnik wyboru urządzenia wskazywano także miejsce, w którym respondent się znajduje: „Na telewizorze jak jestem w domu z rodzicami, z telefonu jak jestem w podróży". Jedna ze studentek podkreśliła, że motywacja wyboru serwisu łączy się z konkretną platformą: „Jeżeli Netflix to prawie zawsze tablet". Osoby starsze w wywiadach wspominały między innymi, że korzystają z nowych technologii wyłącznie przy pomocy swoich dzieci czy wnuków: „Oglądam najczęściej z telewizora, z laptopa nie potrafię korzystać". Inna osoba badana, z którą przeprowadzałam wywiad, odbiera platformy streamingowe tylko za pomocą telewizora, jednak nie ma on oprogramowania smart tv. Konieczna jest z jej strony dodatkowa interakcja. Za każdym razem, gdy chce coś obejrzeć, podłącza za pomocą kabla HDMI komputer do telewizora.

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04



Wykres 4. Urządzenia, z których korzystają studenci podczas użytkowania platform streamingowych

Źródło: Opracowanie własne.



Wykres 5. Urządzenia, z których korzystają osoby starsze powyżej 55 roku życia podczas użytkowania platform streamingowych.

Źródło: Opracowanie własne

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

Treści wybierane przez badanych

Studenci w badaniach sondażowych najczęściej, bo aż w 78%, wskazali seriale, wśród osób powyżej 55 roku życia zainteresowanie tym gatunkiem było zdecydowanie niższe (22%). Film był popularniejszym rodzajem treści telewizyjnych oglądanych przez osoby starsze (57%) w stosunku do studentów (11%). Programy rozrywkowe w serwisach streamingowych pojawiają się rzadziej niż filmy czy seriale, dlatego można przypuszczać, że właśnie z tego powodu zarówno ankietowani studenci (9%), jak i osoby powyżej 55 roku życia (3%) nieczęsto wybierają tego typu treści. Programy dokumentalne są bardziej popularne wśród starszych badanych (15% osób 55+, 2% studentów).

W czasie wywiadów pogłębionych, badani studenci zapytani o najczęściej oglądane przez nich seriale wskazali: *Breaking Bad*, *House of cards*, *Black Mirror*, *Supernatural*, *Dr House* czy *Friends*. Osoby starsze wymieniły natomiast: *Poirot*, *Dom z papieru* oraz *Grę o Tron*. Studentka, która regularnie ogląda seriale w serwisach strumieniowych, powiedziała: „Zazwyczaj seriale, bo filmów, które chciałabym obejrzeć tam nie ma". Dwoje młodszych respondentów nie zadeklarowało wyboru serialu jako najczęściej odtwarzanej treści: „Do seriali mam uraz, boję się ich oglądać, ponieważ jak się wciągniesz, możesz stracić dużo czasu. Podczas pracy miałam tak, że obejrzałam kilka odcinków pod rząd, korzystałam z transmisji danych, bo nie miałam dostępu do wifi. Nie skończyło się to dobrze. Wciągnięcie się w serial jest dla mnie kłopotliwe, ale jest to świetna odskocznia", „W ogóle nie oglądam seriali, wyjątkowo się zdarzy, jak np. «Squid Game»".

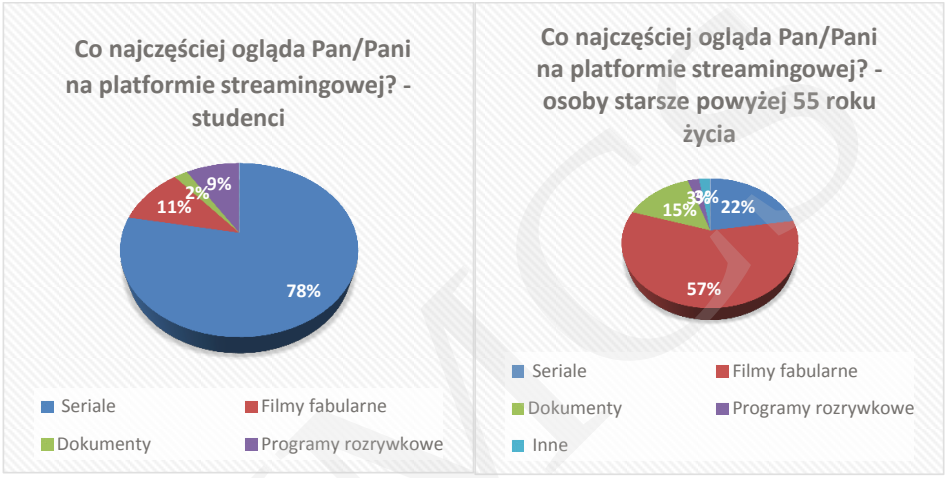
W odniesieniu do filmu jeden z młodszych respondentów stwierdził, że jego forma (jako zamknięta opowieść) bardziej mu odpowiada. Inny powiedział, że wybór wiąże się z tym, że: „Jeżeli chcę obejrzeć od A do Z coś, to wybieram film albo krótsze seriale". Młodsi respondenci zapytani o gatunki wymienili: komedię, dramat, horror, fantastykę, filmy akcji, thrillery oraz dreszczowce: „Lubię filmy, które wywołują emocje, bo kiedy po prostu tak się patrzysz i nic nie masz w sobie, żadnej emocji to słabo". Podczas wywiadu studentka zwróciła uwagę na nietypowy sposób selekcji filmów. Gdy wybiera pozycję do oglądania, zwraca szczególną uwagę nie na gatunek, a na przestrzeń, w jakiej rozgrywa się akcja: „Lubię filmy bardziej zagadkowe, tajemnicze, w zamkniętej przestrzeni np. «Cube» czy «Platformę»". Osoby starsze preferowały filmy: przygodowe, sci-fi, historyczne czy komedie romantyczne.

W rozmowie ze studentką dowiedziałam się, że motywacją do wyboru programów rozrywkowych może być chęć „odstresowania się", obejrzenia niewymagającej intelektualnie produkcji, tzw. *guilty pleasure*. Ważne dla niej jest też to, że „Na Netflixie jest możliwość oglądania «Love is blind», «The Circle», które miały kilka edycji w różnych państwach i można sobie porównać jak dany projekt wypada w takim, a nie innym kraju".

Mimo małego zainteresowania młodszych respondentów produkcjami dokumentalnymi, jeden z badanych powiedział: „Fajne są dokumenty na Netflixie, one mają popularno-naukową formę. Mogę sam je obejrzeć, albo pokazać mojej mamie, która nie będzie czytać badań na ten temat". Studentka historii sztuki w wywiadzie wspo-

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

mniała, że również je ogląda, szczególnie te historyczne, z uwagi na zainteresowania zawodowe. Osoby starsze twierdziły, że preferują dokumenty przyrodnicze oraz historyczne, na przykład na temat II wojny światowej.



Wykres 6. Najczęściej oglądane treści telewizyjne na platformach przez respondentów.
Źródło: Opracowanie własne.

Kryteria wyboru treści

W obu grupach wiekowych najczęściej wybieraną odpowiedzią na pytanie w badaniach sondażowych: *Czym kieruje się Pan/Pani przy wyborze pozycji do obejrzenia?*, była opinia znajomych/rodziny (63,8% studenci, 50% osoby starsze). Studenci *ex aequo* zaznaczyli odpowiedzi: popularność w mediach społecznościowych oraz polecane na stronie głównej platformy (48,9%). Następne miejsca, zarówno wśród studentów i seniorów, zajęły odpowiedzi: wysokie oceny w serwisach internetowych poświęconych kinie i treściom telewizyjnym (np. Filmweb, IMDB; studenci 38,3%, osoby starsze 15%) oraz rekomendacje krytyków i recenzentów sztuki filmowej – taką odpowiedź wskazało 16% młodszych respondentów i 12,5% osób powyżej 55 roku życia.

W wywiadach jakościowych studenci zwrócili uwagę na weryfikację podpowiedzi od osób postronnych: „Jak coś mi ktoś poleci, to jeszcze muszę to sprawdzić w Internecie przed obejrzeniem". Jedna ze starszych respondentek mówiła: „Nieraz posłucham opinii, koleżanki mi mówią, co obejrzeć". Pozostali seniorzy podkreślali rozbieżne gusta, które uniemożliwiają im kierowanie się opinią znajomych oraz rodziny

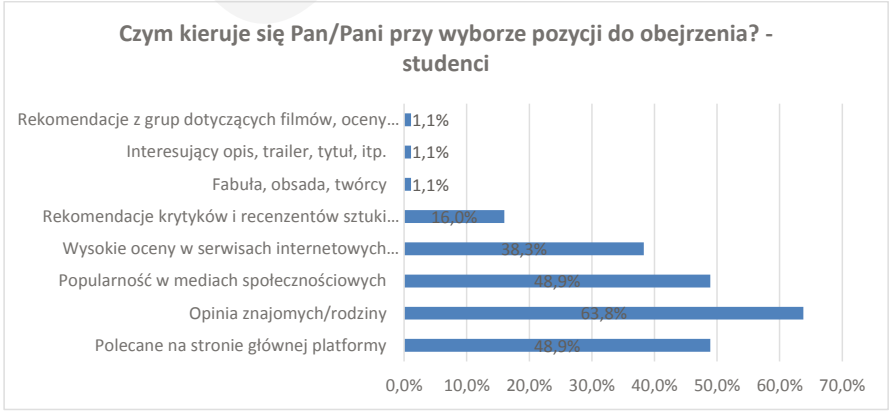
Młodsi respondenci zapytani, czy liczne artykuły w mediach społecznościowych na temat określonej pozycji przekonują ich do wyboru, odpowiedzieli: „Jeżeli się wszyscy czymś jarają, ale to i tak nie leży w kręgu moich zainteresowań, nie wybiorę tego"; czy: „Nie pamiętam sytuacji, w której bym się skusiła na treści, na które jest

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

hype[9], np. na «Squid Game» czy «Szkołę dla elity». Z popularniejszych seriali to raz obejrzałam «Dom z papieru», ale to było długo po premierze".

Jedna z badanych studentek zawodowo zajmuje się realizacją filmową, co przekłada się na to, że zwraca szczególną uwagę na oglądane pozycje. Odnotowuje i ocenia filmy oraz seriale, które ogląda: „Filmweb jest dla mnie jako mój dziennik, nie korzystam z poleceń, ale po obejrzeniu filmu patrzę sobie recenzje na jego temat i zaznaczam swoją ocenę za każdym razem. Wtedy to jest taka podpórka dla mojej pamięci, jak rozmawiam na temat tego filmu, to szybko sobie wklepuje w wyszukiwarkę, że o jest, ten film obejrzałam". Kobieta powyżej 55 roku życia odpowiedziała, że rzadko sugeruje się oceną w tego typu serwisach, dopiero po seansie czyta opinie w komentarzach. W ten sposób porównuje swoje odczucia względem filmu czy serialu z opiniami innych.

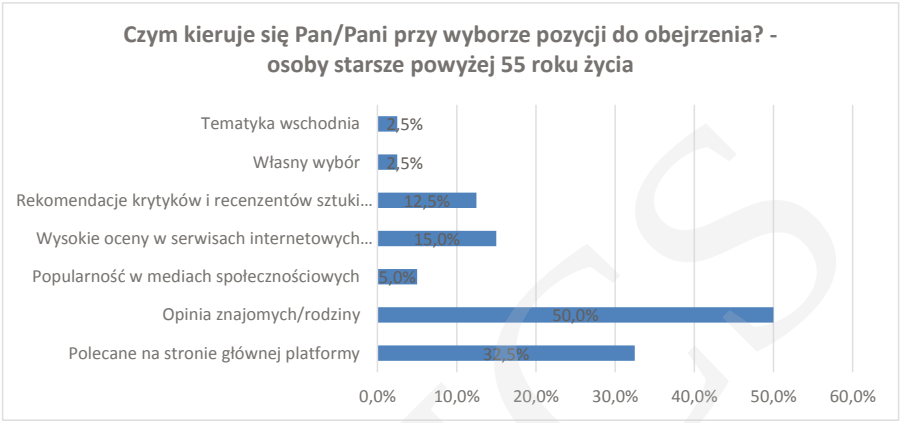
Wśród moich rozmówców tylko jedna studentka wymieniła kanały z poleceniami produkcji telewizyjnych i filmowych w serwisie YouTube, które stara się regularnie odwiedzać, tj: *Sfilmowani, Tomasz Raczek* oraz *Drugi Seans*. Studenci wspomnieli dodatkowo jako kryterium wyboru treści: interesujący opis, trailer, tytuł, itp.; fabuła, obsada, twórcy. Natomiast osoby starsze deklarowali: tematyka wschodnia; własny wybór. Jedna z młodszych respondentek mówiła: „Zwykle znajduję jakieś reklamy w Internecie, trailery kilkunastosekundowe, czytam na temat tego filmu lub po opisach na platformie". Podobnie jest w przypadku seniorów, dla których równie ważnym miejscem – choć w mniejszym stopniu – jest Internet. Studentka, która rzadko ogląda treści telewizyjne, a gdy już na jakieś się zdecyduje, skrupulatnie je selekcjonuje: „Przed obejrzeniem nie czytam opisów filmów ani nie oglądam zwiastunów, chyba, że jest to film Wesa Andersona to czekam z niecierpliwością".



Wykres 7. Czym kierują się studenci podczas wyboru pozycji do obejrzenia
Źródło: Opracowane własne.

[9] Hype – według Słownika Języka Polskiego – jest to „coś bardzo popularnego, czasami ta popularność jest sztucznie „napompowana"; popularność, coś modnego".

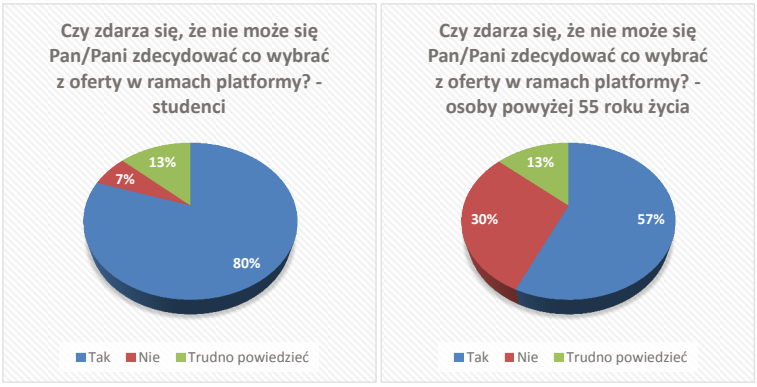
Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04



Wykres 8. Czym kierują się osoby starsze powyżej 55 roku życia podczas wyboru pozycji do obejrzenia. Źródło: Opracowane własne.

Kryteria wyboru treści

Użytkownicy platform, z uwagi na mnogość znajdujących się na nich treści, często mają dylemat, jaką pozycję wybrać. Powoduje to nie tylko frustrację, ale także pozbawia ich czasu, który mogliby wykorzystać w inny, bardziej produktywny sposób. 80% badanych osób w wieku 18-25, a także 57% osób starszych odpowiedziało twierdząco na pytanie o trudności wyboru treści na platformach. Wyłącznie 7% studentów nie ma problemu z wyborem satysfakcjonujących treści. W grupie osób powyżej 55 roku życia jest to 30% oglądających platformy. *Trudno powiedzieć* – taką odpowiedź wybrał taki sam procent studentów oraz osób starszych (13%).



Wykres 9. Czy zdarza się, że nie może się Pan/Pani zdecydować co wybrać z oferty w ramach platformy?

Źródło: Opracowanie własne.

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

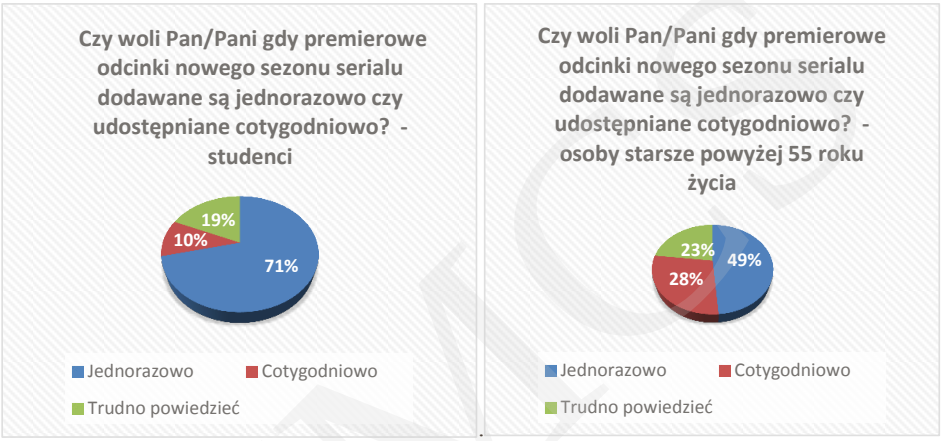
Zjawisko *binge-watchingu* – definiowane powyżej – powszechne jest zarówno w grupie studentów, jak i osób starszych, choć popularniejsze w młodszej grupie respondentów. Na pytanie badania sondażowego – *Czy woli Pan/Pani, gdy premierowe odcinki nowego sezonu serialu dodawane są jednorazowo czy udostępniane cotygodniowo?* – większość, bo 71% studentów odpowiedziała, że preferuje dodawanie jednorazowe. 19% studentów odpowiedziało: *trudno powiedzieć*. Tylko 10% woli, gdy odcinki dodawane są raz w tygodniu. Osoby starsze, które wciąż przeważnie korzystają z telewizji tradycyjnej, na powyższe pytanie odpowiadały bardziej różnorodnie niż studenci. 49% deklarowało, że optuje za jednorazowym udostępnianiem wszystkich odcinków jednego sezonu, 28% woli, gdy pojawiają się one cotygodniowo, a 23% nie miała zdania w tej kwestii.

W następnym pytaniu kwestionariusza respondenci mieli za zadanie uzasadnić swój wybór. Badani, którzy wskazali odpowiedź: jednorazowo, argumentowali ją następująco: „Z ciekawości co wydarzy się dalej lepiej jak wszystkie odcinki wypuszczone są jednego dnia, ale z drugiej strony jak czeka się na nowy sezon serialu np. 2 lata to szkoda jak wszystko obejrzy się jednego dnia", „Z jednej strony lepiej jest, gdy cały sezon można sobie obejrzeć od razu, aczkolwiek jest też coś ekscytującego w czekaniu na kolejny odcinek. Nie wiem co preferuję, ale doceniam obie opcje", „Wolę odcinki publikowane jednorazowo, ponieważ nie buduje to we mnie presji, że pojawiło się coś nowego co muszę obejrzeć. Gdy wszystko jest na raz, na spokojnie rozkładam to sobie w czasie", „W przypadku, gdy cały sezon udostępniany jest jednorazowo spędzam zbyt dużo czasu na oglądaniu, ignorując obowiązki". Studenci, którzy opowiadali się za oglądaniem wszystkich odcinków jednego sezonu jednorazowo, wspominali również, że taki sposób dystrybucji treści ułatwia im organizację czasu, a także zaspokaja ciekawość związaną z rozwinięciem wątków fabularnych: „W moim przypadku, gdyby odcinki nie zostawały udostępnione naraz, byłaby jakaś frustracja". Jedna z młodszych respondentek planuje grafik codziennych czynności na tydzień z wyprzedzeniem: „Wolę, gdy odcinki dodawane są jednorazowo, mogę wtedy dopasować to bardziej do planu". „Przy «Euforii» miałam taki niedosyt, oglądałam ją na bieżąco, a tu jednak trzeba czekać, przy czym następny tydzień może okazać się taki, że nie będzie kiedy obejrzeć nowego odcinka, wtedy to się rozmywa".

Podczas wywiadu badana osoba opowiedziała historię potwierdzającą, że jeżeli coś ją zainteresuje, traci poczucie czasu: „Jak zaczęłyśmy z mamą oglądać o dziewiątej «Dom z papieru », to na drugi dzień znalazła mnie o ósmej w tym samym miejscu i zapytała, w którym momencie jestem". Wspomniała, że jest w stanie obejrzeć nawet dwanaście odcinków pod rząd. Warto wspomnieć, że respondentka jest osobą, która ogląda treści telewizyjne przy każdej możliwej okazji. Studenci opowiadali, że mają w zwyczaju oglądanie trzech-czterech odcinków w czasie jednej sesji: „Nudzę się w pewnym momencie i muszę sobie to zostawić na kolejny dzień". Jedna ze studentek otwarcie zadeklarowała, że *binge-watching* nie jest dla niej, ponieważ może co najwyżej odtworzyć dwa odcinki na raz. Wśród osób starszych pojawiały się odpo-

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

wiedzi, że oglądają najczęściej 3-4 odcinki jednorazowo. Jeden z mężczyzna wskazał, że maksymalnie obejrzał sześć epizodów, gdy – podobnie jak wcześniej wspomniana studentka – wybrał serial *Dom z papieru*.



Wykres 10. Preferencje respondentów względem częstotliwości emitowania treści. Źródło: Opracowanie własne.

Podsumowanie

Praktyki odbioru platform streamingowych są wielowymiarowe, związane z doświadczeniami użytkowników z internetem i ich przyzwyczajeniami. Różnica wieku badanych pozwoliła na wskazanie podobieństw oraz rozbieżności w sposobach odbioru. Jedną z głównych determinant był stopień zaawansowania umiejętności technologicznych, w tym regularność korzystania z nowych mediów. Wyniki badań pozwalają na wysunięcie wniosków, że zarówno studenci, jak i osoby starsze chętnie korzystają z telewizji internetowej, jednak różny jest stopień intensywności. To studenci zdecydowanie częściej stają się subskrybentami platform. Mimo coraz większej oferty serwisów strumieniowych, na pozycji lidera wciąż utrzymuje się Netflix z uwagi na jakościową i różnorodną ofertę. Osoby starsze zwracały uwagę, że wybór platformy jest związany z preferencjami ich dzieci, z którymi współdzielą konto. Osoby młodsze częściej oglądają serial lub filmy na komputerze, albo na smartfonie, zaś osoby starsze korzystają z odbiornika telewizyjnego. Najczęściej wybieranymi treściami telewizyjnymi wśród studentów są seriale, natomiast osoby powyżej 55 roku życia wolą na platformach oglądać filmy fabularne. Model kompulsywnego oglądania rozwinięty jest w zdecydowanej mierze u studentów. Część osób powyżej 55 roku życia wciąż jest czynna zawodowo, ma więc ograniczony czas na jednorazową konsumpcję treści. Kryteria doboru treści, jakie stosują obie grupy wiekowe, pokrywają się. Są to rekomendacje znajomych i ro-

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

dziny, a także produkcje polecane na stronie głównej. Zarówno studenci, jak i osoby starsze – mimo znaczącej różnicy wieku – mogą w tak samo satysfakcjonujący sposób odbierać udostępnione im treści video. Studenci, z uwagi na konieczną zmianę miejsca zamieszkania, spowodowaną podjętym kierunkiem studiów, coraz rzadziej mają dostęp do telewizji tradycyjnej. Wśród osób powyżej 55 roku życia forma ta wciąż zdaje się być dominującą, choć platformy streamingowe coraz chętniej są przez nich subskrybowane. Zjawiska związane z korzystaniem obu grup wiekowych z serwisów strumieniowych na nowo definiują współczesny odbiór treści telewizyjnych. Warto podkreślić, że przeprowadzone badania miały charakter eksploracyjny, a na ich podstawie nie można wyciągnąć wniosków dotyczących ogółu populacji w Polsce. Mogą one jednak stanowić wstęp do poszerzonych i bardziej wnikliwych obserwacji związanych z poznaniem praktyk odbiorców platform streamingowych.

Bibliografia

Literatura:

Babbie Earl, *Badania Społeczne w Praktyce*, Warszawa 2003.

Borowiecki Artur, *Rozwój złożonej narracyjności w amerykańskich serialach*, „Panoptikum" 2018, nr 20.

Cui Yanqing, Chipchase Jan, Jung Younghee, *Osobista telewizja: studium jakościowe użytkowników bezporzewodowej telewizji w Korei Południowej*, [w:] Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia, red. Bielak Tomasz, Filicak Mirosław, Ptaszek Grzegorz, Warszawa 2011.

Duck Van José, *Telewizja 2.0: YouTube i narodziny nadawania domowego [homecasting]* [w:] Zmierzch telewizji? Przemiany medium. Antologia, red. Bielak Tomasz, Filicak Mirosław, Ptaszek Grzegorz, Warszawa 2011.

Godzic Wiesław, *Telewizja i jej gatunki po* „Wielkim Bracie", Kraków 2004.

Jones Elisabeth A., *Network television streaming technologies and the shifting television social sphere*, „Media in Transition 6: Stone and Papyrus, Storage and Transmission" 2009.

Junke Dawid, *Kto trzyma przed nami Czarne lustro? Lęk przed technologią w Czarnym lustrze a nowe metody produkcji i dystrybucji seriali, „Kultura współczesna"* 2018, nr 2(101).

Kisielewska Alicja, *Granice telewizyjnych światów a tożsamość kulturowa*, „IDEA – Studia nad strukturą i rozwojem pojęć filozoficznych" 2015, nr 27.

Myślak Dominika Agata, *Telewizja cyfrowa i jej cyfrowe pochodne a oczekiwania współczesnego odbiorcy*, „Media – Kultura – Komunikacja Społeczna" 2017, Tom 13, nr 1.

Sztąberek Maciej, *Platforma strumieniowa Netflix – domena VOD czy nowa forma telewizji jakościowej? Historia i sposoby dystrybucji*, „Panoptikum" 2018, nr 20.

Tuñón Jorge, *Plataformas audiovisuales digitales: ¿Pagando o pirateando en pandemia?*, Febrero 2022.

Waraksa Joanna, *Doświadczenie użytkownika w erze streamingu – analiza komparatystyczna serwisów VoD obecnych na polskim rynku*, „Dziennikarstwo i Media" 2020, nr 13.

Wayne Micheal L., *Global streaming platforms and national pay-televisionmarkets: a case study of Netflix and multi-channel providers in Israel*, „The Communication Review" 2020, tom 23, nr 1.

Winiarczyk Patrycja, *Praktyki odbiorców współczesnej telewizji*, praca magisterska wykonana w Katedrze Dziennikarstwa UMCS pod kierunkiem dra. hab. Jakuba Nowaka, prof. UMCS, Lublin 2022.

Pobrane z czasopisma Mediatizations Studies **http://mediatization.umcs.pl**
Data: 13/11/2026 07:21:04

Winiarczyk Patrycja, *Rola Netflixa we współczesnej popkulturze*, „CONSENSUS – Studenckie Zeszyty Naukowe" 2021, Wydanie specjalne.

Zawiślińska Izabela, *Chmielewska Aleksandra, Analiza rynku telewizyjnego – aspekt finansów nadawców*, „Nauki ekonomiczne" 2020, nr 32.

Netografia:

Fletcher Bevin, *Live MVPD TV loses dominance as consumers' TV home base: Hub Entertainment*, https://www.fiercevideo.com/video/live-mvpd-tv-loses-dominance-consumers-tv-home-base-hub-entertainment, 19.03.2023.

Grygiel Jakub, *Bez brytyjskiego „House of Cards", amerykańska wersja wyglądałaby zupełnie inaczej*, https://rozrywka.spidersweb.pl/house-of-cards-wersja-brytyjska, dostęp: 19.03.2023.

Kotkowski Łukasz, *Muszą nakręcić nowe sceny do Bonda, bo mu się Nokia zestarzała. Serio*, https://spidersweb.pl/2021/01/nokia-8-3-james-bond-no-time-to-die.html, dostęp: 19.03.2023.

Majchrzyk Łukasz, *Ranking serwisów VOD w Polsce (wrzesień 2022)*, https://mobirank.pl/2022/11/14/ranking-serwisow-vod-w-polsce-wrzesien-2022/, dostęp: 17.03.2023.

Moneta Michał, Streaming – *Czy telewizja I Netflix naprawdę ze sobą walczą?*, https://questus.pl/blog/streaming-walka-tv-netflix/, dostęp: 15.03.2023.

Noor Jasmine, Putri Andretha, *Netflix's decline: What Happened?*, https://cfds.fisipol.ugm.ac.id/2022/12/11/netflixs-decline-what-happened/, dostęp: 19.03.2023.

Oke Abiola, *Beasts of No Nation: The most shocking Oscars snub?*, https://edition.cnn.com/2016/01/22/africa/beasts-no-nation-oscar-snub/index.html, dostęp: 18.03.2023.

Okopień Paweł, *Źle się dzieje w Warner Bros. Discovery, chaos z HBO, TVN, Playerem w tle*, https://imagazine.pl/2022/08/16/zle-sie-dzieje-w-warner-bros-discovery-chaos-z-hbo-tvn-playerem-w-tle/, dostęp: 15.10.2022.

Siennica Adam, *The Boys - 2. sezon bojkotowany przez widzów. Jaka jest tego przyczyna?*, https://naekranie.pl/aktualnosci/the-boys-2-sezon-bojkotowany-przez-widzow-jaka-jest-tego-przyczyna-1599456844, dostęp: 16.10.2022.

Stanton Lee, *What countries can you watch Netflix in?*, https://www.alphr.com/what-countries-watch-netflix/, dostęp: 15.03.2023.

Szutiak Marian, *Discovery I WarnerMedia połączyły się w Warner Bros. Discovery*, https://www.telepolis.pl/rozrywka/wydarzenia/discovery-warnermedia-polaczenia-warner-bros-discovery, dostęp: 19.03.2023.

Top 10 Most Popular Subscription Streaming Services, https://www.alltopeverything.com/most-popular-streaming-services/, dostęp: 17.03.2023.

Tracewicz Joanna, *Tydzień z…: House of Cards już w tym tygodniu – podsumowujemy ostatnie wydarzenia*, https://rozrywka.spidersweb.pl/podsumowanie-1-sezonu-house-of-cards, dostęp: 19.03.2023.

Wawrzyn Marta, *W 2021 roku obejrzeliśmy jeszcze więcej seriali. Padł kolejny rekord – i wszystko wskazuje, że nie ostatni*, https://www.serialowa.pl/314584/seriale-2021-liczba-rekord/, dostęp: 16.10.2022.

Wróbel Jakub, *Raport Deloitte Digital media trends, 14 edycja*, https://www2.deloitte.com/pl/pl/pages/technology-media-and telecommunications/articles/raport-deloitte-digital-media-trends.html., dostęp: 24.02.2022.

Wróblewski Janusz, *Oscary 2022, czyli rozbijanie szklanego sufitu. Kto wygra, kto przegra?*, https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/2158729,1,oscary-2022-czyli-rozbijanie-szklanego-sufitu-kto-wygra-kto-przegra.read, dostęp: 16.0.2022.