

Małgorzata Kisilowska

Uniwersytet Warszawski

ORCID: 0000-0001-5733-5424

Anna Jupowicz-Ginalska

Uniwersytet Warszawski

ORCID: 0000-0002-7016-0427

Łukasz Szurmiński

Uniwersytet Warszawski

ORCID: 0000-0002-2918-6502

***Binge watching* – definiowanie fenomenu na podstawie przeglądu literatury przedmiotu**

Streszczenie

Celem przedstawionego w tym artykule badania jest pokazanie różnic i ewolucji w sposobie definiowania fenomenu *binge watching* w kontekście perspektyw i problemów badawczych podejmowanych przez badaczy. Na podstawie pogłębionej analizy literatury przedmiotu, obejmującej 125 publikacji za lata 2014–2021, wyodrębniono dominujący w tekstach sposób definiowania tego terminu. Opisano również ewolucję jego interpretacji, wynikającą z rozwoju wiedzy dotyczącej motywów, sposobów i efektów bingowania, a na końcu zaproponowano własną definicję zjawiska.

Słowa kluczowe: *binge watching, binge viewing, marathon viewing, media marathoning.*

***Binge watching* – defining the phenomenon based on a literature review**

Abstract

The aim of the study is to discuss differences in defining the phenomenon of binge watching, and evolution of this process, considering research perspectives and problems explored by the authors. The in-depth literature analysis of 125 academic publications for the years 2014–2021 revealed the definition most often applied in the studies. Evolution of the interpretation of the binge watching term is also offered, related to increase of knowledge of motives, modes, and effects of binging, and finally, a proprietary definition of the phenomenon was proposed.

Keywords: *binge watching, binge viewing, marathon viewing, media marathoning.*

Wprowadzenie

Określenie *binge watching* (dalej: BW) pojawiło się w latach 80. XX wieku, kiedy to niektóre stacje telewizyjne zaczęły udostępniać swoje seriale w trybie „maratonowym”, to znaczy wiele odcinków na raz¹. Zjawisko upowszechniło się wraz z rozwojem sektora usług streamingowych i VOD, w ramach których oferowano kompletne sezony nowych produkcji (np. serialu *House of Cards* na Netfliksie w 2013 r.). Ten przełomowy sposób emisji treści błyskawicznie zyskał wielu fanów. Uwolnił ich od linearności ramówek TV, umożliwiając dopasowanie medialnej oferty do ich oczekiwań, między innymi komfortu korzystania z mediów w dowolnym miejscu, czasie i zakresie. Wspomniane rozwiązanie Netfliksa szybko znalazło naśladowców. W kolejnych latach sięgnęli po nie inni dostawcy VOD, co przyczyniło się do upowszechnienia BW – także w Polsce (w 2019 r. „bingowało” 36% Polaków²). Fenomen na stałe wpisał się w medialny pejzaż XXI wieku, a jako nowy sposób konsumpcji środków przekazu stał się przedmiotem interdyscyplinarnych badań naukowych, próbujących go definiować, klasyfikować, analizować jego przyczyny i skutki. Jak się okazało, nie były to zadania proste, gdyż BW od początku cechowały wieloznaczność i różnice interpretacyjne.

W artykule podjęto próbę opisanie akademickiego podejścia do BW z wykorzystaniem przeglądu literatury przedmiotu. Po przedstawieniu założeń metodologicznych, przeprowadzono jakościową analizę formalną danych, koncentrując się głównie na dotychczasowym definiowaniu BW.

Metodologia i procedura badawcza

Głównym celem badań było omówienie naukowego postrzegania, w tym definiowania BW. Obrane podejście metodologiczne rzutowało na realizację procesu badawczego. Przyjęliśmy, że skoro dane do analizy empirycznej zostaną pozyskane na podstawie przeglądu literatury przedmiotu, to pytania badawcze należy postawić na początku tego procesu (nie zaś, zwyczajowo, po dokonaniu przeglądu i określeniu wynikających zeń luk badawczych). Zaciekało nas: PB1) czy tematyka BW jest popularnym wątkiem badawczym?; PB2) czy badacze podają definicję BW (jeśli tak, to jaką: własną czy zapożyczoną)?; PB3) jakie cechy BW najbardziej przykuwają uwagę badaczy?; PB4) czy pojawiające się definicje wiążą się z zakresem realizowanych badań?; PB5) ile i jakich definicji BW pojawia się w literaturze i jak uzasadnia się wprowadzanie nowych objaśnień zjawiska?

Dobór próbki badawczej, składającej się z prac badawczych o BW, przeprowadziliśmy za pomocą techniki kuli śnieżnej.

¹ A. Watson, *Binge-viewing in the U.S. – statistics & facts*, <https://www.statista.com/topics/2508/binge-watching-in-the-us/> (dostęp: 9.02.2022).

² T. Gardziński, *Nie czuj się winny, jeśli weekend spędzisz na oglądaniu seriali odcinek za odcinkiem. Robi tak co trzeci Polak*, <https://spidersweb.pl/rozrywka/2019/01/25/binge-watching-w-polsce-badanie-seriale> (dostęp: 9.02.2022).

W pierwszym etapie skorzystaliśmy z bazy Web of Science Core Collection, stosując frazę wyszukiwawczą: „<binge watching> or <binge-watching> or <media marathoning>”. Następnie skorzystaliśmy z bibliografii załącznikowych pozyskanych tekstów, poszerzając poszukiwania o inne źródła.

Proces selekcji publikacji trwał między 03.2021–01.2022. W ten sposób uzyskaliśmy 140 tekstów: poddaliśmy je ocenie formalnej (m.in. sprawdzając, czy zagregowane materiały były recenzowane i stricte naukowe). Okazało się, że 15 opracowań nie spełnia tych kryteriów, w związku z tym w dalszej pracy skupiliśmy na 125 publikacjach.

Analiza danych

Część empiryczną tekstu otwiera wątek BW jako przedmiotu badań naukowych. Potem odnosimy się do kontekstu interpretacyjnego tego terminu, a na końcu sięgamy po szczegółową charakterystykę jego definiowania według częstotliwości występowania wyodrębnionych cech.

BW jako wątek badawczy

Temat BW najczęściej pojawia się w artykułach w naukowych czasopismach międzynarodowych (68) lub, rzadziej, w krajowych, ale za to powszechnie dostępnych w języku angielskim (5). Widać też, że z upływem lat łączna liczba publikacji rośnie, co dowodzi rosnącego zainteresowania tą problematyką wśród badaczy (tabela 1).

Tabela 1. Typy publikacji o BW (2014–2021)

Rok/forma publikacji	Artykuł – czasopismo recenzowane	Artykuł – materiały konferencyjne	Rozdział w monografii	Monografia	Inne (np. preprinty, doktoraty)	Łącznie
2014	1	1	–	–	–	2
2015	1	–	–	–	–	1
2016	5	1	2	–	–	8
2017	12	1	–	–	–	13
2018	17	1	–	–	–	18
2019	30	1	–	1	2	34
2020	24	–	1	–	2	27
2021	22	–	–	–	–	22
razem	112	5	3	1	4	125

Źródło: opracowanie własne.

Większość publikacji mieści się w obszarach psychologii, komunikologii i medioznawstwa. Trzeba jednak podkreślić, że już na tym etapie trudno o jednoznaczność, ponieważ prym wiodą badania interdyscyplinarne, łączące BW z na przykład psychologią mediów/komunikacji, nowoczesnymi technologiami, marketingiem, naukami o zdrowiu, filmoznawstwem, a nawet systemami informacyjnymi i tak zwaną *human-computer interaction*.

Definiowanie BW

Binge to po angielsku „nadmiarowość”. Badacze³ sięgają tu po analogię do „obżerania się”, „opilstwa” i innych form przesadnej konsumpcji. Zatem „binge watchera”, czyli kogoś, kto „binguje”, traktuje się jako osobę „nadużywającą”, w tym przypadku treści audiowizualnych. Trzeba jednak zaznaczyć, że BW nie jest synonimem uzależnienia⁴, a aktywnością o zamkniętej perspektywie, mającą przewidywalny koniec. Według Mareike Jenner⁵ BW – mimo etymologicznego związku z zachowaniami niezdrowymi – to „nadużycie” społecznie akceptowane, wykorzystywane przez media do upowszechniania ich ofert, zwłaszcza seriali. Jenner⁶ zastanawia się też, czy BW odnosi się do wcześniejszych praktyk oglądania telewizji linearnej, czy może jednak jest nowym sposobem konsumpcji treści audiowizualnych.

Problemy ze spójnym omówieniem fenomenu podnosi większość badaczy⁷. Na podstawie przeglądu dotychczasowych objaśnień terminu wyodrębniliśmy kategorie definicji różnicujące naukowe interpretacje zjawiska. Zgodnie z nimi BW może być rozumiane jako:

- jednostka obliczeniowa, tj. czas lub liczba odcinków oglądanych w jednym ciągu, będąca podstawą uznania takiego „seansu” za bingowanie;
- rodzaj/gatunek oglądanego materiału audiowizualnego i jego sekwencyjność;
- indywidualne decyzje widzów;
- zanurzenie w narrację.

Analiza zebranego materiału źródłowego wykazała, że definicje BW – własne lub powielane za innymi autorami – podano w 100 tekstach.

W tabeli 2 zaprezentowano ilościowy rozkład typów definicji, natomiast wyniki dla poszczególnych elementów nie sumują się do ogólnej liczby tekstów, ponieważ niektóre kategorie (np. indywidualne decyzje, zanurzenie w narrację) są łączone z cechami formalnymi (np. jednostką obliczeniową). Jak widać, indywidualne decyzje

³ Zob. np. A.A.A.M. Ahmed, *New era of TV-watching behavior: Binge watching and its psychological effects*, „Media Watch” 2017, Vol. 8, No. 2, s. 192–207; R. Devasagayam, *Media bingeing: A qualitative study of psychological influences [w:] Once Retro Now Novel Again: 2014 Annual Spring Conference Proceedings of the Marketing Management Association*, 2014, s. 40–44, <http://www.mmaglobal.org/publications/Proceedings/2014-MMA-Spring-Conference-Proceedings.pdf> (dostęp: 9.02.2022); M. Jenner, *Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom*, „International Journal of Cultural Studies” 2017, Vol. 20, No. 3, s. 304–320; S. Panda, S.C. Pandey, *Binge watching and college students: motivations and outcomes*, „Young Consumers” 2017, Vol. 18, No. 4, s. 425–438; R. Pierce-Grove, *Just one more: How journalists frame binge watching*, „First Monday” 2017, Vol. 22, No. 1; M. Pittman, K. Sheehan, *Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix*, „First Monday” 2015, Vol. 20, No. 10.

⁴ Zob. np. R. Pierce-Grove, *Just one more...*

⁵ M. Jenner, *Binge-watching...*

⁶ *Ibidem*.

⁷ Zob. np. Y.H. Sung, E.Y. Kang, W.N. Lee, *Why do we indulge? Exploring motivations for binge watching*, „Journal of Broadcasting & Electronic Media” 2018, Vol. 62, No. 3, s. 408–426.

i zanurzenie w narrację pojawiają się w definicjach rzadko. Trzeba jednak zaznaczyć, że z biegiem czasu badacze coraz częściej odnoszą się do tych wątków jako motywów bądź konsekwencji BW.

Tabela 2. Sposoby definiowania BW (2014–2021)

Kategoria/rok	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Łącznie
Publikacje w danym roku (n =)	2	1	8	13	18	34	27	22	125
Obecność definicji	–	1	6	11	15	26	24	16	100
Jednostka obliczeniowa: liczba odcinków	–	1	6	7	9	23	19	15	81
Jednostka obliczeniowa: czas	–	–	–	1	3	2	2	–	8
Jednostka obliczeniowa: mieszana (odcinek lub czas)	–	–	–	1	2	1	1	1	6
Indywidualne decyzje widzów	–	–	–	3	6	7	3	4	23
Zanurzenie w narrację	–	–	–	1	3	3	2	–	9

Źródło: opracowanie własne.

BW jako jednostka obliczeniowa

Seanse BW są mierzone liczbą odcinków lub ilością poświęcanego na nie czasu, przy czym w literaturze dominuje ten pierwszy sposób: w 81 na 100 definicji za czynnik definiujący uznano liczbę odcinków, w ośmiu – większą ilość czasu poświęcanego na oglądanie, a w sześciu dopuszczono możliwość spełnienia jednego z tych warunków. Co ważne, badacze nie są zgodni również w ramach pierwszej z tych kategorii. Definicje mówią o konsumpcji „więcej niż jednego odcinka TV show w krótkim czasie”⁸, przez dwa–trzy odcinki oglądane po kolei⁹ lub więcej niż dwa odcinki¹⁰, aż do najpopularniejszej wersji – trzy odcinki lub więcej podczas jednego seansu¹¹. Jongsu

⁸ J. Merikivi, A. Salovaara, M. Mäntymäki, L. Zhang, *On the way to understanding binge watching behavior: the over-estimated role of involvement*, „Electronic Markets” 2018, Vol. 28, No. 1, s. 111–122.

⁹ M. Jenner, *Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching*, „New Media & Society” 2016, Vol. 18, No. 2, s. 257–273.

¹⁰ L. Mikos, *Digital media platforms and the use of TV content: Binge watching and video-on-demand in Germany*, „Media and Communication” 2016, Vol. 4, No. 3, s. 154–161; E. Walton-Pattison, S.U. Dombrowski, J. Presseau, *‘Just one more episode’: Frequency and theoretical correlates of television binge watching*, „Journal of Health Psychology” 2018, Vol. 23, No. 1, s. 17–24.

¹¹ S.E. Erickson, S. Dal Cin, H. Byl, *An experimental examination of binge watching and narrative engagement*, „Social Sciences” 2019, Vol. 8, No. 1, s. 19; J.C. Horvath, A.J. Horton, J.M. Lodge, J.A. Hattie, *The impact of binge watching on memory and perceived comprehension*, „First Monday” 2017, Vol. 22, No. 9; K. Merrill Jr, B. Rubenking, *Go long or go often: Influences on binge watching frequency and duration among college students*, „Social Sciences” 2019, Vol. 8, No. 1, s. 10; M. Pittman, E. Steiner, *Transportation or narrative completion? Attention during binge-watching moderates regret*, „Social Sciences” 2019, Vol. 8, No. 3, s. 99; C. Kilian, K.L. Bröckel, R. Overmeyer, R. Dieterich, T. Endrass, *Neural correlates of response inhibition and performance monitoring in binge watching*, „International Journal of Psychophysiology” 2020, No. 158, s. 1–8; J. Ducasse, M. Kljun, N.T. Attygalle, K.C. Pucihar, *Interactive web*

Yoo, Jieon Lee i Daeho Lee¹² poza liczbą odcinków podają jeszcze częstotliwość, opisując BW jako „oglądanie więcej niż 2 odcinków tego samego programu TV podczas jednej sesji częściej niż dwa razy w tygodniu”. Z kolei Carol L. Jarzyna¹³ dopuszcza w definicji „możliwość obejrzenia całego sezonu serialu za jednym, wielogodzinnym posiedzeniem”. Istnieje też ujęcie proponujące górną granicę oglądanych odcinków: od dwóch do sześciu¹⁴. Bardziej popularna¹⁵ jest uogólniona, otwarta wersja definicji, według której BW to praktyka oglądania wielu odcinków programu telewizyjnego po kolei, zazwyczaj z nośnika DVD lub streamingu¹⁶. Powszechność tego objaśnienia

documentaries: A case study of video viewing behaviour on iOtok, „International Journal of Human-Computer Interaction” 2021, Vol. 38, No. 10, s. 1–24.

¹² J. Yoo, J. Lee, D. Lee, *A verification of motivations for over-the-top binge and short viewing of audio-visual content*, „New Review of Hypermedia and Multimedia” 2020, Vol. 26, No. 3–4, s. 1–30.

¹³ C.L. Jarzyna, *Parasocial interaction, the COVID-19 quarantine, and digital age media*, „Human Arenas” 2021, Vol. 4, No. 3, s. 413–429.

¹⁴ P. Boca, *Good things come to those who binge: An exploration of binge-watching related behavior*, „Journal of Media Research-Revista de Studii Media” 2019, Vol. 12, No. 34, s. 5–31; J.C.R. Da Costa, *Binge-watching: Self-care or self-harm? Understanding the health subjectivities of binge-watchers*, „Journal of Health Psychology” 2021, Vol. 26, No. 9, s. 1420–1432; R. Tukachinsky, K. Eyal, *The psychology of marathon television viewing: Antecedents and viewer involvement*, „Mass Communication and Society” 2016, Vol. 21, No. 3, s. 275–295.

¹⁵ Zob. np. A.A.A. Ahmed, *New era of TV-watching behavior...*; L. Conlin, A. Billings, L. Auverset, *Time-shifting vs. appointment viewing: The role of fear of missing out within TV consumption behaviors*, „Communication & Society” 2016, Vol. 29, No. 4, s. 151–164; T.J. Billard, *Experimental evidence for differences in the prosocial effects of binge-watched versus appointment-viewed television programs*, „Journalism & Mass Communication Quarterly” 2019, Vol. 96, No. 4, s. 1025–1051; L. Exelmans, J. Van den Bulck, *Binge viewing, sleep, and the role of pre-sleep arousal*, „Journal of Clinical Sleep Medicine” 2017, Vol. 13, No. 8, s. 1001–1008; M. Flayelle, P. Maurage, J. Billieux, *Toward a qualitative understanding of binge-watching behaviors: A focus group approach*, „Journal of Behavioral Addictions” 2017, Vol. 6, No. 4, s. 457–471; M. Flayelle, P. Maurage, L. Karila, C. Vögele, J. Billieux, *Overcoming the unitary exploration of binge-watching: A cluster analytical approach*, „Journal of Behavioral Addictions” 2019, Vol. 8, No. 3, s. 586–602; V.C. Granow, L. Reinecke, M. Ziegele, *Binge-watching and psychological well-being: Media use between lack of control and perceived autonomy*, „Communication Research Reports” 2018, Vol. 35, No. 5, s. 392–401; S. Panda, S.C. Pandey, *Binge watching and college students...*; M. Pittman, K. Sheehan, *Sprinting a media marathon...*; M. Pittman, E. Steiner, *Transportation or narrative completion...*; K. Riddle, A. Peebles, C. Davis, F. Xu, E. Schroeder, *The addictive potential of television binge watching: Comparing intentional and unintentional binges*, „Psychology of Popular Media Culture” 2018, Vol. 7, No. 4, s. 589; M. Samuel, *Time wasting and the contemporary television-viewing experience*, „University of Toronto Quarterly” 2017, Vol. 86, No. 4, s. 78–89; H. Shim, K.J. Kim, *An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences*, „Computers in Human Behavior” 2018, No. 82, s. 94–100; Y.H. Sung, E.Y. Kang, W.N. Lee, *Why do we indulge...*; D. Yenğın, Ö. Knay, *Transformation of leisure time in new media: binge watch*, „The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication” 2017, Vol. 7, No. 1, s. 1–29; T.J. Mowen, A. Heitkamp, *The anxiety of the pandemic: Binge-watching, splurging, sexting, hooking up, and masturbating among college students*, „Deviant Behavior” 2021, s. 1–19.

¹⁶ Oxford Dictionaries, https://www.lexico.com/definition/binge_watching (dostęp: 5.02.2020).

może wynikać z jego usankcjonowania przez „Oxford Dictionaries”¹⁷ i faktu, że badacze w swoich pracach powołują się na to źródło.

Definicje oparte na ilości czasu poświęcanego na oglądanie także się różnią. Niektórzy autorzy uważają, że są to co najmniej trzy godziny¹⁸, a inni¹⁹ piszą miękko o oglądaniu „przez dłuższy czas” lub „długich okresach oglądania”²⁰.

W literaturze są proponowane też definicje mieszane, łączące ujęcie odcinkowe i czasowe. Mówi się na przykład o „intensywnym odbiorze mediów” w granicach minimum dwóch–trzech odcinków lub co najmniej godziny oglądania tego samego serialu za jednym razem²¹, o „pewnym czasie lub liczbie odcinków”²², o oglądaniu wielu odcinków przez „znaczącą ilość czasu (...) często dłużej niż 2 lub 4 godziny”²³, o obejrzeniu co najmniej jednego sezonu w czasie nie dłuższym niż tydzień, ewentualnie trzech lub więcej odcinków tego samego serialu w analogicznym czasie²⁴ albo o „intensywnym i ciągłym oglądaniu kilku odcinków jednego serialu TV”²⁵. Wyróżniono także trzy typy bingeowania, w zależności od liczby oglądanych odcinków: *hyper-binge* (powyżej 7), *binge* – trzy–siedem odcinków, *regular* – jeden–dwa odcinki (tzw. zwyczajne oglądanie)²⁶.

Niektórzy autorzy decydują się na przeniesienie punktu ciężkości na ilość czasu spędzanego przed ekranem, tj. poświęceniu weekendu na nowy serial²⁷, obejrzeniu

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ J.C. Horvath, A.J. Horton, J.M. Lodge, J.A. Hattie, *The impact of binge watching...*; T.J. Billard, *Experimental Evidence for Differences...*

¹⁹ S. Jones, J. Cronin, M.G. Piacentini, *Mapping the extended frontiers of escapism: binge-watching and hyperdiegetic exploration*, „Journal of Marketing Management” 2018, Vol. 34, No. 5–6, s. 497–508; V. Rangarajan, A. Forman, *Binge watching leading to deep vein thrombosis and pulmonary embolism*, „Annals of Clinical Case Reports” 2019, Vol. 4, s. 1734.

²⁰ B. Rubenking, C.C. Bracken, *Binge-watching: A suspenseful, emotional, habit*, „Communication Research Reports” 2018, Vol. 35, No. 5, s. 381–391.

²¹ S. Panda, S.C. Pandey, *Binge watching and college students...*

²² J.M. Vaterlaus, L.A. Spruance, K. Frantz, J.S. Kruger, *College student television binge watching: Conceptualization, gratifications, and perceived consequences*, „The Social Science Journal” 2019, Vol. 56, No. 4, s. 470–479.

²³ B. Rubenking, C.C. Bracken, J. Sandoval, A. Rister, *Defining new viewing behaviours: What makes and motivates TV binge-watching?* „International Journal of Digital Television” 2018, Vol. 9, No. 1, s. 69–85.

²⁴ L.G. Perks, *Media marathoning and health coping*, „Communication Studies” 2019, Vol. 70, No. 1, s. 19–35; L.G. Perks, *Media marathoning through health struggles: Filling a social reservoir*, „Journal of Communication Inquiry” 2019, Vol. 43, No. 3, s. 313–332.

²⁵ G. Forte, F. Favieri, D. Tedeschi, M. Casagrande, *Binge-Watching: Development and validation of the binge-watching addiction questionnaire*, „Behavioral Sciences” 2021, Vol. 11, No. 2, s. 27.

²⁶ W. Trouleau, A. Ashkan, W. Ding, B. Eriksson, *Just one more: Modeling binge watching behavior [w:] Proceedings of the 22nd ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, 2016, s. 1215–1224.

²⁷ S.Ch. Biesen, *Binge-watching 'Noir' at home: reimagining cinematic reception and distribution via Netflix [w:] The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, red. K. McDonald, D. Smith-Rowsey, Bloomsbury, New York–London 2016, s. 129–142.

sezonu w ciągu tygodnia²⁸ lub sezonu albo serialu w sposób nieprzerwany przez długi (ale rzadko dookreślony) czas²⁹. Pojawiają się także definicje opisujące BW jako konsumpcję sezonu lub serialu w relatywnie krótkim czasie, przy czym chodzi tu intensywny odbiór dużej ilości treści w krótkim okresie³⁰. Badacze odnoszą się jeszcze do długich okresów skoncentrowanego, świadomego oglądania sekwencyjnych treści telewizyjnych, szacując „znaczącą ilość czasu” poświęconego na oglądanie na więcej niż trzy lub cztery godziny³¹.

Vaterlaus ze współpracownikami³² zapytali studentów o ich sposób definiowania BW. Większość uznała, że jest nim długie oglądanie telewizji (ponad 4,5 h, czyli właściwie cały wolny czas, jakim dysponuje student). Mniej liczna grupa zdefiniowała BW przez pryzmat liczby odcinków (co najmniej trzy) lub filmów obejrzanym za jednym posiedzeniem.

Część autorów³³ wprost zwracała uwagę na różnice w definiowaniu BW odnośnie do liczby, długości odcinków i oglądanego materiału (Czy są to wyłącznie seriale? Czy chodzi o oglądanie jednego tytułu, czy jednak różnych podczas seansu?). Problem ten ma podłoże społeczno-kulturowe: widzowie mogą uważać się (lub nie) za „binge watcherów”, oglądając różną liczbę odcinków tego samego serialu albo spędzając różną ilość czasu przed ekranem, zależnie od swoich możliwości. Te z kolei wynikają z ich aktualnej życiowej sytuacji, przede wszystkim dostępności czasu wolnego oraz środków na uzyskanie dostępu do treści. Mogą też zmieniać się zależnie od pory roku czy dnia tygodnia.

Matthew Pittman i Emil Steiner³⁴ wprowadzili dodatkowe rozróżnienie na *cringe-watching* i *feast-watching*. Ten pierwszy opisali jako sposób konsumpcji mediów typu SAD (ang. *Solo-Accidental-Distracted*): indywidualny (samotne oglądanie treści, bez zamiaru rozmawiania o tym doświadczeniu z innymi), przypadkowy (bez wcześniejszego

²⁸ M. Pittman, E. Steiner, *Transportation or narrative completion...*

²⁹ Z. Snider, *The cognitive psychological effects of binge-watching* [w:] *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, red. K. McDonald, D. Smith-Rowsey, Bloomsbury Publishing, London 2016, s. 117–128; S. Jones, J. Cronin, M.G. Piacentini, *Mapping the extended frontiers of escapism: binge-watching and hyperdiegetic exploration*, „Journal of Marketing Management” 2018, Vol. 34, No. 5–6, s. 497–508; H. Shim, S. Lim, E.E. Jung, E. Shin, *I hate binge-watching but I can't help doing it: The moderating effect of immediate gratification and need for cognition on binge-watching attitude-behavior relation*, „Telematics and Informatics” 2018, Vol. 35, No. 7, s. 1971–1979.

³⁰ A.C. Tefertiller, L.C. Maxwell, *Depression, emotional states, and the experience of binge-watching narrative television*, „Atlantic Journal of Communication” 2018, Vol. 26, No. 5, s. 278–290.

³¹ B. Rubenking, C.C. Bracken, *Binge-watching...*; B. Rubenking, C.C. Bracken, J. Sandoval, A. Rister, *Defining new viewing behaviours...*

³² J.M. Vaterlaus, L.A. Spruance, K. Frantz, J.S. Kruger, *College student television binge watching...*

³³ Zob. np. J. Starosta, B. Izydorczyk, S. Lizyńczyk, *Characteristics of people's binge-watching behavior in the "entering into early adulthood" period of life*, „Health Psychology Report” 2019, Vol. 7, No. 2, s. 149–164; W. Trouleau, A. Ashkan, W. Ding, B. Eriksson, *Just one more...*

³⁴ M. Pittman, E. Steiner, *Distinguishing feast-watching from cringe-watching: Planned, social, and attentive binge-watching predicts increased well-being and decreased regret*, „Convergence” 2021, Vol. 27, No. 5, s. 1507–1524.

planu ani zastanowienia, gdzie motywacje widza mogą nie mieć wpływu na wybór treści) oraz rozproszony (uwaga widza jest rozproszona, np. multiscreeningiem lub multitaskingiem, co powoduje, że nie uzyskuje on spodziewanej gratyfikacji). Z kolei *feast-watching* to konsumpcja mediów typu PSA (ang. *Planned-Social-Attentive*). BW jest tu zaplanowane, społeczne (wspólne oglądanie, dyskusja) i uważne (widz jest skoncentrowany na treści i na tym, by osiągnąć zaplanowany cel – relaks, dokończenie/obejrzenie całości serii, oderwanie od rzeczywistości, włączenie społeczne/kulturalne).

Rodzaj/gatunek oglądanego programu oraz jego sekwencyjność

Ważną kwestią w definiowaniu BW jest jego przedmiot, czyli to, co jest oglądane (tabela 3). Jak widać, bingowane są głównie seriale, potem pojawiają się odcinki (które de facto też są częściami dłuższych całości).

Tabela 3. Przedmiot BW (2014–2021)

Rodzaj/typ oglądanego materiału	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Łącznie
Publikacje w danym roku (n =)	2	1	8	13	18	34	27	22	125
Seria, serial, cykl	–	–	2	6	7	11	10	3	39
Epizody/odcinki	–	–	1	1	2	4	5	13	26
TV show	–	–	1	1	6	3	5	–	16
Program/programowanie	–	1	–	2	–	2	1	1	7
TV/TV jakościowa	–	–	1	1	–	1	–	–	3
Treści TV	–	–	–	1	1	1	–	–	3
Treści audio–wideo, treści online	–	–	–	–	–	1	1	–	2
Produkcja	–	–	–	–	–	1	–	–	1
Rozrywka oparta na ekranach	–	–	–	–	–	–	1	–	1
Czas ekranowy	–	–	–	–	–	–	–	1	1

Źródło: opracowanie własne.

Cechą dystynktywną oglądanego materiału jest sekwencyjność³⁵, a więc oglądanie kolejnych części/odcinków w jednej sesji lub tego samego serialu (jego sezonie/całości)³⁶. David Schweidel i Wendy W. Moe³⁷ twierdzili przy tym, że sekwencyjność

³⁵ Zob. np. V.C. Granow, R. Reinecke, M. Ziegele, *Binge-watching and psychological well-being...*; R. Pierce-Grove, *Just one more...*; B. Rubenking, C.C. Bracken, *Binge-watching...*; D.A. Schweidel, W.W. Moe, *Binge watching and advertising*, „Journal of Marketing” 2016, Vol. 80, No. 5, s. 1–19; H. Shim, S. Lim, E.E. Jung, E. Shin, *I hate binge-watching...*; R. Dieterich, V. Wüllhorst, J. Berghäuser, R. Overmeyer, T. Endrass, *Electrocortical correlates of impaired motor inhibition and outcome processing are related in high binge-watching*, „Psychophysiology” 2021, Vol. 58, No. 6, e13814.

³⁶ S.Ch. Biesen, *Binge-watching ‘Noir’ at home...*; S. Jones, J. Cronin, M.G. Piacentini, *Mapping the extended frontiers of escapism...*; Z. Snider, *The cognitive psychological effects...*; A.C. Tefertiller, L.C. Maxwell, *Depression, emotional states, and the experience...*; A. Viens, K.M. Farrar, *Conceptualizing and measuring binge watching*, „Communication Studies” 2021, Vol. 72, No. 3, s. 1–18.

³⁷ D.A. Schweidel, W.W. Moe, *Binge watching and advertising...*

i serialowość odróżniają BW od nadmiernego, niekontrolowanego oglądania telewizji, niezależnie od jej oferty programowej.

W „seryjnej” kategorii mieszczą się nie tylko seriale fabularne. Jednostkowo badacze wspominają o serialach dokumentalnych czy innych programach udostępnianych całymi sezonami³⁸. W tym zakresie kategoria ta może nachodzić na drugą pod względem częstotliwości wymieniania, tj. „TV show”: programu telewizyjnego o niesprecyzowanym gatunku czy treści. Kilkakrotnie posługiwano się również określeniami, takimi jak program, TV program lub programowanie – również po to, by do bingowanych treści można było wliczać materiały inne niż „klasyczne” seriale.

Wśród stosowanych określeń pojawiają się również „TV/TV jakościowa” czy „treści TV”. Jak jednak widać, wzmianki te są sporadyczne i dotyczą tekstów z lat 2016–2019, czyli początkowego okresu formułowania definicji. Jednocześnie można zaobserwować odchodzenie od członu „TV” w proponowanej terminologii BW, co wiąże się ze stałym odplywem widzów klasycznej telewizji i zmianami nomenklatury naukowej, odzwierciedlającymi ewolucję odbioru treści audiowizualnych.

Jednostkowo w literaturze pojawiły się określenia „produkcja”, „rozrywka oparta na ekranach”, „czas ekranowy” czy „treści audio-wideo”³⁹. Także i one mogą ilustrować zmniejszanie się udziału klasycznej telewizji w konsumpcji mediów audiowizualnych, przy jednoczesnym zwróceniu uwagi na różnorodność rozrywkowej oferty audiowizualnej.

Badacze zwracają jeszcze uwagę na jakość materiału – powinny to być programy wysoko oceniane; takie, które „należy znać”⁴⁰. Dominuje przekonanie, że BW dotyczy wysokiej jakości seriali⁴¹ – a nie dowolnego gatunku produkcji telewizyjnej czy audiowizualnej. Taki „dobry serial” szybko zyskuje na popularności, jest przedmiotem dyskusji, wymaga skupienia, a przez to zaplanowania odpowiedniego czasu na oglądanie⁴².

Indywidualne decyzje widzów

W BW każdy widz sam decyduje o tym, co, kiedy, jak, gdzie i na jakim urządzeniu ogląda. Jest to ważna cecha dla autorów 23 publikacji poczynwszy od 2017 roku (tabela 2). Do jej popularyzacji przyczyniła się technologia, uwalniająca użytkowników od linearnej ramówki TV i ograniczeń w jej konsumowaniu. Obecnie treści można

³⁸ Np. M. Ameri, E. Honka, Y. Xie, *Binge-Watching and Media Franchise Engagement*, „UCLA Anderson Review” 2019, https://anderson-review.ucla.edu/wp-content/uploads/2021/03/Ameri-Honka-Xie_SSRN-id2986395.pdf (dostęp: 26.01.2022); S.E. Erickson, S. Dal Cin, H. Byl, *An experimental examination of binge watching...*, s. 19.

³⁹ Np. S. Gänßle, P. Kunz-Kaltenhaeuser, *What drives binge-watching? An economic theory and analysis of impact factors. An Economic Theory and Analysis of Impact Factors*, „Ilmenau Economics Discussion Papers” 2020, No. 26, Vol. 138.

⁴⁰ Np. M. Jenner, *Binge-watching...*, s. 304–320.

⁴¹ Np. M. Flayelle, P. Muraige, L. Karila, C. Vögele, J. Billieux, *Overcoming the unitary exploration of binge-watching...*; R. Pierce-Grove, *Just one more...*; J.M. Vaterlaus, L.A. Spruance, K. Frantz, J.S. Kruger, *College student television binge watching...*

⁴² J.M. Vaterlaus, L.A. Spruance, K. Frantz, J.S. Kruger, *College student television binge watching...*

odbierać stacjonarnie i mobilnie, samodzielnie i w towarzystwie, w formule oglądania skupionego, zamierzonego i sekwencyjnego⁴³ albo konsumowania wielu odcinków tego samego programu lub serialu podczas jednej sesji, ale z różnym poziomem intencjonalności⁴⁴.

Karyn Riddle ze współpracownikami⁴⁵ piszą o BW intencjonalnym (widz świadomie decyduje o spędzeniu dłuższego czasu na oglądaniu konkretnego tytułu, w konkretnym miejscu) i nieintencjonalnym (widz bez wcześniejszego zamiaru ogląda kolejne odcinki tej samej produkcji). Celowość lub jej brak należą także do cech różniących wspomniane wcześniej typy *cringe-* i *feast-watching*⁴⁶.

Częstym wątkiem jest też pokonanie ograniczeń formalnych jako aspekt wolności BW⁴⁷. Chodzi naturalnie o możliwość wyboru produkcji, czasu i miejsca jej oglądania, a więc wyjście poza korzystanie z tradycyjnego programu TV. Piszę się więc na przykład o luksusie korzystania z wolnego czasu i dostępności dobrej jakościowo telewizji⁴⁸, swobodzie dysponowania czasem⁴⁹, o uwolnieniu użytkowników i nadaniu im nowych uprawnień, przede wszystkim do wyboru oglądanych treści i okoliczności ich oglądania⁵⁰. Tę ostatnią myśl rozwija termin *self-determined viewing*, oznaczający sytuację, w której to widz decyduje o oglądaniu (nawet) wszystkich odcinków na raz, bez ograniczenia formalnymi wymogami programu TV⁵¹. Niektórzy badacze⁵² piszą wręcz o „pełnej kontroli” odbiorców nad sposobami konsumpcji treści audiowizualnych. Mareike Jenner⁵³ zwraca uwagę, że to użytkownik określa tempo (jak długo, jak często)

⁴³ B. Rubenking, C.C. Bracken, *Binge-watching...*

⁴⁴ A. Viens, K.M. Farrar, *Conceptualizing and measuring binge watching...*

⁴⁵ K. Riddle, A. Peebles, C. Davis, F. Xu, E. Schroeder, *The addictive potential of television binge watching...*

⁴⁶ M. Pittman, E. Steiner, *Distinguishing feast-watching from cringe-watching...*

⁴⁷ Zob. np. M. Jenner, *Binge-watching...*; K. Merrill Jr, B. Rubenking, *Go Long or Go Often...*; B. Rubenking, C.C. Bracken, J. Sandoval, A. Rister, *Defining new viewing behaviours...*; H. Shim, S. Lim, E.E. Jung, E. Shin, *I hate binge-watching...*; J. Starosta, B. Izydorczyk, S. Lizyńczyk, *Characteristics of people's binge-watching behavior...*; H. Gangadharbatla, C. Ackerman, A. Bamford, *Antecedents and consequences of binge-watching for college students*, „First Monday” 2019, Vol. 24, No. 12; N. Alexander, *From Spectatorship to “Survivorship” in Five Critical Propositions*, „Film Quarterly” 2021, Vol. 75, No. 1, s. 52–57; J. Ducasse, M. Kljun, N.T. Attygalle, K.Č. Pucihar, *Interactive Web Documentaries...*

⁴⁸ M. Jenner, *Binge-watching...*

⁴⁹ J. Lu, U. Karmarkar, V. Venkatraman, *Planning to binge: How consumers choose to allocate media viewing time*, SSRN 3493755, 2019.

⁵⁰ P. Boca, *Binge-watchers. Behavior patterns and emotions*, „Studia Universitatis Babeş-Bolyai-Ephemerides” 2017, Vol. 62, No. 2, s. 5–27.

⁵¹ T. Horeck, M. Jenner, T. Kendall, *On binge-watching: Nine critical propositions*, „Critical Studies in Television” 2018, Vol. 13, No. 4, s. 499–504; F.A. Sobral, *Traditional television, millennials and binge-watching-from television viewer to digital user*, „International E-Journal of Advances in Social Sciences” 2019, Vol. 5, No. 14, s. 497–505.

⁵² R. Susanno, R. Phedra, I.A. Murwani, *The determinant factors of the intention to spend more time binge-watching for Netflix subscriber in Jakarta*, „Journal of Research in Marketing” 2019, Vol. 10, No. 3, s. 807–812.

⁵³ M. Jenner, *Control Issues: Binge-watching, channel-surfing and cultural value*, „Participations: Journal of Audience & Reception Studies” 2019, Vol. 16, No. 2, s. 298–317.

oglądania, dodając, że i BW, i surfowanie po kanałach, są wyrazem technologicznej kontroli nad sposobem korzystania z treści audiowizualnych. Kontrolę tę jednak widz może świadomie utracić, np. zanurzając się w prezentowanej narracji.

Warto jeszcze odnieść się do swobody wyboru między ogromem dostępnych treści. Owo bogactwo programowe zaczyna być postrzegane jako nadmiar i obciążenie, a badacze⁵⁴ wspominają o uciążliwości wybierania i zmęczeniu odbiorców. W tym kontekście BW uwalnia użytkowników od konieczności decydowania. Mowa o mechanizmach wprowadzanych przez dostawców: np. automatycznej kontynuacji oglądania (przechodzenie do następnego odcinka) i indywidualizacji oferty, czyli dopasowania jej do oczekiwań widza na podstawie jego wcześniejszych preferencji.

Zanurzenie w narrację

Ten człon definicyjny BW pojawia się najrzadziej i od niedawna (tabela 2). Badacze⁵⁵ piszą o „doświadczeniu pochłaniającym” i angażującym emocjonalnie, przy czym wymagającym wytrwałego skupienia uwagi, koniecznego do śledzenia zwrotów akcji⁵⁶. Zanurzenie w narrację wiąże się z samą ideą seryjności, z założenia wymagającą pewnej immersyjności⁵⁷. Fabuła powinna zatem zawierać elementy zaskakujące, tak zwane cliffhangery – nieoczekiwane i trzymające w napięciu zakończenia, niepozwalające oderwać się od oglądania odcinków⁵⁸.

Co istotne, owo zanurzenie ma jednak przewidywalny koniec, a jest nim koniec sezonu czy serialu. Tym właśnie BW różni się od uzależnienia od oglądania TV, które przecież „nigdy się nie kończy”. Co prawda w BW także występuje pewna aura przymusu, ale wynika ona z indywidualnie wybranej treści, zamkniętej w określonym cyklu emisji⁵⁹.

Dotychczasowe przeglądy definicji BW

Zgodnie ze sztuką, większość doniesień z badań nad BW zawiera w sobie komponent teoretyczny, w tym także wątek dotyczący definiowania terminu. Autorzy często podkreślają, że są świadomi problematyczności tego zadania, wynikającej przede wszystkim z różnic w podejściu „odcinkowym” i „czasowym” oraz nieprzystawalności ich obu.

⁵⁴ Np. R. Pierce-Grove, *Just one more...*; M. Samuel, *Time Wasting...*

⁵⁵ R. Pierce-Grove, *Just one more...*; E. Pilipets, *From Netflix Streaming to Netflix and Chill: The (Dis)Connected Body of Serial Binge-Viewer*, „Social Media+ Society” 2019, Vol. 5, No. 4, 2056305119883426.

⁵⁶ B. Rubenking, C.C. Bracken, *Binge-watching...*; B. Rubenking, C.C. Bracken, J. Sandoval, A. Rister, *Defining new viewing behaviours...*; A. Ferchaud, *Binge and bingeability: The antecedents and consequences of binge watching behavior*, Lexington Books, Lanham, MD 2020.

⁵⁷ R. Pierce-Grove, *Just one more...*; K. Merill Jr, B. Rubenking, *Go Long or Go Often...*; B. Rubenking, C.C. Bracken, J. Sandoval, A. Rister, *Defining new viewing behaviours...*; B. Rubenking, C.C. Bracken, *Binge-watching...*; M. Samuel, *Time Wasting...*

⁵⁸ Np. B. Rubenking, C.C. Bracken, J. Sandoval, A. Rister, *Defining new viewing behaviours...*

⁵⁹ R. Pierce-Grove, *Just one more...*

Z biegiem czasu można zaobserwować dwie postawy względem definiowania BW na potrzeby badawcze:

- przyjęcie objaśnienia najprostszego i najpopularniejszego (oglądanie dwóch lub więcej odcinków serii za jednym razem) przy założeniu powszechnej świadomości ograniczeń i umowności tego sformułowania;
- sięganie po pogłębione analizy jakościowe, pokazujące BW w szerszym kontekście praktyk kulturalnych.

Przedstawicielką drugiej opcji jest Mareike Jenner, która w 2017⁶⁰ roku ukazała BW jako zachowanie łączące aktywność specyficznie fanowską (fandomów) z odbiorcem „jakościowej” lub „kultowej” telewizji. Dostrzegła tu zacieranie się granic między społecznościami fanów a pozostałymi widzami i wprowadzanie BW jako „normalnego”, zaakceptowanego społecznie sposobu konsumpcji oferty VOD. Ten ostatni element jest tu kluczowy, gdyż zakłada samodzielność w wyborze treści, a także czasu i miejsc ich oglądania. Autorka twierdzi, że BW dotyczy często materiałów lepszej jakości: takich, „o których się mówi”. W 2020 roku⁶¹ Jenner zaproponowała podejście do BW z perspektywy studiów nad telewizją (gdzie poza wspomnianą autonomią widza ważna staje się narracja, wciągająca i zachęcająca odbiorcę do oglądania kolejnych części) i studiów nad przemysłem audiowizualnym (BW jako polityka zarządzania właścicieli platform, zarówno treścią, jak i relacjami z użytkownikami).

Należy się także odnieść do pogłębionej analizy definiowania BW przez media, przeprowadzonej przez Ri Pierce-Grove⁶² na sześciu periodykach amerykańskich z okresu od lat 80. XX wieku do roku 2016. Autorka wykazała, że termin pojawiał się sporadycznie od 1984 roku, regularnie zaś od 2011 roku, jako nazwa praktyk wynikających z nowego sposobu dystrybucji mediów. Także od 2011 roku zaczęto proponować pierwsze definicje zjawiska, np. jako „wiele odcinków za jednym razem”, rzadziej ze wskazaniem ich liczby. Od 2015 roku BW dziennikarze przestali definiować BW, uznając je za powszechnie znany fenomen. Ri Pierce-Grove stwierdziła dodatkowo, że media za podstawową jednostkę BW uznały liczbę obejrzanych odcinków (nie zaś ich czas).

Analizę krytyczną dyskursu medialnego o BW przeprowadzili też Kobe De Keere, Estrelle Thunnissen i Giselinde Kuipers⁶³, badając 681 amerykańskich tekstów prasowych. Autorzy wykazali, że w narracji dziennikarskiej zyskuje termin nowe ramy interpretacyjne – jako jeden ze sposobów konsumpcji treści medialnych, ale już bez zakładanego uprzednio obciążenia potencjalnym uzależnieniem. Zwrócono uwagę na fakt, że bingowane są serie wysokiej jakości, sposób oglądania jest przez widzów

⁶⁰ M. Jenner, *Binge-watching: Video-on-demand...*

⁶¹ M. Jenner, *Researching binge-watching*, „Critical Studies in Television” 2020, Vol. 15, No. 3, s. 267–279.

⁶² R. Pierce-Grove, *Just one more...*

⁶³ K. De Keere, E. Thunnissen, G. Kuipers, *Defusing moral panic: Legitimizing binge-watching as manageable, high-quality, middle-class hedonism*, „Media, Culture & Society” 2021, Vol. 43, No. 4, s. 629–647.

kontrolowany i wynika z ich świadomego wyboru, a bingeowanie (o ile niestosowane nadmiarowo) jest formą przyjemnego spędzania czasu wolnego.

Przeglądy systematyczne definicji opracowali Maeva Flayelle i współpracownicy⁶⁴ oraz Jolanta Starosta i Bernadetta Izydorczyk⁶⁵. W pierwszym przeglądzie uwzględniono 24 badania, a analiza zastosowanych w nich definicji operacyjnych wykazała, że BW nadal jest terminem niedoprecyzowanym, ze zróżnicowanymi kryteriami jego opisywania. Punktem wyjścia do rozwiązania tego problemu może być wyodrębnienie elementów najczęściej wskazywanych jako konstytutywne dla BW. Są to: duże zaangażowanie w oglądany materiał (ale poniżej granicy szkodliwości dla zdrowia) i zaangażowanie w wymiarze problematycznym (ryzykowne dla zdrowia). Z kolei Starosta i Izydorczyk przeglądem systematycznym objęły 28 artykułów z lat 2013–2020 i również wskazały cechy istotne dla definiowania BW. Jednym z aspektów zjawiska jest jego powiązanie z rozrywką, spędzaniem czasu wolnego i pozytywnymi emocjami, a drugim – negatywne konsekwencje nadmiarowego BW, w tym objawy uzależnienia behawioralnego. Ten ostatni wątek jest konsekwentnie pogłębiany, co prowadzi do zastosowania popularyzacji takich terminów jak „problematyczny BW”⁶⁶ lub „ekstensywny BW”⁶⁷. Oba dotyczą intensywnego bingeowania, niosącego ryzyko zdrowotne, w tym ryzyko uzależnienia.

Jani Merikivi i inni⁶⁸ w przeglądzie 29 definicji zwracali uwagę na atrybuty BW: autonomię widza, ciągłość oglądania, kompletność, uzależnienie i brak umiarkowania (rozumiany jako nieumiejętność powstrzymania się przed oglądaniem kolejnego odcinka). W efekcie przeprowadzonych prac za dwie dystynktywne cechy uznano ciągłość oglądania i autonomię widza (samodzielność wyboru), opisując BW jako „konsumpcję więcej niż jednego odcinka treści wideo z tej samej serii podczas jednego posiedzenia, w indywidualnie wybranym czasie i tempie”⁶⁹.

⁶⁴ M. Flayelle, P. Maurage, K. Ridell Di Lorenzo, C. Vögele, S.M. Gainsbury, J. Billieux, *Binge-watching: what do we know so far? A first systematic review of the evidence*, „Current Addiction Reports” 2020, No. 7, s. 44–60.

⁶⁵ J. Starosta, B. Izydorczyk, *Understanding the phenomenon of binge-watching. A systematic review*, „International Journal of Environmental Research and Public Health” 2020, Vol. 17, No. 12, 4469.

⁶⁶ J. Starosta, B. Izydorczyk, K. Sitnik-Warchulska, S. Lizińczyk, *Impulsivity and difficulties in emotional regulation as predictors of binge-watching behaviours*, „Frontiers in Psychiatry” 2021, No. 12; J. Starosta, B. Izydorczyk, A. Wontorczyk, *Anxiety-depressive syndrome and binge-watching among young adults*, „Frontiers in Psychology” 2021, 2895; J.J. Sun, Y.J. Chang, *Associations of problematic binge-watching with depression, social interaction anxiety, and loneliness*, „International Journal of Environmental Research and Public Health” 2021, Vol. 18, No. 3, s. 1168–1176.

⁶⁷ J. Starosta, B. Izydorczyk, A. Wontorczyk, *Anxiety-depressive syndrome and binge-watching...*

⁶⁸ J. Merikivi, J. Bragge, E. Scornavacca, T. Verhagen., *Binge-watching serialized video content: A transdisciplinary review*, „Television and New Media” 2020, Vol. 21, No. 7, s. 697–711.

⁶⁹ *Ibidem*, s. 9.

Z kolei Graeme Turner⁷⁰ stwierdził, że w badaniach nad publicznością telewizyjną potrzebne są dziś pojęcia bardziej precyzyjne. Jego zdaniem termin BW nie oddaje różnorodności, stylów i motywów tego rodzaju konsumpcji mediów, ponieważ jest zbyt nieprecyzyjny, a w konsekwencji trudny do zastosowania w badaniach. Badacz proponuje obserwację różnych form „kultury odbioru” treści w otoczeniu domowym i zaproponowanie terminów precyzyjnie nazywających to, co tam „się dzieje” w trakcie oglądania. Jedynym zastrzeżeniem do propozycji wydaje się jej ograniczenie do badań publiczności telewizyjnej, którą należałoby jednak postrzegać obecnie szerzej, jako konsumentów treści audiowizualnych emitowanych także na platformach VOD i streamingowych.

Podsumowanie i wnioski

Jak wykazaliśmy, badacze dostrzegają problem z definiowaniem BW i podejmują próby jego rozwiązania. Istniejące definicje – w miarę upływu czasu i postępu badań – odzwierciedlają zmieniający się stan wiedzy i postaw wobec tego sposobu konsumpcji mediów. Zastrzeżenie dwoistości analizowania BW, jako aktywności neutralnej lub stanowiącej pewne zagrożenie dla zdrowia, pozostaje aktualne. W pierwszym przypadku bingowanie, jako nieobciążona negatywnymi konotacjami forma użytkowania mediów, będzie przedmiotem dalszych analiz medioznawczych, socjologicznych, kulturoznawczych, antropologicznych itd. Z kolei wątek nadmiarowości może w przyszłości stanowić odrębne pole badawcze, na przykład dla psychologów, psychiatrów i innych specjalistów z zakresu uzależnień.

Wyniki naszych badań pozwalają odpowiedzieć na pytania badawcze: tematyka BW jest coraz popularniejszym tematem prac naukowych (PB1), a większość autorów posługuje się definicjami BW (PB2).

Sposobów definiowania i cech dystynktywnych BW dotyczyły PB3 i PB5. Okazało się, że spośród wyodrębnionych cech najsilniej reprezentowany jest czasowy wymiar BW, ujmowany odcinkowo lub godzinowo. Różnice w podejściach wynikają z odwoływania się do źródeł pierwotnych, na przykład do Netfliksa (dla którego liczba obejrzanych odcinków jest czytelnym wskaźnikiem popularności) albo Oxford Dictionaries (sankcjonującego zastosowaną w badaniach interpretację czasową). Faktem pozostaje to, że BW częściej jest liczony w odcinkach, co wydaje się wyborem lepiej oddającym sens i cel tego sposobu konsumpcji mediów, zwłaszcza w kontekście jego innych cech, to znaczy sekwencyjności, serialowości i zanurzenia w narrację.

Odnosnie do PB4, o potencjalną relację między definicją a zakresem badania, warto odnieść się do dwóch aspektów: kontekstu dyscypliny wiodącej dla danego projektu oraz ewolucji myślenia o BW. W pierwszym przypadku badacze (z obszarów psychologii, komunikacji społecznej, medioznawstwa, nauk o zdrowiu) przyjmują

⁷⁰ G. Turner, *Television studies, we need to talk about “binge-viewing”*, „Television & New Media” 2021, Vol. 22, No. 3, s. 228–240.

definicje operacyjne oparte na kryterium czasowym, ułatwiającym pomiar BW wśród respondentów. Niektórzy naukowcy (głównie związani z naukami o kulturze) zwracają też uwagę na cechy jakościowe, to znaczy autonomię widza. W drugim przypadku chodzi o przyrost wiedzy na temat zjawiska, dzięki czemu są prowadzone badania nie tylko ilościowe (koncentrujące się na jego skali), lecz także jakościowe, coraz dokładniej opisujące jego specyfikę, w tym intensywność oderwania się od rzeczywistości na rzecz serialowej narracji. Co ważne, granicą ryzyka w BW nie jest liczba obejrzanych odcinków, ale negatywne, powtarzające się skutki rezygnacji z zaangażowania w codzienność na rzecz zanurzania się w fikcji⁷¹.

Należy zatem wskazać, że BW wciąż nie opiera się na precyzyjnej operacjonalizacji, a jego skutków czy motywów bingeowania nie da się oceniać zależnie od konkretnej liczby odcinków. Jako zjawisko społeczne jest to zachowanie trudno mierzalne. Być może należałoby podjąć próbę kategoryzacji zachowań związanych z konsumpcją mediów audiowizualnych tak, aby uporządkować terminologię, np. wprowadzając rozróżnienie między telewizją jako medium tła, oglądaniem wybranych treści ramówkowych, wielogodzinnym „siedzeniem przed telewizorem” niezależnie od prezentowanej oferty czy wreszcie oglądaniem różnych materiałów dostępnych w Internecie.

Konkludując, należy wspomnieć o pewnych ograniczeniach: jednym z najważniejszych jest ograniczona próbka badawcza, nieobejmująca wszystkich tekstów poświęconych BW. Jednocześnie zgromadzony materiał był na tyle bogaty, że umożliwił nie tylko analizę istniejącego stanu wiedzy o BW, lecz także wyodrębnienie zespołu stale powtarzających się cech, na podstawie którego możemy zaproponować własną, ogólną definicję, łączącą najistotniejsze cechy formalne i jakościowe zjawiska. W tym kontekście BW widzielibyśmy zatem jako **sposób konsumpcji mediów polegający na jednorazowym, skondensowanym w czasie, oglądaniu wielu odcinków treści wideo o intrygującej, „wciągającej” narracji, w czasie, miejscu i okolicznościach wybranych przez widza.**

Bibliografia

- Ahmed A.A.A.M., *New era of TV-watching behavior: Binge watching and its psychological effects*, „Media Watch” 2017, Vol. 8, No. 2, s. 192–207.
- Alexander N., *From spectatorship to “survivorship” in five critical propositions*, „Film Quarterly” 2021, Vol. 75, No. 1, s. 52–57.
- Ameri M., Honka E., Xie Y., *Binge-watching and media franchise engagement*, „UCLA Anderson Review” 2019, https://anderson-review.ucla.edu/wp-content/uploads/2021/03/Ameri-Honka-Xie_SSRN-id2986395.pdf (dostęp: 26.01.2022).
- Biesen S.Ch., *Binge-watching ‘Noir’ at home: reimagining cinematic reception and distribution via Netflix* [w:] *The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, red. K. McDonald, D. Smith-Rowse, Bloomsbury, New York–London 2016, s. 129–142.

⁷¹ J. Starosta, B. Izydorczyk, M. Lizyńczyk, *Characteristics of people’s binge-watching behavior...*

- Billard T.J., *Experimental evidence for differences in the prosocial effects of binge-watched versus appointment-viewed television programs*, „Journalism & Mass Communication Quarterly” 2019, Vol. 96, No. 4, s. 1025–1051.
- Boca P., *Binge-watchers. Behavior patterns and emotions*, „Studia Universitatis Babes-Bolyai-Ephemerides” 2017, Vol. 62, No. 2, s. 5–27.
- Boca P., *Good things come to those who binge: An exploration of binge-watching related behavior*, „Journal of Media Research–Revista de Studii Media” 2019, Vol. 12, No. 34, s. 5–31.
- Conlin L., Billings A., Auverset L., *Time-shifting vs. appointment viewing: The role of fear of missing out within TV consumption behaviors*, „Communication & Society” 2016, Vol. 29, No. 4, s. 151–164.
- Da Costa J.C.R., *Binge-watching: Self-care or self-harm? Understanding the health subjectivities of binge-watchers*, „Journal of Health Psychology” 2021, Vol. 26, No. 9, s. 1420–1432.
- De Keere K., Thunnissen E., Kuipers G., *Defusing moral panic: Legitimizing binge-watching as manageable, high-quality, middle-class hedonism*, „Media, Culture & Society” 2021, Vol. 43, No. 4, s. 629–647.
- Devasagayam R., *Media bingeing: A qualitative study of psychological influences [w:] Once Retro Now Novel Again: 2014 Annual Spring Conference Proceedings of the Marketing Management Association*, 2014, s. 40–44, <http://www.mmaglobal.org/publications/Proceedings/2014-MMA-Spring-Conference-Proceedings.pdf> (dostęp: 9.02.2022).
- Dieterich R., Wüllhorst V., Berghäuser J., Overmeyer R., Endrass T., *Electrocortical correlates of impaired motor inhibition and outcome processing are related in high binge-watching*, „Psychophysiology” 2021, Vol. 58, No. 6, e13814.
- Ducasse J., Kljun M., Attygalle N.T., Pucihar K.Č., *Interactive web documentaries: A case study of video viewing behaviour on iOtok*, „International Journal of Human–Computer Interaction” 2021, Vol. 38, No. 10, s. 1–24.
- Erickson S.E., Dal Cin S., Bysl H., *An experimental examination of binge watching and narrative engagement*, „Social Sciences” 2019, Vol. 8, No. 1, s. 19.
- Exelmans L., Van den Bulck J., *Binge viewing, sleep, and the role of pre-sleep arousal*, „Journal of Clinical Sleep Medicine” 2017, Vol. 13, No. 8, s. 1001–1008.
- Ferchaud A., *Binge and bingeability: The antecedents and consequences of binge watching behavior*, Lexington Books, Lanham, MD 2020.
- Flayelle M., Maurage P., Billieux J., *Toward a qualitative understanding of binge-watching behaviors: A focus group approach*, „Journal of Behavioral Addictions” 2017, Vol. 6, No. 4, s. 457–471.
- Flayelle M., Maurage P., Karila L., Vögele C., Billieux J., *Overcoming the unitary exploration of binge-watching: A cluster analytical approach*, „Journal of Behavioral Addictions” 2019, Vol. 8, No. 3, s. 586–602.
- Flayelle M., Maurage P., Ridell Di Lorenzo K., Vögele C., Gainsbury S.M., Billieux J., *Binge-watching: What do we know so far? A first systematic review of the evidence*, „Current Addiction Reports” 2020, No. 7, s. 44–60.
- Forte G., Favieri F., Tedeschi D., Casagrande M., *Binge-watching: Development and validation of the Binge-Watching Addiction Questionnaire*, „Behavioral Sciences” 2021, Vol. 11, No. 2, s. 27.
- Gangadharbatla H., Ackerman C., Bamford A., *Antecedents and consequences of binge-watching for college students*, „First Monday” 2019, Vol. 24, No. 12.

- Gänßle S., Kunz-Kaltenhaeuser P., *What drives binge-watching? An economic theory and analysis of impact factors. An economic theory and analysis of impact factors*, „Ilmenau Economics Discussion Papers” 2020, Vol. 26, No. 138.
- Gardziński T., *Nie czuj się winny, jeśli weekend spędzisz na oglądaniu seriali odcinek za odcinkiem. Robi tak co trzeci Polak*, <https://spidersweb.pl/rozrywka/2019/01/25/binge-watching-w-polsce-badanie-seriale> (dostęp: 9.02.2022).
- Granow V.C., Reinecke L., Ziegele M., *Binge-watching and psychological well-being: Media use between lack of control and perceived autonomy*, „Communication Research Reports” 2018, Vol. 35, No. 5, s. 392–401.
- Horeck T., Jenner M., Kendall T., *On binge-watching: Nine critical propositions*, „Critical Studies in Television” 2018, Vol. 13, No. 4, s. 499–504.
- Horvath J.C., Horton A.J., Lodge J.M., Hattie J.A., *The impact of binge watching on memory and perceived comprehension*, „First Monday” 2017, Vol. 22, No. 9.
- Jarżyna C.L., *Parasocial interaction, the COVID-19 quarantine, and digital age media*, „Human Arenas” 2021, Vol. 4, No. 3, s. 413–429.
- Jenner M., *Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom*, „International Journal of Cultural Studies” 2017, Vol. 20, No. 3, s. 304–320.
- Jenner M., *Control Issues: Binge-watching, channel-surfing and cultural value*, „Participations: Journal of Audience & Reception Studies” 2019, Vol. 16, No. 2, s. 298–317.
- Jenner M., *Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching*, „New Media & Society” 2016, Vol. 18, No. 2, s. 257–273.
- Jenner M., *Researching binge-watching*, „Critical Studies in Television” 2020, Vol. 15, No. 3, s. 267–279.
- Jones S., Cronin J., Piacentini M.G., *Mapping the extended frontiers of escapism: binge-watching and hyperdiegetic exploration*, „Journal of Marketing Management” 2018, Vol. 34, No. 5–6, s. 497–508.
- Kilian C., Bröckel K.L., Overmeyer R., Dieterich R., Endrass T., *Neural correlates of response inhibition and performance monitoring in binge watching*, „International Journal of Psychophysiology” 2020, No. 158, s. 1–8.
- Lu J., Karmarkar U., Venkatraman V., *Planning to Binge: How consumers choose to allocate media viewing time*, Available at SSRN 3493755, 2019.
- Merikivi J., Bragge J., Scornavacca E., Verhagen T., *Binge-watching serialized video content: A transdisciplinary review*, „Television and New Media” 2020, Vol. 21, No. 7, s. 697–711.
- Merikivi J., Salovaara A., Mäntymäki M., Zhang L., *On the way to understanding binge watching behavior: the over-estimated role of involvement*, „Electronic Markets” 2018, Vol. 28, No. 1, s. 111–122.
- Merrill Jr K., Rubenking B., *Go long or go often: Influences on binge watching frequency and duration among college students*, „Social Sciences” 2019, Vol. 8, No. 1, s. 10.
- Mikos L., *Digital media platforms and the use of TV content: Binge watching and video-on-demand in Germany*, „Media and Communication” 2016, Vol. 4, No. 3, s. 154–161.
- Mowen T.J., Heitkamp A., *The anxiety of the pandemic: Binge-watching, splurging, sexting, hooking up, and masturbating among college students*, „Deviant Behavior” 2021, s. 1–19.
- Oxford Dictionaries, https://www.lexico.com/definition/binge_watching (dostęp: 5.02.2020).
- Panda S., Pandey S.C., *Binge watching and college students: motivations and outcomes*, „Young Consumers” 2017, Vol. 18, No. 4, s. 425–438.

- Perks L.G., *Media marathoning and health coping*, „Communication Studies” 2019, Vol. 70, No. 1, s. 19–35.
- Perks L.G., *Media marathoning through health struggles: Filling a social reservoir*, „Journal of Communication Inquiry” 2019, Vol. 43, No. 3, s. 313–332.
- Pierce-Grove R., *Just one more: How journalists frame binge watching*, „First Monday” 2017, Vol. 22, No. 1.
- Pilipets E., *From Netflix Streaming to Netflix and Chill: The (Dis)Connected Body of Serial Binge-Viewer*, „Social Media Society” 2019, Vol. 5, No. 4, s. 1–13.
- Pittman M., Sheehan K., *Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix*, „First Monday” 2015, Vol. 20, No. 10.
- Pittman M., Steiner E., *Transportation or narrative completion? Attentiveness during binge-watching moderates regret*, „Social Sciences” 2019, Vol. 8, No. 3, s. 99.
- Pittman M., Steiner E., *Distinguishing feast-watching from cringe-watching: Planned, social, and attentive binge-watching predicts increased well-being and decreased regret*, „Convergence” 2021, Vol. 27, No. 5, s. 1507–1524.
- Rangarajan V., Forman A., *Binge watching leading to deep vein thrombosis and pulmonary embolism*, „Annals of Clinical Case Reports” 2019, Vol. 4, s. 1734.
- Riddle K., Peebles A., Davis C., Xu F., Schroeder E., *The addictive potential of television binge watching: Comparing intentional and unintentional binges*, „Psychology of Popular Media Culture” 2018, Vol. 7, No. 4, s. 589.
- Rubinking B., Bracken C.C., *Binge-watching: A suspenseful, emotional, habit*, „Communication Research Reports” 2018, Vol. 35, No. 5, s. 381–391.
- Rubinking B., Bracken C.C., Sandoval J., Rister A., *Defining new viewing behaviours: What makes and motivates TV binge-watching?* „International Journal of Digital Television” 2018, Vol. 9, No. 1, s. 69–85.
- Samuel M., *Time wasting and the contemporary television-viewing experience*, „University of Toronto Quarterly” 2017, Vol. 86, No. 4, s. 78–89.
- Schweidel D.A., Moe W.W., *Binge watching and advertising*, „Journal of Marketing” 2016, Vol. 80, No. 5, s. 1–19.
- Shim H., Kim K.J., *An exploration of the motivations for binge-watching and the role of individual differences*, „Computers in Human Behavior” 2018, No. 82, s. 94–100.
- Shim H., Lim S., Jung E.E., Shin E., *I hate binge-watching but I can't help doing it: The moderating effect of immediate gratification and need for cognition on binge-watching attitude-behavior relation*, „Telematics and Informatics” 2018, Vol. 35, No. 7, s. 1971–1979.
- Snider Z., *The cognitive psychological effects of binge-watching [w:] The Netflix Effect: Technology and Entertainment in the 21st Century*, red. K. McDonald, D. Smith-Rowsey, Bloomsbury Publishing, New York–London 2016, s. 117–128.
- Sobral F.A., *Traditional television, millennials and binge-watching – from television viewer to digital user*, „International E-Journal of Advances in Social Sciences” 2019, Vol. 5, No. 14, s. 497–505.
- Starosta J., Izydorczyk B., *Understanding the Phenomenon of Binge-Watching – A Systematic Review*, „International Journal of Environmental Research and Public Health” 2020, Vol. 17, No. 12, 4469.
- Starosta J., Izydorczyk B., Lizyńczyk S., *Characteristics of people's binge-watching behavior in the "entering into early adulthood" period of life*, „Health Psychology Report” 2019, Vol. 7, No. 2, s. 149–164.

- Starosta J., Izydorczyk B., Sitnik-Warchulska K., Lizińczyk S., *Impulsivity and difficulties in emotional regulation as predictors of binge-watching behaviours*, „Frontiers in Psychiatry” 2021, No. 12.
- Starosta J., Izydorczyk B., Wontorczyk A., *Anxiety-depressive syndrome and binge-watching among young adults*, „Frontiers in Psychology” 2021, 2895.
- Sun J.J., Chang Y.J., *Associations of problematic binge-watching with depression, social interaction anxiety, and loneliness*, „International Journal of Environmental Research and Public Health” 2021, Vol. 18, No. 3, s. 1168–1176.
- Sung Y.H., Kang E.Y., Lee W.N., *Why do we indulge? Exploring motivations for binge watching*, „Journal of Broadcasting & Electronic Media” 2018, Vol. 62, No. 3, s. 408–426.
- Susanno R., Phedra R., Murwani I.A., *The determinant factors of the intention to spend more time binge-watching for Netflix subscriber in Jakarta*, „Journal of Research in Marketing” 2019, Vol. 10, No. 3, s. 807–812.
- Tefertiller A.C., Maxwell L.C., *Depression, emotional states, and the experience of binge-watching narrative television*, „Atlantic Journal of Communication” 2018, Vol. 26, No. 5, s. 278–290.
- Trouleau W., Ashkan A., Ding W., Eriksson B., *Just one more: Modeling binge watching behavior* [w:] *Proceedings of the 22nd ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, 2016, s. 1215–1224.
- Tukachinsky R., Eyal K., *The psychology of marathon television viewing: Antecedents and viewer involvement*, „Mass Communication and Society” 2016, Vol. 21, No. 3, s. 275–295.
- Turner G., *Television studies, we need to talk about “binge-viewing”*, „Television & New Media” 2021, Vol. 22, No. 3, s. 228–240.
- Vaterlaus J.M., Spruance L.A., Frantz K., Kruger J.S., *College student television binge watching: Conceptualization, gratifications, and perceived consequences*, „The Social Science Journal” 2019, Vol. 56, No. 4, s. 470–479.
- Viens A., Farrar K.M., *Conceptualizing and Measuring Binge Watching*, „Communication Studies” 2021, Vol. 72, No. 3, s. 1–18.
- Walton-Pattison E., Dombrowski S.U., Pesseau J., *‘Just one more episode’: Frequency and theoretical correlates of television binge watching*, „Journal of Health Psychology” 2018, Vol. 23, No. 1, s. 17–24.
- Watson A., *Binge-viewing in the U.S. – statistics & facts*, <https://www.statista.com/topics/2508/binge-watching-in-the-us/> (dostęp: 9.02.2022).
- Wikipedia, *House of Cards*, [https://pl.wikipedia.org/wiki/House_of_Cards_\(ameryka%C5%84ski_serial_telewizyjny\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/House_of_Cards_(ameryka%C5%84ski_serial_telewizyjny)) (dostęp: 9.02.2022).
- Yenğın D., Kinay Ö., *Transformation of leisure time in new media: binge watch*, „The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication” 2017, Vol. 7, No. 1, s. 1–29.
- Yoo J., Lee J., Lee D., *A verification of motivations for over-the-top binge and short viewing of audio-visual content*, „New Review of Hypermedia and Multimedia” 2020, Vol. 26, No. 3–4, s. 1–30.