

# POLACY O POLSKICH FILMACH

Opinie Polaków  
o polskim kinie i ich  
postawy wobec polskiej  
produkcji filmowej

Badania społeczne



Projekt *Polacy o polskich filmach – opinie Polaków o polskim kinie i ich postawy wobec polskiej produkcji filmowej. Badania społeczne* zrealizowany przez zespół w składzie:

dr hab. Mikołaj Cześniak, prof. Uniwersytetu SWPS – kierownik projektu

dr hab. Barbara Giza, prof. Uniwersytetu SWPS, FINA

dr Agnieszka Kwiatkowska, Uniwersytet SWPS

dr hab. Michał Wenzel, prof. Uniwersytetu SWPS

dr Marta Żerkowska-Balas, Uniwersytet SWPS

Projekt dofinansowany przez Polski Instytut Sztuki Filmowej ze środków Programu Operacyjnego Upowszechnianie kultury filmowej, Priorytet IV

Dane telemetryczne dostarczone przez:

AGB Nielsen Media Research Sp. z o.o.

Projekt graficzny i skład: Sebastian Durbacz

Skład krojami pism: Bitter i Crimson Pro

# SPIS TREŚCI

## 6. WSTĘP

- 8. Cel projektu
- 10. Znaczenie projektu
- 13. Koncepcja i plan badań
- 15. Metodyka badań
- 16. Struktura raportu

## 18. ROZDZIAŁ I. | Widownia telewizyjna i kinowa filmu polskiego

- 19. Widownia telewizyjna polskich filmów, 2004–2019
- 23. Widownia kinowa polskich filmów, 2006–2019
- 28. Profile widzów
- 32. Podsumowanie: jakie filmy lubi oglądać polski widz
- 34. Aneks 1. | Metodologia
- 38. Aneks. 2 | Top 10 emisji polskich filmów w TV, 2004–2019
- 44. Aneks 3. | Filmy polskie o największej widowni kinowej, 2006–2019

## 48. ROZDZIAŁ II. | W salonie i w kinie – Polacy jako widownia filmowa

- 49. Cele badania
- 50. Metodologia
- 51. Kanały kontaktu z filmem
- 58. Idziemy do kina!
- 63. Źródła informacji o filmach
- 66. Preferencje gatunkowe
- 71. Popularność i ocena filmów

## 80. ROZDZIAŁ III. | Polacy o polskim kinie

- 81. Metodologia badania jakościowego
  - 81. Cel badania jakościowego
  - 82. Metodologia
  - 84. Analiza danych
  - 85. Efekty analiz

### 86. Trudny wybór kinomana

- 86. Gdzie oglądamy?
- 88. Kryteria wyboru repertuaru
- 89. Twórcy polskiego kina
- 92. Gatunki filmowe
- 93. Dobre i złe polskie filmy
- 96. Film wszech czasów
- 96. Nielubiane polskie filmy
- 99. Popularne produkcje
- 103. Kino polskie, a kino zagraniczne

### 106. Polaków portret własny

- 107. Wizerunek Polaka w polskim filmie
- 115. Zmiana wizerunku w czasie
- 118. Identyfikacja z bohaterami

### 120. Polskość w polskich filmach

- 120. Tradycja
- 122. Rodzina
- 125. Religia
- 129. Historia

### 131. Zakończenie

### 132. Aneks | Scenariusz badania fokusowego

## 136. Podsumowanie wyników raportu

- 139. Częstotliwość korzystania z polskiego kina
- 140. Formy (nośniki) i miejsca, w których Polacy korzystają z kina
- 142. Nie idziemy na film, tylko do kina
- 143. Magia kina
- 143. Dlaczego nie chodzimy do kina
- 144. Repertuarowe preferencje Polaków
- 145. Interesująca sprzeczność – oglądamy, ale mówimy, że słabe
- 146. Czego nie oglądamy
- 147. Gatunki
- 148. Twórcy
- 149. Znajomość polskiego kina
- 151. Film wszech czasów
- 152. Wizerunek Polaka

# WSTĘP



Mikołaj Cześnik

Najsłynniejszy z cytatów dotyczących kina – przypisywane Leni-nowi słowa, które w dokładnym tłumaczeniu brzmią: „Ze wszystkich sztuk najważniejszy jest dla nas film” [por. Litka 2012] – nie traci nic ze swej aktualności. Zmienił się, co prawda, kontekst polityczny i kulturowy, wciąż jednak słowa te dobrze oddają **znaczenie sztuki filmowej** dla współczesnego świata, państw i społeczeństw.

Film i kino pełnią dziś liczne i różnorodne funkcje. Oczywiście są one związane z rozrywką. Chodzenie do kina (grupowo czy indywidualnie), oglądanie filmów w telewizji czy na innych nośnikach (internet, płyty DVD, platformy streamingowe itp.) to jedno z **najpopularniejszych sposobów spędzania wolnego czasu**, szeroko praktykowane na całym świecie. Mają one najpewniej związek z rosnącą w naszej kulturze rolą wizualności: „Ruchome obrazy lepiej wykorzystują nasze zmysły niż czarne linie druku układające się na białych stronach” [Stephens 1998: xi]. O ile XIX i XX wiek można – w dużym uproszczeniu – nazwać epoką druku (masowość i dominacja prasy i literatury, ale także radia), to w XXI wieku doświadczamy zdecydowanej dominacji wizualności w kulturze. Spada czytelnictwo książek i prasy [Crain 2018], natomiast dynamicznie rośnie „konsumpcja” materiałów audiowizualnych [Mander, Trifonova 2019]. Trwająca od marca 2020 roku pandemia, skutkująca atomizacją i zmuszająca do zachowania społecznego dystansu, jeszcze wzmocniła te trendy.

Równie ewidentne jest gospodarcze znaczenie kinematografii. Przemysł filmowy to **duża i prężna gałąź gospodarki**, w której zatrudnienie znajdują na świecie setki tysięcy ludzi, i która generuje ogromne dochody [MPAA 2016; IBISWorld 2018]. Współcześnie właściwie nie sposób sobie wyobrazić szeroko rozumianej branży rozrywkowej i kultury masowej (z jej celebrycką otoczką, blichтром, skandalami, idolami, piszącą o gwiazdach prasą brukową itp.) bez kinematografii, bez sztuki filmowej.

Jednak z naszego punktu widzenia najważniejsza jest **kulturotwórcza rola kinematografii**. Przedstawiciele państw, narodów i społeczeństw próbują za pomocą sztuki oddziaływać na rzeczywistość społeczną, polityczną, także gospodarczą. W ten sposób promują w świecie swoje narracje, opowieści o dziejach własnych oraz

sąsiadów, o historii, dokonaniach, zwycięstwach i klęskach. Przedstawiają swoje punkty widzenia, racje, argumenty. Wychowują swoich obywateli, a ponadto oddziałują na obywateli innych państw, na międzynarodową opinię publiczną. W ten sposób budują *soft power*, która jest dla interesów państw i narodów równie ważna, jak stan uzbrojenia armii i jej liczebność, międzynarodowe sojusze, kondycja szkolnictwa czy siła gospodarki.

Kulturotwórcza rola kinematografii jest w naszym przypadku o tyle istotna, że raport ten sporządzono na zamówienie instytucji publicznej. Mniej ją interesują bowiem aspekty rozrywkowy i gospodarczy omawianej branży, natomiast aspekt kulturotwórczy, pozwalający państwu i jego agendum oddziaływać na społeczną rzeczywistość, jest dla niej kluczowy.

Wstęp przedstawia całościową koncepcję badania *Polacy o polskich filmach*, zrealizowanego w latach 2019–2020 przez zespół badaczy z Uniwersytetu SWPS na zlecenie Filмотeki Narodowej – Instytutu Audiowizualnego (FINA). Prezentujemy w nim główny cel projektu, jego znaczenie, a także koncepcję, plan i metodykę zaplanowanych przez nas i zrealizowanych badań terenowych oraz analiz przeprowadzanych na zgromadzonym materiale empirycznym.

## Cel projektu

Naczelnym celem projektu (i raportu) jest zbadanie opinii Polaków o polskim filmie. Interesują nas: **wiedza polskich obywateli na jego temat, sposoby kontaktu z filmem, jego ocena i odbiór**, a także **społeczne zróżnicowanie praktyk kulturowych związanych z filmem** (nierówne „rozłożenie” praktyk w poszczególnych grupach, warstwach i klasach polskiego społeczeństwa). W dobie dużych, a często wciąż rosnących, nierówności społecznych [Therborn 2015] ten ostatni wątek wydaje się nam szczególnie ciekawy i wart analizy.

Refleksja nad opiniami Polaków o polskim kinie i ich postawami wobec niego nie jest bardzo bogata, szczególnie w przypadku badań



społecznych. Opinii publicznej, ale także decydentom, interesariuszom oraz innym zainteresowanym osobom brakuje dokładnych, systematycznych i całościowych opracowań. Nadal za mało wiemy o tym, co Polacy myślą o polskim kinie i polskich filmach, w jaki sposób „obcuja” z rodzimym kinem, jak z niego „korzystają”, co w nim lubią, a co ich w nim złości czy denerwuje. Za mało wiemy też o roli i miejscu kina polskiego na mapie praktyk kulturowych Polaków, czy o jego znaczeniu dla narodowej kultury – znaczeniu subiektywnym, postrzeganym przez zwykłych Polaków, a nie przez specjalistów, filmoznawców, badaczy kultury i filmu. Dlatego celem niniejszego projektu jest systematyczna, wszechstronna i pogłębiona akademicka **analiza odbioru polskiego kina przez Polaków**. Nasz raport dostarcza stosowną wiedzę na ten rzadko (a na pewno za rzadko) badany do tej pory temat – niezwykle ważny dla polskiej kultury i polityki kulturalnej państwa.

Oczywiście każda metodologicznie poprawna analiza empiryczna wymaga jasnych definicji podstawowych pojęć. W przypadku niniejszego projektu i raportu nie może być inaczej. Kino więc rozumiemy szeroko, jako **całą polską produkcję filmową**, dawną i obecną, fabularną i niefabularną, krótkometrażową i pełnometrażową, ambitną i popularną. Interesują nas filmy oglądane i odbierane za pomocą najróżniejszych mediów.

Z naszych analiz **wyłączamy seriale**. Choć to utwory bardzo bliskie filmowi (rozumianemu *sensu stricto*), operujące podobnymi środkami wyrazu, warsztatem realizatorskim i technologią, to jednak ich cykliczna specyfika zmusza nas do wyłączenia ich z analizy. Nie mamy jednak wątpliwości, że rola seriali we współczesnej kulturze jest tak duża, że zasługują na osobne opracowanie.

Nasze badanie ma rozpoznawczy, **eksploracyjny charakter**. Nie mamy gotowych tez, nie stawiamy w nim odwołujących się do teorii hipotez, ale mamy pewne wyobrażenia (i oczekiwania) dotyczące przedmiotu naszych badań. Domyślamy się istnienia sporego zróżnicowania między wyróżnianymi – ze względu na wykształcenie, miejsce zamieszkania, wiek, posiadany kapitał kulturowy itp. – w polskim społeczeństwie grupami, zarówno jeśli chodzi o wiedzę o polskim ki-

nie, jego znajomość, gusta filmowe i ocenę poszczególnych produkcji, jak i o tryb obcowania z polskim filmem, używane środki przekazu itd.

## Znaczenie projektu

Oglądanie filmów (i seriali) jest jedną z podstawowych, **najważniejszych praktyk kulturowych współczesnego świata**. W dobie spadku czytelnictwa, szczególnie jego klasycznych form, to **dzieła filmowe stają się głównymi tekstami kultury**, będącymi popularnym wyrazem wartości dominujących w konkretnym systemie.

Filmy stają się często komentarzem do społecznej, gospodarczej i politycznej rzeczywistości. Pokazują rozterki, wątpliwości i społeczne dylematy aksjologiczne, obecne w danym miejscu i czasie. Zmieniają systemy wartości, komentują je, czasami przeciwdziałają dominującym trendom lub wręcz przeciwnie – wzmacniają je lub nawet kreują. Dzięki swojej popularności i zasięgom mają siłę nieporównywalną z literaturą, malarstwem czy rzeźbą.

W Polsce istnieje **długa tradycja komentowania przez filmy najważniejszych zjawisk i procesów** zachodzących w społeczeństwie (np. *Kanał, Popiół i diament, Przypadek, Człowiek z żelaza, Matka Królów, Psy, Dług, Wesele, Kler*). Szczególnego znaczenia kino nabrało w czasach PRL-u, stając się swoistym sposobem przepracowywania komunizmu i związanych z nim traum. Ludzie filmu – przede wszystkim aktorki i aktorzy, ale też reżyserki i reżyserzy – wyrastali wtedy na idoli, stawali się bohaterkami i bohaterami zbiorowej wyobraźni. Często wchodzili w role buntowników (Zbigniew Cybulski, Krystyna Janda, Bogusław Linda, Daniel Olbrychski), skandalistów (Walerian Borowczyk, Katarzyna Figura, Kalina Jędrusik) czy kontestatorów otaczającej rzeczywistości (Ryszard Bugajski, Agnieszka Holland, Gustaw Holoubek, Krzysztof Kieślowski, Wojciech Pszoniak, Andrzej Wajda). Niekiedy byli uważnymi, czasem złośliwymi czy wręcz zgryźliwymi obserwatorami i krytykami rzeczywistości PRL-u (Stanisław Bareja, Juliusz Machulski, Marek Piwowski). Nieobce bywało im też zaangażowanie społeczne czy wręcz polityczne (Anna Chodakowska,

Gustaw Holoubek, Halina Mikołajska).

Ta specyficzna, wyjątkowa spuścizna nie pozostaje bez wpływu na dzisiejszy odbiór kina i filmu w polskim społeczeństwie, a przynajmniej w jakiejś jego części. Kinematografia ma nie tylko dostarczać rozrywki, lecz także komentować rzeczywistość społeczną, polityczną, gospodarczą. Od reżyserek i reżyserów, aktorek i aktorów (a także innych przedstawicieli branży) oczekuje się **zabierania głosu w sprawach publicznych**, wyraźnej postawy, opowiadania się po którejś ze stron politycznego, społecznego czy aksjologicznego sporu. Mówiąc najkrócej, w Polsce branża filmowa nie jest jedynie biznesem i rozrywką, ale wyznaczane są jej przedstawicielom (przez oczekiwania opinii publicznej) role poważniejsze, ważne dla całej wspólnoty: role komentatorów życia społecznego, organizatorów pamięci zbiorowej, recenzentów rządów.

Dotychczasowy stan wiedzy na temat podejmowanego problemu badawczego, jak już wspomniano, jest mało zadowalający. Szybko zmieniająca się rzeczywistość medialna i technologiczna, a także dynamiczne i zasadnicze zmiany społeczne zachodzące w Polsce powodują, że nawet prawidłowo przeprowadzone badania, systematyczne i metodologicznie poprawne, **stają się dość prędko nieaktualne**. Mamy więc do czynienia z deficytem bieżącej, użytecznej i kompletnej wiedzy na temat ważnego aspektu polskiego życia społecznego i polskiej kultury. Bez wątpienia ten deficyt uzasadnia podjęcie przez nas omawianego problemu badawczego. Pożądane zatem i zasadne jest przeprowadzenie prac badawczych, które w całościowy, metodologicznie poprawny i systematyczny sposób odpowiedzą na stawiane wyżej pytania.

Przeprowadzone przez nas prace nie mają na celu bezpośrednich praktycznych zastosowań, lecz zdobycie nowej wiedzy o obserwowanych procesach, zjawiskach i faktach. Jesteśmy przekonani, że zebrany materiał empiryczny pozwoli dokładniej opisać, zanalizować i przedstawić (także w postaci publikacji **stricte naukowych**) kilka przynajmniej zagadnień związanych z filmem/kinem i jego społecznym odbiorem.

Po pierwsze, będziemy chcieli sportretować i zanalizować wizerunek Polaka przedstawiany w rodzimych produkcjach. W takim opracowaniu postawimy sobie następujące pytania badawcze: jaki zdaniem badanych jest wizerunek Polaka w polskim kinie? Czy jest jednoznaczny, czy raczej zróżnicowany? Czy jest pozytywny, czy raczej negatywny? Jakie zmienne są związane z opinią o wizerunku Polaka kreowanym w polskim filmie? Zgromadzone w ramach naszego projektu dane pozwolą odpowiedzieć na te pytania, a wyniki analiz wniosą wkład w piśmiennictwo dotyczące polskiego społeczeństwa, przede wszystkim jego praktyk kulturowych, zachowań w sferze publicznej, a także tożsamości narodowej.

Po drugie, będziemy chcieli w osobnej publikacji naukowej przedstawić i zanalizować związki między polityką, religią i preferencjami filmowymi Polaków. Zbadamy sposoby, w jakie są one ze sobą powiązane i na siebie wpływają. Filmy, jak wiemy, często stają się wieloaspektowym komentarzem do rzeczywistości, ukazują dylematy aksjologiczne. Będziemy badać różnice w wiedzy, odbiorze i „korzystaniu” z polskiego kina – istniejące (prawdopodobnie) między grupami wyróżnianymi ze względu na religijność, aksjologię, postawy i zachowania polityczne. Nasze analizy ukażą zapewne skomplikowane i niejednoznaczne związki praktyk kulturowych (związanych z filmem i kinem) z religijnością Polaków oraz z ich postawami i zachowaniami politycznymi.

Oczywiście nie wykluczamy praktycznej użyteczności wyników niniejszego projektu. Wręcz przeciwnie, mogą się one stać **materiałem wyjściowym dla decydentów** i pozostałych interesariuszy do projektowania działań w obszarze szeroko rozumianej kultury i polityki kulturalnej państwa (zgodnie z dominującym dziś w politykach publicznych podejściem *evidence-based policy*).

Realizacja projektu ma zatem niewątpliwą wartość autoteliczną, pozwoli lepiej zrozumieć praktyki kulturowe współczesnych Polaków (związane z polskim filmem i jego odbiorem). Wzbogaci w ten sposób wiedzę o polskim społeczeństwie, zachodzących w nim procesach i zjawiskach; może też przysłużyć się racjonalizacji i optymalizacji polityk publicznych w omawianym obszarze, ich większej efektywności.



Znaczenie projektu



Koncepcja i plan badań

Omawiany tu projekt może też stać się inspiracją dla nowych badań empirycznych, otworzyć pola badawcze, dotąd eksplorowane rzadko lub wcale. Może również zapoczątkować **cykliczny program badawczy**, zgłębiający stosunek Polaków do polskiego kina i filmu (nie mamy wątpliwości, że taki program badawczy jest w Polsce potrzebny; będziemy się bardzo cieszyć, jeśli niniejszy projekt przyczyni się do jego uruchomienia).

Wydaje się, że w tym kontekście nie bez znaczenia jest także metodologiczny aspekt projektu. Mamy ambicję, aby spełniał on wysokie standardy stawiane najlepszym badaniom akademickim. Sięgamy po najnowocześniejsze metody badawcze i narzędzia analizy statystycznej. Na etapie zbierania danych stosujemy **triangulację** metod i danych, służącą zapewnieniu wysokiej jakości prowadzonych badań i ograniczeniu błędu pomiaru. W wypadku naszego projektu polega ona na zbieraniu danych za pomocą większej liczby technik (sondaż, zogniskowane wywiady grupowe, indywidualne wywiady pogłębione, analiza danych zastanych). Następnie ich wyniki są ze sobą zestawiane i porównywane.

## Koncepcja i plan badań

Projekt składał się z **trzech głównych etapów**. Na pierwszym z nich wypracowaliśmy narzędzia, które następnie zostały użyte w analizach. Drugim etapem była terenowa część badania; zbierano wówczas dane. W końcu na trzecim etapie analizowaliśmy zebrane dane, interpretowaliśmy i podsumowywaliśmy wyniki, które teraz przedstawiamy w niniejszym raporcie końcowym. Etapy, ze względu na specyfikę szczegółowych celów badawczych, przynajmniej w części na siebie zachodziły.

Celem pierwszego etapu było stworzenie narzędzi badawczych do późniejszych analiz. Aby osiągnąć ten cel, przeprowadzono niezbędne prace koncepcyjne. Dokonaliśmy przeglądu literatury przedmiotu i wyników dostępnych badań empirycznych. Umożliwiło to nam lepszą orientację w analizowanym obszarze badawczym, co z kolei

pozwoiliło na wypracowanie odpowiedniego planu działania i umożliwiło metodologicznie poprawne zbadanie omawianego zjawiska. Uwzględniało ono zarówno dotychczasowy dorobek teoretyczny i empiryczny, jak i lokalną specyfikę oraz polski kontekst.

Dalszymi krokami były konceptualizacja i operacjonalizacja badania. Stworzyliśmy narzędzia, których następnie używano w analizach. Ważnym elementem naszego projektu było badanie ilościowe, ogólnopolski sondaż na próbie reprezentatywnej. Został on „obudowany” analizą danych zastanych (np. treści komentarzy czy recenzji dostępnych w internecie), kontekstowych, a także badaniami jakościowymi (zogniskowane wywiady grupowe, FGI).

Gotowe do użycia narzędzia (scenariusze wywiadów, sposoby doboru respondentów, kwestionariusze zbierania danych kontekstowych, plany analiz zebranych danych i danych zastanych) zostały przedyskutowane; konsultowaliśmy się ze specjalistami, w tym także z przedstawicielami instytucji zamawiającej badanie. Ich uwagi zostały uwzględnione w ostatniej fazie prac nad instrumentarium badawczym. Głównym efektem końcowym pierwszego etapu były gotowe do użycia narzędzia badawcze.

Na drugim etapie projektu zostały zrealizowane badania terenowe zaplanowane na etapie pierwszym. Zebrano dane sondażowe, dane ze zogniskowanych wywiadów grupowych, a także niezbędne dane zastane, kontekstowe. W projekcie staraliśmy się w pełni wykorzystać zalety pluralizmu metod badawczych (*mixed methods research*). Zastosowaliśmy schemat badania, w którym poszczególne metody (i związane z nimi techniki pozyskiwania danych) się przeplatały. Najpierw zostały przeprowadzone analizy danych zastanych i badania jakościowe (zogniskowane wywiady grupowe), które stanowiły rodzaj badawczego zwiadu. Następnie, w oparciu między innymi o te doświadczenia i dane, został dopracowany kwestionariusz badania sondażowego, stworzony na pierwszym etapie projektu. Kolejnym krokiem była realizacja (przez ośrodek demoskopijny) badania sondażowego. Jednocześnie był zbierany i analizowany zastany materiał empiryczny zawierający interesujące dla nas informacje (dane box office’u, dane telemetryczne, wyniki dostępnych badań sondażowych

zrealizowanych w Polsce w latach wcześniejszych i uwzględniających pytania dotyczące badanego przez nas obszaru). Dane zostały zebrane, a następnie przygotowane do analizy.

Głównym efektem tego etapu był zbiór danych powstały w oparciu o badanie sondażowe. Drugim efektem były dane z badań ilościowych, pozwalające lepiej zrozumieć informacje z badania ilościowego, będące swoistym „miękkim” komentarzem do twardych, kwantyfikowanych danych sondażowych. W końcu trzecim efektem omawianego etapu stały się zebrane i odpowiednio przygotowane do analizy dane zastane.

Celem trzeciego etapu projektu była analiza zgromadzonego materiału empirycznego i interpretacja uzyskanych wyników. Został przygotowany raport końcowy, który jest głównym rezultatem całego projektu. Dostarcza on odpowiedzi na nasze pytania badawcze i przedstawia porządną, wszechstronną i pogłębioną akademicką analizę odbioru polskiego kina przez Polaków.

## Metodyka badań

Badania terenowe były realizowane w kilku fazach, częściowo na siebie zachodzących. Od początku terenowego etapu projektu trwały prace nad zastanym materiałem empirycznym. Jego wstępne analizy dostarczyły inspirujących i ważnych informacji, które zostały następnie wykorzystane przy pracy nad stworzeniem zasadniczego narzędzia badawczego – kwestionariusza badania sondażowego.

Bardzo ważnym elementem naszego badania terenowego był właśnie sondaż. Pozwolił on na zgromadzenie niezbędnego do analiz materiału empirycznego. Sondaż został zrealizowany na ogólnopolskiej próbie dorosłej ludności Polski. Wywiady były realizowane metodą CAWI (ta decyzja była spowodowana kwestiami budżetowymi).

Część informacji zdobywano za pomocą zogniskowanych wywiadów grupowych. Zrealizowaliśmy osiem takich wywiadów. Ich



scenariusze korzystały ze zgromadzonej już wiedzy, w tym przede wszystkim z informacji wynikających z analizy zastanego materiału empirycznego. Omawiane wywiady pozwoliły pogłębić wiedzę zdobytą w analizie zastanego materiału empirycznego i w analizie danych sondażowych.

W analizie zgromadzonego materiału empirycznego posilkowaliśmy się odpowiednim oprogramowaniem i aparaturą. Do analiz ilościowych używaliśmy dostępnych pakietów statystycznych (R, Stata, SPSS). Także do analizy danych jakościowych wykorzystaliśmy odpowiednie oprogramowanie (MAXQDA).

Część badań terenowych była realizowana przez wyspecjalizowane ośrodki badawcze, a pozostała część zadań wykonana przez członków zespołu. Mają oni bogate doświadczenie w realizacji badań społecznych i politycznych w terenie (zarówno jakościowych, jak i ilościowych), co pozwoliło należycie dobrać instytucję wykonującą zadania badawcze (sondaż, FGI), a także prawidłowo przeprowadzić te działania badawcze, które chcieliśmy wykonać sami. Wiedza i doświadczenie członków zespołu oraz założona ich aktywna rola w trakcie samej realizacji badań pozwoliły prócz tego należycie kontrolować usługodawców. Zapewniło to dochowanie przez nich najwyższej staranności w realizacji badania i zagwarantowało najwyższą możliwą do osiągnięcia jakość zgromadzonego materiału empirycznego.

## Struktura raportu

W pierwszej części raportu omawiamy i analizujemy dane zastane; ta część pokazuje oficjalne dane dotyczące oglądalności polskich filmów w ostatnich kilkunastu latach. Następnie przedstawiamy i analizujemy dane sondażowe. Trzecia część naszego raportu omawia i analizuje dane zgromadzone w zogniskowanych wywiadach grupowych. W każdej części omawiamy krótko metodę działania (pytania badawcze, główne tezy, schemat badania i zbierania danych), a w dalszej kolejności przedstawiamy wyniki analiz empirycznych. Raport kończy dyskusja wyników i ich podsumowanie.



### Literatura:

- Crain C., 2018, *Why We Don't Read, Revisited*, „The New Yorker”.
- IBISWorld, 2018, *Global Movie Production & Distribution: Industry Market Research Report*. New York: IBISWorld.
- Litka P., 2012, *Widowisko, oświata, propaganda*. „Tygodnik Powszechny” 20/2012.
- Mander J., Trifonova V., 2019, *Online TV. An exploration of online TV behaviors, and the streaming services driving the industry*. London: GlobalWebIndex.
- MPAA, 2016, *Theatrical Market Statistics*. Washington: MPAA.
- Stephens M., 1998, *The Rise of the Image, the Fall of the Word*. New York: Oxford University Press.
- Therborn G., 2015, *Nierówność, która zabija*, Tomanek P. (tłum.), Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

# I.

# WIDOWNIA TELEWIZYJNA I KINOWA FILMU POLSKIEGO



Michał Wenzel

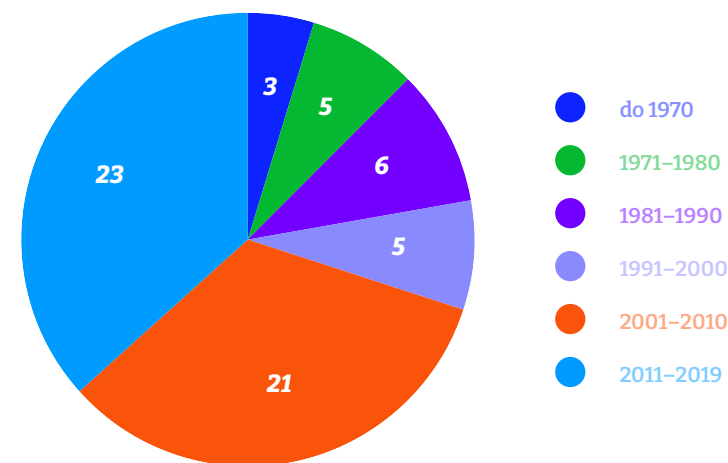


## Widownia telewizyjna polskich filmów, 2004—2019

Analizę widowni telewizyjnej polskich filmów fabularnych sporządziliśmy, korzystając z badań telemetrycznych prowadzonych przez firmę Nielsen Audience Measurement (szczegóły metodologii w Aneksie 1). Badanie objęło lata 2004–2019.

Dla każdego roku ustaliliśmy top 10 – dziesięć emisji polskich filmów fabularnych (z wyłączeniem seriali) o największej widowni, liczonej w danym roku kalendarzowym. Ogółem badanie objęło 16 lat, a w pierwszej dziesiątce znalazły się łącznie 63 filmy (niektóre pojawiały się wielokrotnie). Większość z nich (35) to komedie<sup>1</sup>.

Na rys. 1 pokazany jest rozkład roku produkcji filmów. Zdecydowana większość (44) to filmy wyprodukowane po 2000 roku, podczas gdy 14 obrazów wyprodukowano do 1990 roku. Jednak to najstarsze produkcje cieszyły się największą popularnością.



Rysunek 1. Rok produkcji filmów w top 10

<sup>1</sup> W badaniu porównujemy widownie z różnych okresów rozwoju systemu medialnego. W 2019 roku było więcej kanałów TV niż w 2004, znacznie większą rolę odgrywał streaming w internecie. Dlatego też porównujemy przede wszystkim miejsce w rankingu, nie liczbę widzów poszczególnych emisji.

W latach 2004–2019 w pierwszej dziesiątce najpopularniejszych emisji 23 filmy pojawiły się więcej niż raz (tab. 1). Zdecydowanie najpopularniejszy film wśród polskich widzów to *Sami swoi* (reż. S. Chęciński, 1967) i jego kontynuacje, a więc *Nie ma mocnych* oraz *Kochaj albo rzuć*. Pierwsza część cyklu co roku znajduje się w pierwszej dziesiątce emisji o największej widowni. Działo się tak zarówno, kiedy film wyświetlała TVP, jak i gdy emisje odbywały się w TV Polsat.

Drugi niezwykle popularny cykl to *Kogel-mogel* (reż. R. Załuski, 1988) oraz jego sequal, *Galimatias*. Zaś trzecia część cyklu pt. *Miszmasz* była najpopularniejszą polską premierą w kinach w 2019 roku. Jeszcze dwa cykle filmów regularnie zbierają znaczącą widownię: świąteczne *Listy do M.* oraz *U Pana Boga...* Jacka Bromskiego. Dwukrotnie w zestawieniu znalazł się też inny film tego reżysera, *Kariera Nikosia Dyzmy*.

**Tabela 1.** Filmy pojawiające się w top 10 częściej niż w jednym roku

Tytuł	Ile razy w top 10
<i>Sami swoi</i>	16
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	13
<i>Kogel-mogel</i>	11
<i>Galimatias, czyli Kogel-mogel II</i>	10
<i>Nie ma mocnych</i>	10
<i>Kochaj albo rzuć</i>	9
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	7
<i>U Pana Boga za piecem</i>	6
<i>Listy do M.</i>	4
<i>Ranczo Wilkowyje</i>	4
<i>Sprawa się rypła</i>	3
<i>Tylko mnie kochaj</i>	3
<i>Znachor</i>	3
<i>Chłopaki nie płaczą</i>	2
<i>Dlaczego nie!</i>	2
<i>Ja wam pokażę!</i>	2
<i>Kariera Nikosia Dyzmy</i>	2
<i>Listy do M. 2</i>	2
<i>Nad życie</i>	2



<i>Niespotkanie spokojny człowiek</i>	2
<i>Show</i>	2
<i>U Pana Boga w ogródku</i>	2
<i>U Pana Boga za miedzą</i>	2

Wspomniane wyżej filmy emitowane były często w pasmach gwarantujących – przynajmniej do pewnego momentu – największą oglądalność, a więc w ważne święta. Na liście emisji o największej widowni (tab. 2) i w rankingu emisji o największym udziale filmu polskiego w widowni ogółem (tab. 3) przeważają komedie, przede wszystkim „stare” – z czasów PRL-u (*Jak rozpętałem II wojnę światową*, *Sami swoi*, *Kogel-mogel*, *Sprawa się rypła*), ale też z lat późniejszych (*E=mc2*, *Zróbmy sobie wnuka*). Jedynym dramatem na liście jest *Katyn* Andrzeja Wajdy (emisja w dzień katastrofy smoleńskiej).

**Tabela 2.** Największa widownia seansu, 2004–2019

Tytuł	Data emisji	Widownia
<i>Kogel-mogel</i>	01.01.2005	7 423 097
<i>Ranczo Wilkowyje</i>	26.12.2009	6 977 188
<i>E=mc2</i>	01.01.2005	6 535 722
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	09.04.2007	6 222 440
<i>Sami swoi</i>	09.04.2004	6 180 088
<i>Galimatias, czyli Kogel-mogel II</i>	30.11.2005	6 052 565
<i>Katyn</i>	10.04.2010	6 048 134
<i>Kariera Nikosia Dyzmy</i>	18.09.2004	5 930 850
<i>Nie ma mocnych</i>	02.05.2006	5 891 144
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	06.09.2004	5 814 850
<i>Galimatias, czyli Kogel-mogel II</i>	21.08.2006	5 712 711
<i>U Pana Boga za piecem</i>	28.12.2007	5 559 356
<i>Ja wam pokażę!</i>	21.04.2007	5 461 425
<i>Sami swoi</i>	04.01.2008	5 420 861
<i>Sami swoi</i>	01.05.2009	5 394 514
<i>Nie ma mocnych</i>	11.01.2008	5 390 100
<i>Sami swoi</i>	10.05.2007	5 298 578
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	24.12.2005	5 244 889
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	01.05.2007	5 229 782

Tabela 3. Największy udział filmu polskiego w widowni ogółem, 2004–2019

Tytuł	Data emisji	Udział w widowni
<i>Kogel–mogel</i>	01.01.2005	46,67%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	06.09.2004	43,86%
<i>Kariera Nikosia Dyzmy</i>	18.09.2004	42,55%
<i>Galimatias, czyli Kogel-mogel II</i>	21.08.2006	41,87%
<i>Sami swoi</i>	09.04.2004	41,39%
<i>Ranczo Wilkowyje</i>	26.12.2009	41,32%
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	09.04.2007	40,02%
<i>U Pana Boga za piecem</i>	03.08.2004	39,92%
<i>Katyń</i>	10.04.2010	39,45%
<i>Nie ma mocnych</i>	11.01.2008	39,25%
<i>Sprawa się rypła</i>	27.07.2004	38,76%
<i>Galimatias, czyli Kogel-mogel II</i>	30.11.2005	38,75%
<i>Nie ma mocnych</i>	02.05.2006	38,49%
<i>Nie ma mocnych</i>	02.05.2009	38,32%
<i>Sami swoi</i>	04.01.2008	38,29%
<i>E=mc2</i>	01.01.2005	37,68%
<i>Kogel–mogel</i>	14.08.2006	36,84%
<i>Niespotkanie spokojny człowiek</i>	14.01.2007	36,67%
<i>Sami swoi</i>	01.05.2009	36,49%
<i>Sami swoi</i>	15.08.2005	36,30%

Jeśli zsumować całkowitą widownię telewizyjną (tab. 4), okazuje się, że przeciętny Polak w latach 2004–2019 obejrzał film *Sami swoi* w TV niemal dwukrotnie (oczywiście te statystyki nie uwzględniają innych nośników – płyt, streamingu w internecie). Drugie miejsce zajmuje *Jak rozpętałem II wojnę światową* (reż. T. Chmielewski, 1969).

Tabela 4. Całkowita widownia TV, 2004–2019

Tytuł	Widownia 2004–2019
<i>Sami swoi</i>	63 705 135
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	47 925 805
<i>Kogel–mogel</i>	38 905 159
<i>Galimatias, czyli Kogel-mogel II</i>	38 624 717
<i>Nie ma mocnych</i>	38 266 856
<i>Kochaj albo rzuć</i>	32 889 121
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	26 884 377
<i>U Pana Boga za piecem</i>	24 370 833
<i>Ranczo Wilkowyje</i>	20 243 474
<i>Listy do M.</i>	13 586 357

## Widownia kinowa polskich filmów, 2006–2019

W latach 2006–2019 systematycznie rosła zarówno liczba polskich premier, jak i widownia polskich produkcji w kinach (tab. 5). Rekordowy pod względem liczby widzów był rok 2018, kiedy ponad 5 mln widzów obejrzało film *Kler* (reż. W. Smarzowski). W pierwszej dziesiątce najpopularniejszych filmów znalazły się też trzy części *Listów do M.*, *Katyń*, dwa filmy Patryka Vegi (*Pitbull. Niebezpieczne kobiety* oraz *Botoks*), komedia romantyczna *Lejdis*, kontynuacja filmu *Kogel–mogel (Miszmasz)*, a także *Bogowie*. Większość z tych filmów miała także bardzo liczną widownię podczas emisji w telewizji. Ogółem 42 filmy polskiej produkcji miały widownię przewyższającą 1 mln widzów (tab. 6).

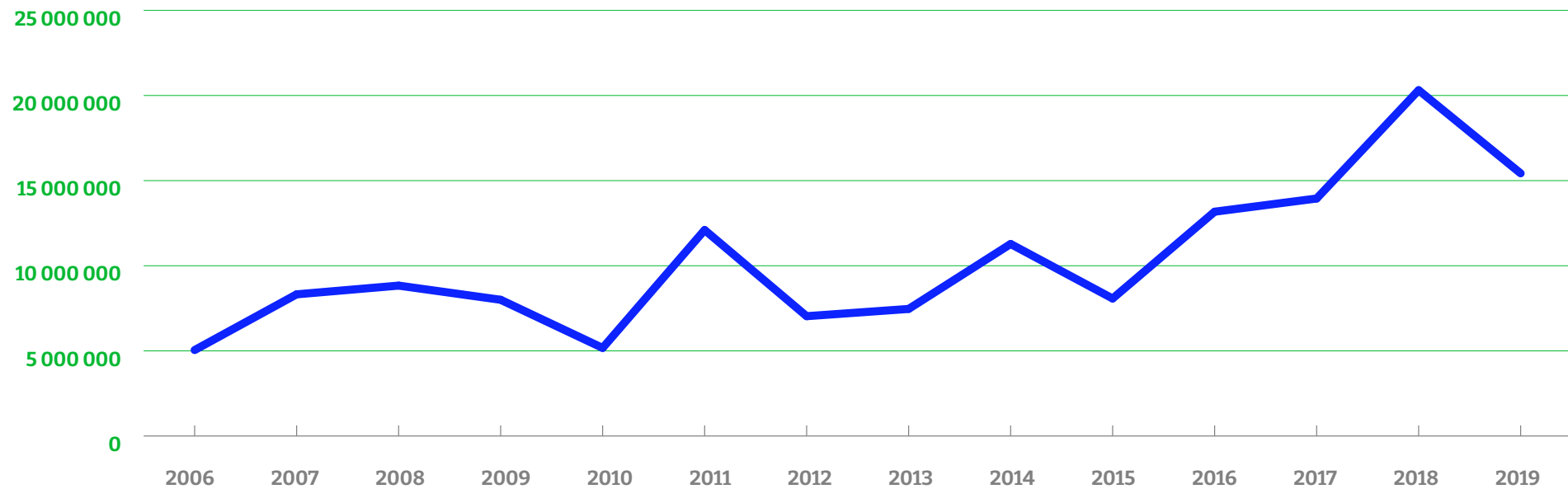
Tabela 5. Premiery i widownia polskich filmów w kinach, 2006–2019

Zbiórce statystyki														
Rok	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Liczba premier	15	19	23	28	21	26	21	30	26	28	36	39	32	40
Łączna widownia	5 047 729	8 321 007	8 832 838	8 001 164	5 171 801	12 098 461	7 037 079	7 462 435	11 278 169	8 074 694	13 174 485	13 948 207	20 310 744	15 427 397

WIDOWNIA  
TELEWIZYJNA  
I KINOWA  
FILMU  
POLSKIEGO

← →  
Widownia kinowa  
polskich filmów,  
2006—2019

Widownia polskich filmów



Rysunek 2. Widownia polskich filmów w kinach, 2006–2019

Tabela 6. Filmy z widownią powyżej 1 mln, 2006–2019

Lp.	Tytuł	Dystrybutor	Widzowie	Rok premiery
1	<i>Kler</i>	Kino Świat	5 202 471	2018
2	<i>Listy do M. 3</i>	Kino Świat	3 013 311	2017
3	<i>Listy do M. 2</i>	Kino Świat	2 968 645	2015
4	<i>Pitbull. Niebezpieczne kobiety</i>	Kino Świat	2 884 415	2016
5	<i>Katyni</i>	ITI Cinema	2 770 313	2007
6	<i>Listy do M.</i>	ITI Cinema	2 560 734	2011
7	<i>Lejdis</i>	ITI Cinema	2 530 660	2008
8	<i>Miszmasz, czyli Kogel-mogel 3</i>	Next Film/Interfilm	2 389 082	2019
9	<i>Botoks</i>	Kino Świat	2 319 702	2017
10	<i>Bogowie</i>	Next Film	2 268 654	2014
11	<i>Kobiety mafii</i>	Kino Świat	2 037 411	2018
12	<i>Planeta Singli</i>	Kino Świat	1 926 812	2016
13	<i>Polityka</i>	Kino Świat	1 890 172	2019
14	<i>Sztuka kochania. Historia Michaliny Wisłockiej</i>	Next Film	1 813 088	2017
15	<i>Miasto 44</i>	Kino Świat	1 756 415	2014
16	<i>Och, Karol 2</i>	Interfilm	1 709 101	2011
17	<i>Planeta Singli 2</i>	Kino Świat	1 696 653	2018
18	<i>Tylko mnie kochaj</i>	ITI/Interfilm	1 669 638	2006
19	<i>Dywizjon 303. Historia prawdziwa</i>	Dystrybucja Mówi Serwis	1 526 128	2018
20	<i>1920 Bitwa Warszawska</i>	Forum Film	1 521 180	2011
21	<i>Wołyń</i>	Forum Film	1 449 995	2016



Lp.	Tytuł	Dystrybutor	Widzowie	Rok premiery
22	<i>Jesteś Bogiem</i>	Kino Świat	1 445 703	2012
23	<i>Planeta Singli 3</i>	Kino Świat	1 436 947	2019
24	<i>Pitbull. Nowe porządki</i>	VUE Movie	1 433 466	2016
25	<i>Nie kłam, kochanie</i>	ITI/Interfilm	1 400 287	2008
26	<i>Boże Ciało</i>	Kino Świat	1 363 031	2019
27	<i>Testosteron</i>	ITI Cinema	1 361 228	2007
28	<i>Kochaj i tańcz</i>	ITI Cinema	1 336 552	2009
29	<i>Popiełuszko. Wolność jest w nas</i>	Kino Świat	1 312 230	2009
30	<i>W ciemności</i>	Kino Świat	1 201 354	2012
31	<i>Jack Strong</i>	Vue Movie	1 180 010	2014
32	<i>Ja wam pokażę!</i>	Forum Film	1 179 533	2006
33	<i>Dlaczego nie!</i>	Interfilm	1 152 693	2007
34	<i>7 rzeczy, których nie wiecie o facetach</i>	Interfilm	1 147 475	2016
35	<i>Kobiety mafii 2</i>	Kino Świat	1 144 606	2019
36	<i>Naręczony na niby</i>	Dystrybucja Mówi Serwis	1 127 269	2018
37	<i>Podatek od miłości</i>	Kino Świat	1 044 687	2018
38	<i>Zimna wojna</i>	Kino Świat	1 042 578	2018
39	<i>Świadek</i>	Kino Świat	1 040 616	2008
40	<i>Drogówka</i>	Next Film	1 025 884	2013
41	<i>Pitbull. Ostatni pies</i>	Kino Świat	1 014 213	2018
42	<i>Śtuby panieńskie</i>	Kino Świat	1 002 141	2010

## Profile widzów

Profile widzów zostały opracowane na podstawie badań telemetrycznych. Ogólna statystyka oglądalności danego filmu określa jego udział w widowni ogółem. Porównując udziały w widowni dla poszczególnych grup społeczno-demograficznych, możemy określić, kto (jakie grupy) ponadprzeciętnie często ogląda film (tab. 7). Filmy dobraliśmy celowo – przeprowadziliśmy wstępną analizę profili i wybraliśmy filmy odpowiadające zainteresowaniom różnych grup. Przy czym filmy te należą do najczęściej oglądanych, więc zróżnicowania określają punkty ciężkości, jednak opisywane filmy cieszą się znaczącą popularnością wśród ogółu widzów. Wybraliśmy emisje z ostatnich lat, aby profile były aktualne.

Najczęściej oglądany polski film to *Sami swoi*. Jest to produkcja atrakcyjna dla wszystkich grup społeczno-demograficznych, z naciskiem jednak na osoby słabo wykształcone. Co ciekawe, dużą popularnością film ten cieszy się wśród młodych dorosłych. Wcześniejsze emisje *Samych swoich* i jego kontynuacji także były popularne wśród młodych grup wiekowych, dla których realia tam przedstawione są z pewnością obce. Pokazuje to trwałość oddziaływania humoru zawartego w tym filmie, a być może też aktualność problemu społecznego, jakim jest adaptacja społeczeństwa wiejskiego do zmieniających się okoliczności politycznych i gospodarczych.

Stosunkowo wyraźny profil społeczny miała widownia filmu Andrzeja Wajdy *Wałęsa. Człowiek z nadziei* (nr 1 w 2015 roku). W zestawieniu pojawia się stosunkowo niewiele filmów reżyserów zaliczanych przez krytyków i środowisko do czołowych polskich artystów sztuki filmowej, filmy Wajdy należą tu do nielicznych wyjątków. Typowy widz tego filmu to dobrze wykształcona osoba w średnim wieku. Zapewne dla tej grupy ludzi, a więc dla inteligencji będącej świadkiem i współuczestnikiem zmian systemowych, postać Lecha Wałęsy jest szczególnie ważna. Grupa ta ma też przypuszczalnie wyjątkowo duży szacunek dla twórczości Wajdy – wychowywała się na jego filmach.

Inny trudny i ambitny film o stosunkowo dużej widowni (numer 2 w 2018 roku) to *Wołyń* Wojciecha Smarzowskiego. Widzowie tego filmu to przede wszystkim osoby starsze, emeryci. Stosunki polsko-ukraińskie w czasie II wojny światowej długo nie były rzetelnie przedstawione w mediach ani w sztuce. Dla starszych osób *Wołyń*, jak można przypuszczać, wypełnia lukę poznawczą, może stanowi formę zadośćuczynienia.

Jeśli chodzi o kino popularne, nieodmiennie dużą widownię (zarówno w kinach, jak i w telewizji) przyciągają kolejne części cyklu *Listy do M*. Film ten ma szeroką widownię, z naciskiem jednak na młodych widzów (dzieci i młodych dorosłych). Jest to typowe kino rodzinne, które mogą wspólnie oglądać osoby w różnym wieku, o różnych poglądach, u nikogo niewzbudzające kontrowersji.

Nieco inaczej przedstawia się widownia filmów Patryka Vegi, reżysera licznych produkcji osiągających bardzo dobre wyniki oglądalności. *Botoks* to film krytycznie oceniany przez środowisko filmowe, jednak popularny wśród widzów kinowych i telewizyjnych. Jest to film dla młodych (zwłaszcza najmłodszych) dorosłych. Wśród dzieci, a także seniorów jego udziały w widowni były niewielkie. Przerysowana stylistyka odstręcza starszych i jest uznawana za nieodpowiednią dla dzieci.

Wśród wybranych do analizy profili filmów dwa cieszyły się ponadprzeciętną popularnością wśród kobiet: *Kogel-mogel* i *Sztuka kochania. Historia Michaliny Wisłockiej*. Oba te obrazy szczególnie popularne były wśród kobiet w średnim wieku. O ile jednak *Kogel-mogel* oglądali zwykle widzowie o niewielkim wykształceniu, to *Sztuka kochania* skupiała dobrze wykształconych. Styl i tematyka filmu *Kogel-mogel* i jego kontynuacji mają trwały odzew wśród polskich widzów, filmy te regularnie przyciągają wielką widownię. Jest to kolejny przykład obrazu poruszającego problem zmian w środowisku wiejskim, zetknięcia się ludzi ze wsi z miejską rzeczywistością.

Tabela 7. Profile widowni wybranych filmów

Tytuł		Wąłesa. Człowiek z nadziei	Listy do M.	Wołyń	Kogel-mogel	Sztuka kochania	Botoks	Sami swoi
Udział w widowni ogółem		19,92%	20,13%	22,65%	15,89%	13,22%	12,99%	16,37%
Data emisji		11.11.2015	26.12.2016	08.07.2018	22.02.2019	08.03.2019	07.05.2019	25.01.2019
<b>Udział widowni w grupach społeczno-demograficznych</b>								
Płeć	Mężczyźni	18,88%	17,31%	23,42%	14,33%	11,35%	13,02%	17,39%
	Kobiety	20,68%	22,55%	21,98%	17,18%	14,67%	12,97%	15,55%
Grupa zawodowa	Kadra zarządzająca	29,27%	23,80%	22,22%	14,43%	19,14%	16,13%	12,16%
	Prac. śr. szczebla	22,77%	26,96%	21,09%	18,34%	21,51%	20,32%	18,17%
	Robotnicy i rolnicy	16,63%	20,40%	22,47%	18,39%	14,23%	15,99%	20,13%
	Emeryci	19,47%	11,92%	27,47%	12,13%	8,08%	5,64%	12,75%
Wykształcenie	Niskie	17,18%	18,06%	19,58%	18,08%	9,40%	10,88%	20,76%
	Średnie	21,42%	20,52%	27,87%	13,61%	14,34%	14,73%	12,95%
	Wysokie	25,93%	24,50%	24,36%	15,27%	22,45%	15,88%	11,27%
Wiek	4-9	14,86%	16,10%	5,44%	10,52%	8,48%	5,42%	10,21%
	10-12	14,61%	31,34%	1,02%	16,11%	11,03%	7,59%	19,32%
	13-15	16,62%	25,80%	9,74%	17,51%	9,84%	19,81%	22,89%
	16-17	20,47%	38,58%	22,15%	15,15%	8,96%	1,85%	14,96%
	18-19	5,44%	35,00%	13,48%	19,45%	11,37%	49,24%	34,90%
	20-24	19,62%	27,06%	21,92%	21,29%	11,03%	16,23%	27,14%
	25-29	16,06%	28,84%	21,37%	16,41%	12,88%	19,35%	15,81%
	30-34	20,54%	22,59%	18,64%	24,57%	19,93%	20,68%	16,10%
	35-39	20,75%	27,74%	9,74%	15,38%	21,39%	19,13%	16,66%
	40-44	18,80%	23,84%	23,27%	18,66%	23,19%	20,44%	13,42%
	45-49	24,05%	23,56%	19,48%	20,71%	20,88%	25,75%	28,32%
	50-54	20,04%	20,68%	18,15%	18,02%	9,07%	14,91%	21,39%
	55-59	25,30%	19,03%	22,05%	16,63%	13,99%	12,77%	19,74%
	60-64	19,38%	16,90%	30,66%	16,32%	9,34%	7,10%	18,97%
	65+	18,68%	8,66%	29,96%	10,53%	8,48%	4,70%	9,83%



## Podsumowanie: jakie filmy lubi oglądać polski widz

Po prezentacji danych statystycznych postaramy się wydobyć kilka cech filmów cieszących się trwałą popularnością u polskiego widza; w ten sposób uzyskamy wgląd w jego oczekiwania i gusta. Oczywiście różne podgrupy widzów mają zainteresowania niszowe – my zajmujemy się masowymi trendami, a więc zjawiskami na skalę ogólnopolską.

Polski widz utożsamia się z bohaterem wiejskim, chłopem lub dzieckiem chłopca. Chłopi w zetknięciu ze współczesnością – to jeden z najczęstszych motywów w popularnych obrazach. Tak silna obecność tych motywów związana jest z opisywaną przez socjologów chłopską genealogią większości polskiego społeczeństwa, ciągle żywymi tarciami między wiejskim pochodzeniem a miejską współczesnością. W *Samych swoich* była to konfrontacja bohaterów z realiami powojennymi na Ziemiach Zachodnich, w *Koglu-moglu* temat migracji ze wsi do miasta, w obrazach nakręconych po 1990 roku – adaptacji do nowego stylu życia i zetknięcia się kultury wiejskiej ze współczesną (np. *Zróbmy sobie wnuka*, *Ranczo Wilkowyje*). Obrazy wsi mają trwałą siłę oddziaływania. Filmy dziejące się w tym środowisku, nakręcone w czasach PRL-u, oglądane są masowo także przez młodą widownię, prawdopodobnie będącą w stanie odnieść te realia do swoich własnych doświadczeń.

Współczesne kino popularne zdominowane jest przez przerysowane obrazy sensacyjne Patryka Vegi. Ich popularność to w pewnym stopniu dowód słabości krytyki i zaniku hierarchii w ocenie sztuki filmowej. Filmy te nie cieszą się uznaniem środowisk opiniotwórczych, jednak systematycznie uzyskują bardzo dużą widownię, zarówno kinową, jak i telewizyjną. Dla naszego projektu ważna jest odpowiedź na następujące pytanie – co można wnioskować o potrzebach polskiego widza i o polskiej rzeczywistości z popularności obrazów Vegi?



Na przedstawione dane można też spojrzeć z drugiej strony – czego brak na liście najchętniej oglądanych filmów? Po pierwsze, niewiele jest filmów wojennych. W PRL-u kręcono ich bardzo dużo, właściwie żaden nie przetrwał próby czasu. Jedyny pojawiający się na liście dawny film wojenny to komediowe i groteskowe *Jak rozpętałem II wojnę światową*, który trudno uznać za reprezentatywny dla gatunku. Także wśród nowych filmów o największej widowni niewiele jest filmów wojennych (wyróżniają się *Katyń* i *Miasto 44*). Temat ten chyba przestał rezonować u widza.

Podobnie stosunkowo mało jest obrazów historycznych. Niezwykle niegdyś popularne ekranizacje *Trylogii* Sienkiewicza tylko raz pojawiły się na liście najpopularniejszych emisji TV (*Potop*, nr 10 w 2014 roku). Z nowszych produkcji – *1920 Bitwa Warszawska* miała liczną widownię. Chyba nie jest łatwo przedstawić wydarzenia historyczne w sposób atrakcyjny dla widza i jednocześnie niewpisujący się we współczesne konflikty światopoglądowe.

Niewiele jest na liście filmów ambitnych, nakręconych przez reżyserów uznanych za wybitnych artystów. Brak w ogóle np. Kieślowskiego i Zanussiego, a z nowszych twórców – Koterskiego czy Krzysztofa Krauzego. Na liście najpopularniejszych emisji TV pojawiły się dwa filmy Wajdy, jednak oba stosunkowo nowe (*Katyń* i *Wałęsa. Człowiek z nadziei*). Film *Ida*, zdobywca Oscara, miał stosunkowo niewielką, niespełna ćwierćmilionową widownię kinową.

Zwykle niewielu widzów przyciągają obrazy na temat współczesnych problemów społecznych, jednak jest kilka wyjątków od tej reguły. Najważniejszy z nich to *Kler* – film z największą widownią kinową w opisywanym okresie. Jego popularność pokazuje, że bardzo silna jest potrzeba krytycznego spojrzenia na społeczną rolę Kościoła.

## ANEKS 1

### Metodologia



#### Dane telemetryczne

Badanie telemetryczne przeprowadziła firma Nielsen Audience Measurement. Firma ta przeprowadza badania telemetryczne metodą siedmiu kroków. Pierwszy krok: Analiza struktury społeczeństwa (tzw. sondaż założycielski – Establishment Survey). Drugi krok: Wybór grupy rodzin, która pozwoli odtworzyć strukturę demograficzną Polski w mniejszej skali (budowa panelu telemetrycznego). Trzeci krok: Instalacja mierników telemetrycznych, dzięki którym gromadzone są informacje. Czwarty krok: Codzienna transmisja danych od rodzin do komputerowej biblioteki Nielsen Audience Measurement. Piąty krok: Obróbka danych i stworzenie z tysięcy elementów jednej spójnej bazy danych. Szósty krok: Opisanie sekunda po sekundzie, jakie programy były nadawane przez poszczególne stacje. Siódmy krok: Przekazanie klientom Nielsen Audience Measurement plików, które po umieszczeniu w oprogramowaniu dają pełny obraz widowni telewizyjnej.

Pomiar przeprowadzono dla grupy celowej: wszystkie osoby w wieku 4+. Badanie objęło okres: 1.01.2004–31.12.2019.

W badaniu użyto dwóch wskaźników:

**AMR** – wielkość widowni danego programu (wyrażona jako liczba widzów); jest liczona na podstawie wszystkich minut programu; ten wskaźnik zwyczajowo służy jako odpowiedź na pytanie: jaka była liczba widzów?

**SHR%** – udział w widowni telewizyjnej; określa, jaka część osób, które w danym czasie oglądały telewizję, była widzami danego programu; odpowiada na pytanie: jaki był udział w widowni telewizyjnej?

Badanie objęło następujące stacje:

TVP1; TVP2; Polsat; Polonia1; TVP Polonia; Canal+; TVP INFO [TVP3]; TVN7 [RTL7]; TV Wisła; TV Odra; Polsat2; TVN; Discovery; Cartoon Network/TNT; MTV Music Polska [VIVA Polska]; Eurosport 1 [Eurosport]; TVP3 Gdansk [TVP Gdansk]; TVP3 Warszawa [TVP Warszawa]; Nasza TV; TVP3 Poznan [TVP Poznan]; TVP3 Katowice [TVP Katowice]; TVP3 Krakow [TVP Krakow]; TVP3 Lodz [TVP Lodz]; TVP3 Wroclaw [TVP Wroclaw]; TVP3 Lublin [TVP Lublin]; TVP3 Bydgoszcz [TVP Bydgoszcz]; TVP3 Rzeszow [TVP Rzeszow]; TVP3 Szczecin

[TVP Szczecin]; TVP3 Białystok [TVP Białystok]; Wizja TV network; Wizja 1; Wizja Sport; TV4; Twoja Telewizja Miejska; MTV Polska; TV PULS [PULS]; Cartoon Network/TCM; VIVA (German); TVN24; Tele5; Discovery Life [Animal Planet]; teleTOON+ [ZigZap/Hyper]; Jetix [Fox Kids]; MiniMini+ [MiniMini]; CBS Action [Zone Romantica]; CBS Europa [Zone Europa]; National Geographic; 13 Ulica [13th Street Universal]; CBS Drama [Club TV]; CBS Reality [Zone Reality]; AXN; Planete+ [Planete]; Kino Polska; Ale Kino+ [Ale Kino]; CANAL+ SPORT [Canal+ Niebieski]; Comedy Central Family [VH1 Polska]; TVN Turbo; TVN Style; Polsat Sport; 4FUN.TV [4fun.tv]; Travel Channel; Polsat Sport Extra; kuchnia+ [kuchnia.tv]; Discovery Science [Discovery Sci-Trek]; Discovery Civilisation; Comedy Central; TO!TV [ITV]; Mango24; LOVE [Wedding TV]; TVP Kultura; Superstacja; FOX Comedy [FOX Life]; Boomerang; BBC Brit [BBC Entertainment]; BBC Lifestyle; BBC Earth [BBC Knowledge]; Movies 24; HGTV [TVN Meteo Active]; Jetix Play; Extreme Sports; BBC CBeebies; Discovery World; TVP Sport; Disney Channel; E! Entertainment [E!]; TVS; Polsat News; TVP Historia; Domo+ [Domo]; Polsat Cafe; Polsat Play; Kino TV [Film-Box]; AXN White [AXN Crime]; AXN Black [AXN Sci-Fi]; Nickelodeon; Canal+ 1 [Canal+ Family 2]; Cartoon Network; TNT [TCM]; Discovery Travel & Living [Discovery Travel & Adventure]; Universal Channel; Polsat Futbol; Disney XD; Polsat Film; Polsat JimJam [JimJam]; Orange Sport [Orange Sport Info]; Eska TV Extra [Eska TV]; 4FUN GOLD HITS [4FUN HITS]; National Geographic Wild [Nat Geo Wild]; TLC; Sportklub; HISTORY; TVP Seriale; FOX; Religia.tv; Czworka Polskie Radio; Disney Junior [Playhouse Disney]; Water Planet [CSB TV]; TVP HD; TV6; Discovery Historia; TVN+1; Polo TV; Rodin TV; Scifi Universal; VH 1 [VH1 Europe]; Paramount Channel HD [Viacom Blink]; Kino Polska Muzyka; TTV - Twoja Telewizja; CI Polsat [Polsat Crime & Investigation Network]; Investigation Discovery; TVR; Canal+ Family [Canal+ Weekend]; 4FUN DANCE [4FUN FIT&DANCE]; Canal+ Film; Red Carpet TV [E TV]; Puls 2; ATM Rozrywka; nSport+ [nSport]; Super Polsat [Polsat Sport News]; Polsat Viasat Explore [Polsat Viasat Explorer]; Polsat Viasat History [Viasat History]; Polsat Viasat Nature [Viasat Nature]; AXN Spin; Nicktoons [Nickelodeon HD]; Nick Jr; Food Network [Polsat Food]; Polsat News 2 [Polsat Biznes]; Stars.tv; AMC [MGM]; Canal+ Seriale [Canal+ Film 2]; TVP Rozrywka; Polsat Romans; TVP3 [TVP Regionalna]; DTX [Discovery Turbo Xtra]; TVP ABC; TVN24 Biznes i Świat; Stopklatka; Romance TV; Fokus TV; Disco Polo Music; Power TV; TV Republika; Vox Music TV; Polsat Music HD [Muzo.tv]; Polsat Volleyball 1; Animal Planet HD; Eurosport2; ADVENTURE; History2 [H2]; Lifetime; BBC First [BBC HD]; Sundance Channel; TVN Fabula; Canal+ Dokument [Canal+ Disco-

very]; CANAL+ SPORT2; Motowizja; Da Vinci [Da Vinci Learning]; Nat Geo People; Wellbeing; NTL; NUTA.TV; Eleven Sports 1 [Eleven]; Eleven Sports 2 [Eleven Sports]; Eska Rock TV [HIP HOP TV]; Eska TV [8TV]; Zoom TV; Nowa TV; Metro; WP; Polsat Sport News HD; Polsat Sport Fight; Polsat Doku; TOP KIDS; Golf Channel Polska; Fightklub; Nowela TV; Epic Drama; Telewizja WPOLSCA.PL; Active Family; Polsat Rodzina; Polsat Games; e-sport tv; Gametoon; TOP KIDS JR; CANAL+ SPORT3; CANAL+ SPORT4; StudioMED TV; Inne kablowe/satelitarne; Inne.

**Tabela 8.** Szacowana wielkość populacji (Total Individuals Universe), wielkość próby (Cases)

Rok	
2004	Total Individuals Universe: 36 241 000 Cases: 4 372
2005	Total Individuals Universe: 35 808 000 Cases: 4 263
2006	Total Individuals Universe: 35 963 000 Cases: 4 112
2007	Total Individuals Universe: 35 980 000 Cases: 4 103
2008	Total Individuals Universe: 35 886 000 Cases: 4 015
2009	Total Individuals Universe: 35 935 000 Cases: 4 012
2010	Total Individuals Universe: 35 952 000 Cases: 4 032
2011	Total Individuals Universe: 35 742 000 Cases: 4 048
2012	Total Individuals Universe: 35 722 000 Cases: 4 007
2013	Total Individuals Universe: 35 745 000 Cases: 4 188
2014	Total Individuals Universe: 35 453 326 Cases: 4 324
2015	Total Individuals Universe: 35 730 000 Cases: 5 026
2016	Total Individuals Universe: 35 610 000 Cases: 4 962
2017	Total Individuals Universe: 35 489 000 Cases: 4 901
2018	Total Individuals Universe: 35 475 000 Cases: 4 843
2019	Total Individuals Universe: 35 794 000 Cases: 4 856

### Dane na temat widowni kinowej

Dane na temat widowni w kinach pozyskuje Polski Instytut Sztuki Filmowej. Dane pochodzą od dystrybutorów filmów. Informacje dostępne są w domenie publicznej na stronie internetowej: <https://pisf.pl/box-office/>.

## ANEKS 2

## Top 10 emisji polskich filmów w TV, 2004–2019

### WIDOWNIA TELEWIZYJNA I KINOWA FILMU POLSKIEGO

ANEKS 2

→  
Top 10 emisji  
polskich filmów  
w TV, 2004–2019

Tytuł	Kanał	Data emisji	Widownia	Udział w widowni
<b>2004</b>				
<i>Sami swoi</i>	Polsat	09.04.2004	6 180 088	41,39%
<i>Kariera Nikosia Dyzmy</i>	TVP1	18.09.2004	5 930 850	42,55%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	Polsat	06.09.2004	5 814 850	43,86%
<i>Quo vadis</i>	TVP1	11.12.2004	5 145 801	33,69%
<i>Sprawa się rypła</i>	TVP1	27.07.2004	5 062 230	38,76%
<i>U Pana Boga za piecem</i>	TVP1	03.08.2004	4 773 542	39,92%
<i>Zurek</i>	TVP1	29.12.2004	4 706 921	27,21%
<i>Show</i>	TVP1	01.01.2004	4 639 754	26,84%
<i>Łowcy skór</i>	TVP1	15.09.2004	4 626 406	31,57%
<i>Kochaj albo rzuć</i>	Polsat	13.04.2004	4 407 163	34,89%
<b>2005</b>				
<i>Kogel–mogel</i>	TVP1	01.01.2005	7 423 097	46,67%
<i>E=mc2</i>	TVP1	01.01.2005	6 535 722	37,68%
<i>Galimatias, czyli Kogel–mogel II</i>	TVP2	30.11.2005	6 052 565	38,75%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	Polsat	24.12.2005	5 244 889	34,88%
<i>Sami swoi</i>	Polsat	15.08.2005	5 037 094	36,30%
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	Polsat	28.03.2005	4 320 480	27,19%
<i>Znachor</i>	TVP2	04.04.2005	4 198 991	30,01%
<i>Tato</i>	TVP2	06.01.2005	4 059 851	25,49%
<i>Kariera Nikosia Dyzmy</i>	TVP1	15.10.2005	4 057 003	28,74%
<i>Pieć i niebo</i>	TVP1	04.05.2005	3 974 747	24,64%
<b>2006</b>				
<i>Nie ma mocnych</i>	TVP1	02.05.2006	5 891 144	38,49%
<i>Galimatias, czyli Kogel–mogel II</i>	TVP1	21.08.2006	5 712 711	41,87%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	Polsat	11.09.2006	4 886 581	35,68%
<i>Kochaj albo rzuć</i>	TVP1	03.05.2006	4 820 867	29,80%
<i>Kogel–mogel</i>	TVP1	14.08.2006	4 770 832	36,84%
<i>Przybyli ułani</i>	TVP1	15.08.2006	4 720 143	33,27%
<i>Sami swoi</i>	Polsat	17.04.2006	4 318 308	28,81%
<i>Show</i>	TVP1	11.02.2006	4 302 164	28,58%
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	Polsat	03.05.2006	4 216 621	26,94%
<i>Nie lubię poniedziałku</i>	TVP2	09.03.2006	4 133 127	24,91%
<b>2007</b>				
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	Polsat	09.04.2007	6 222 440	40,02%
<i>U Pana Boga za piecem</i>	TVP1	28.12.2007	5 559 356	35,79%
<i>Ja wam pokażę!</i>	TVP1	21.04.2007	5 461 425	36,22%
<i>Sami swoi</i>	TVP2	10.05.2007	5 298 578	34,18%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	TVP2	01.05.2007	5 229 782	35,92%
<i>Atrakcyjny pozna panią...</i>	TVP2	07.01.2007	5 196 303	30,02%
<i>Niespotkanie spokojny człowiek</i>	TVP2	14.01.2007	5 107 804	36,67%
<i>Nie ma mocnych</i>	TVP2	17.05.2007	5 033 437	33,92%
<i>Tylko mnie kochaj</i>	TVN	16.11.2007	4 842 221	30,00%
<i>Galimatias, czyli Kogel–mogel II</i>	TVP2	11.01.2007	4 832 435	29,32%

Tytuł	Kanał	Data emisji	Widownia	Udział w widowni
<b>2008</b>				
<i>Sami swoi</i>	TVP1	04.01.2008	5 420 861	38,29%
<i>Nie ma mocnych</i>	TVP1	11.01.2008	5 390 100	39,25%
<i>Niespotykanie spokojny człowiek</i>	TVP2	28.12.2008	4 655 949	34,03%
<i>Kogel-mogel</i>	TVP1	01.02.2008	4 300 492	33,95%
<i>Galimatias, czyli Kogel mogel II</i>	TVP1	26.12.2008	4 198 229	34,06%
<i>Kochaj albo rzuć</i>	TVP2	29.10.2008	4 122 025	30,19%
<i>U Pana Boga za piecem</i>	TVP2	24.12.2008	3 999 946	28,25%
<i>Wyjście awaryjne</i>	TVP2	25.12.2008	3 980 929	31,50%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	TVP1	15.02.2008	3 947 991	28,67%
<i>Tylko mnie kochaj</i>	TVN	10.10.2008	3 939 371	27,72%
<b>2009</b>				
<i>Ranczo Wilkowyje</i>	TVP1	26.12.2009	6 977 188	41,32%
<i>Sami swoi</i>	TVP1	01.05.2009	5 394 514	36,49%
<i>Nie ma mocnych</i>	TVP1	02.05.2009	5 164 129	38,32%
<i>Chłopaki nie płaczą</i>	TVP1	28.02.2009	4 905 304	31,74%
<i>U Pana Boga za piecem</i>	TVP1	25.08.2009	4 630 333	35,31%
<i>Dlaczego nie!</i>	TVP2	11.06.2009	4 193 066	28,92%
<i>Kochaj albo rzuć</i>	TVP1	03.05.2009	4 083 653	32,08%
<i>Kogel-mogel</i>	TVP2	03.06.2009	4 072 176	27,70%
<i>Prawo ojca</i>	TVP1	19.06.2009	4 046 345	28,77%
<i>Ciało</i>	TVP1	17.01.2009	4 010 656	25,68%
<b>2010</b>				
<i>Katyni</i>	TVP1	10.04.2010	6 048 134	39,45%
<i>Ranczo Wilkowyje</i>	TVP1	02.10.2010	5 173 716	33,67%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	TVP1	03.05.2010	4 390 062	25,28%
<i>Chłopaki nie płaczą</i>	TVP2	06.01.2010	4 355 209	28,52%
<i>U Pana Boga w ogródku</i>	TVP2	24.12.2010	4 054 799	28,05%
<i>Znachor /film/</i>	TVP2	02.01.2010	3 986 079	32,29%
<i>Nie kłam kochanie</i>	TVN	05.11.2010	3 959 834	25,89%
<i>Dlaczego nie!</i>	TVP1	06.11.2010	3 878 224	24,08%
<i>Sami swoi</i>	TVP2	24.04.2010	3 754 962	28,55%
<i>Ja wam pokażę!</i>	TVP1	03.06.2010	3 694 072	29,13%
<b>2011</b>				
<i>Ranczo Wilkowyje</i>	TVP1	03.05.2011	4 679 893	27,39%
<i>Sami swoi</i>	TVP2	16.12.2011	4 419 777	31,78%
<i>Tylko mnie kochaj</i>	TVP1	12.02.2011	4 370 144	29,81%
<i>Nie ma mocnych</i>	TVP2	23.12.2011	3 995 490	29,03%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	TVP1	25.07.2011	3 776 328	27,69%
<i>Galimatias, czyli Kogel-mogel II</i>	TVN	19.06.2011	3 729 691	25,58%
<i>Kochaj albo rzuć</i>	TVP2	30.12.2011	3 661 912	27,14%
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	TVP1	25.04.2011	3 436 316	21,14%
<i>U Pana Boga za piecem</i>	TVP1	23.06.2011	3 397 949	26,82%
<i>Sprawa się rypła</i>	TVP1	08.08.2011	3 380 104	25,05%



Tytuł	Kanał	Data emisji	Widownia	Udział w widowni
<b>2012</b>				
<i>Sami swoi</i>	TVP1	26.06.2012	4 539 626	31,27%
<i>Znachor /film/</i>	TVP1	01.11.2012	4 094 644	28,76%
<i>Nie ma mocnych</i>	TVP1	03.07.2012	3 709 540	30,21%
<i>Och, Karol 2</i>	TVP1	17.11.2012	3 589 291	27,34%
<i>Kochaj albo rzuć</i>	TVP1	10.07.2012	3 550 110	29,54%
<i>Kogel-mogel</i>	TVN	29.01.2012	3 468 651	21,47%
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	TVP1	04.07.2012	3 359 467	27,39%
<i>Galimatias, czyli Kogel mogel II</i>	TVN	05.02.2012	3 234 650	19,59%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	TVP1	29.08.2012	3 145 898	23,78%
<i>Sztos</i>	TVN	22.01.2012	3 129 581	19,38%
<b>2013</b>				
<i>Galimatias, czyli Kogel-mogel II</i>	TVP1	15.02.2013	3 784 170	24,00%
<i>Sprawa się rypła</i>	TVP1	04.01.2013	3 505 052	21,69%
<i>Listy do M.</i>	TVN	29.11.2013	3 400 433	22,97%
<i>Kogel-mogel</i>	TVP1	08.02.2013	3 321 156	22,00%
<i>U Pana Boga za miedzą</i>	TVP2	01.01.2013	3 317 644	20,18%
<i>1920 Bitwa Warszawska</i>	TVP1	15.08.2013	3 180 046	24,62%
<i>Kochaj albo rzuć</i>	TVP1	26.08.2013	3 105 523	23,17%
<i>Sami swoi</i>	TVP2	03.03.2013	2 977 461	25,21%
<i>Nie ma mocnych</i>	TVP1	19.08.2013	2 855 220	21,73%
<i>Pieniądze to nie wszystko</i>	TVN	26.12.2013	2 596 592	16,88%
<b>2014</b>				
<i>Sami swoi</i>	Polsat	01.01.2014	3 725 876	22,58%
<i>Ranczo Wilkowyje</i>	TVP1	28.02.2014	3 412 677	22,19%
<i>Nad życie</i>	TVN	01.11.2014	3 350 379	20,63%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	Polsat	19.01.2014	3 184 015	17,66%
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	TVP2	06.01.2014	2 962 070	17,25%
<i>Galimatias, czyli Kogel-mogel II</i>	TVP1	24.08.2014	2 435 683	15,45%
<i>Listy do M.</i>	TVN	25.12.2014	2 396 642	15,02%
<i>Kogel-mogel</i>	TVP1	17.01.2014	2 306 716	17,85%
<i>Pokłosie</i>	TVP1	05.12.2014	2 256 498	16,42%
<i>Potop</i>	TVN	28.12.2014	2 170 123	14,52%
<b>2015</b>				
<i>Wąłesa. Człowiek z nadziei</i>	TVP1	11.11.2015	3 239 081	19,92%
<i>U Pana Boga w ogródku</i>	TVP1	01.01.2015	3 041 384	18,10%
<i>Sami swoi</i>	Polsat	18.01.2015	2 891 182	16,66%
<i>U Pana Boga za miedzą</i>	TVP1	06.01.2015	2 539 541	14,77%
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	TVP2	06.01.2015	2 366 983	18,21%
<i>Kogel-mogel</i>	Polsat	12.07.2015	2 264 610	16,24%
<i>Lincz</i>	TVP1	17.08.2015	2 081 066	15,16%
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	Polsat	08.02.2015	2 004 123	11,75%
<i>Układ zamknięty</i>	TVP1	05.12.2015	1 920 100	12,85%
<i>Seksmisja</i>	Polsat	26.07.2015	1 903 519	13,54%

Tytuł	Kanał	Data emisji	Widownia	Udział w widowni
<b>2016</b>				
Listy do M.	TVN	26.12.2016	3 294 799	20,13%
Kochaj albo rzuć	TVP2	06.01.2016	3 166 462	20,01%
Bogowie	TVN	25.11.2016	3 159 920	21,57%
Galimatias, czyli Kogel-mogel II	Polsat	31.01.2016	2 726 265	16,91%
Sami swoi	Polsat	10.01.2016	2 561 933	14,95%
Kogel-mogel	Polsat	24.01.2016	2 467 456	14,67%
Wkręceni	TVN	11.03.2016	2 387 665	15,61%
Nad życie	TVN	03.12.2016	2 245 067	14,27%
Nie ma mocnych	TVP2	01.01.2016	2 188 927	14,18%
Last minute	TVN	11.12.2016	2 016 067	11,96%
<b>2017</b>				
Listy do M. 2	TVN	03.11.2017	2 798 653	18,67%
Listy do M.	TVN	25.12.2017	2 269 461	14,90%
Dzień dobry, Kocham Cię	Polsat	25.02.2017	2 216 930	14,93%
Sprawiedliwi wydział kryminalny: wszystko się może zdarzyć	TV4	03.12.2017	2 128 026	13,21%
Jak rozpętałem II wojnę światową	Polsat	07.01.2017	2 087 223	12,52%
Kamienie na szaniec	Polsat	01.05.2017	2 078 230	14,34%
Nigdy nie mów nigdy	TVP1	11.02.2017	2 073 679	13,56%
Sami swoi	Polsat	28.01.2017	2 009 708	12,64%
U Pana Boga za piecem	TVP2	13.01.2017	2 009 707	12,94%
Miłość na wybiegu	TVP1	03.05.2017	1 948 077	12,40%
<b>2018</b>				
7 rzeczy, których nie wiecie o facetach	Polsat	02.04.2018	3 286 378	20,80%
Wołosi	TVP1	08.07.2018	3 059 816	22,65%
Sami swoi	Polsat	26.01.2018	2 701 853	17,65%
Planeta Singli	TVN	02.03.2018	2 364 255	15,83%
Jak rozpętałem II wojnę światową	Polsat	19.01.2018	2 335 339	15,30%
Listy do M. 2	TVN	25.12.2018	2 225 022	15,10%
Kogel-mogel	Polsat	16.02.2018	2 139 117	14,03%
Nie ma mocnych	Polsat	02.02.2018	2 125 077	14,01%
Smoleńsk	TVP1	08.04.2018	2 065 156	16,10%
Wkręceni 2	TVP1	29.12.2018	2 038 632	13,67%
<b>2019</b>				
Sami swoi	Polsat	25.01.2019	2 473 314	16,37%
Kogel-mogel	Polsat	22.02.2019	2 370 856	15,89%
Kamerdyner	TVP1	01.11.2019	2 314 155	17,42%
Kochaj albo rzuć	Polsat	08.02.2019	1 971 406	14,32%
Galimatias, czyli Kogel-mogel II	Polsat	05.07.2019	1 918 318	15,74%
Nie ma mocnych	Polsat	01.02.2019	1 913 792	12,98%
Jak rozpętałem II wojnę światową	Polsat	04.01.2019	1 878 724	12,38%
Sztuka kochania. Historia Michaliny Wisłockiej	TVN	08.03.2019	1 868 860	13,22%
Botoks	Polsat	07.05.2019	1 766 269	12,99%
Kurier	TVP1	01.09.2019	1 762 896	12,49%

WIDOWNIA  
TELEWIZYJNA  
I KINOWA  
FILMU  
POLSKIEGO

ANEKS 2



Top 10 emisji  
polskich filmów  
w TV, 2004—2019

## ANEKS 3

## Filmy polskie o największej widowni kinowej, 2006–2019

### WIDOWNIA TELEWIZYJNA I KINOWA FILMU POLSKIEGO

ANEKS 3



Filmy polskie  
o największej  
widowni kinowej,  
2006—2019

Tytuł	Dystrybutor	Widzowie
<b>2006</b>		
<i>Tylko mnie kochaj</i>	ITI/Interfilm	1 669 638
<i>Ja wam pokażę!</i>	Forum Film	1 179 533
<i>Samotność w sieci</i>	Kino Świat	436 073
<i>Francuski numer</i>	ITI Cinema	294 249
<i>Job, czyli ostatnia szara komórka</i>	Monolith	242 388
<i>Dublerzy</i>	ITI Cinema	221 477
<i>Wszyscy jesteśmy Chrystusami</i>	Vision	213 514
<i>Hi Way</i>	Kino Świat	213 472
<i>Plac Zbawiciela</i>	Best Film	185 400
<i>Jasminum</i>	Best Film	165 358
<b>2007</b>		
<i>Katyni</i>	ITI Cinema	2 770 313
<i>Testosteron</i>	ITI Cinema	1 361 228
<i>Dlaczego nie!</i>	Interfilm	1 152 693
<i>Świadek koronny</i>	ITI Cinema	959 697
<i>Rys</i>	Forum Film	808 966
<i>Ranczo Wilkowyje</i>	Forum Film	383 012
<i>U Pana Boga w ogródku</i>	Vision	313 250
<i>Sztuczki</i>	Kino Świat	183 201
<i>Tryptyk rzymski</i>	Monolith	66 762
<i>Wszystko będzie dobrze</i>	ITI Cinema	63 239
<b>2008</b>		
<i>Lejdis</i>	ITI Cinema	2 530 660
<i>Nie kłam, kochanie</i>	ITI/Interfilm	1 400 287
<i>Świadectwo</i>	Kino Świat	1 040 616
<i>To nie tak jak myślisz, kotku</i>	Kino Świat	907 997
<i>Ile waży koń trojański?</i>	Monolith	621 889
<i>Jeszcze raz</i>	Monolith	616 813
<i>Rozmowy nocą</i>	SPI	320 134
<i>Mała wielka miłość</i>	ITI Cinema	232 589
<i>Mała Moskwa</i>	Syrena Films	231 136
<i>33 sceny z życia</i>	Kino Świat	200 424
<b>2009</b>		
<i>Kochaj i tańcz</i>	ITI Cinema	1 336 552
<i>Popiełuszko. Wolność jest w nas</i>	Kino Świat	1 312 230
<i>Idealny facet dla mojej dziewczyny</i>	ITI Cinema	690 031
<i>Galerianki</i>	Monolith	579 592
<i>Miłość na wybiegu</i>	Kino Świat	455 163
<i>Wojna polsko-ruska</i>	ITI Cinema	443 058
<i>Nigdy nie mów nigdy</i>	Kino Świat	417 243
<i>Rewers</i>	Syrena Films	406 153
<i>Włatcy móch. Ćmoki, czopki i mondzioly</i>	SPI	370 710
<i>Generał Nil</i>	Monolith	275 993
<b>2010</b>		
<i>Śluby panieńskie</i>	Kino Świat	1 002 141
<i>Ciacho</i>	Syrena Films	956 395
<i>Śniadanie do łóżka</i>	Kino Świat	708 427
<i>Randka w ciemno</i>	Kino Świat	671 090
<i>Skrzydlate świnię</i>	ITI Cinema	339 492
<i>Trick</i>	Kino Świat	302 090
<i>Wszystko, co kocham</i>	ITI Cinema	236 979
<i>Kołysanka</i>	Monolith	228 550
<i>Święty interes</i>	Kino Świat	178 310
<i>Różyczka</i>	Monolith	106 302

Tytuł	Dystrybutor	Widzowie
<b>2011</b>		
<i>Listy do M.</i>	ITI Cinema	2 560 734
<i>Och, Karol 2</i>	Interfilm	1 709 101
<i>1920 Bitwa Warszawska 3D</i>	Forum Film	1 521 180
<i>Wyjazd integracyjny</i>	Kino Świat	927 356
<i>Sala Samobójców</i>	ITI Cinema	829 795
<i>Baby są jakies inne</i>	Kino Świat	821 438
<i>Weekend</i>	ITI Cinema	719 779
<i>Czarny czwartek. Janek Wiśniewski padł</i>	Kino Świat	677 578
<i>Jak się pozbyć cellulitu</i>	Warner	391 386
<i>Jan Paweł II. Szukałem Was...</i>	Interfilm	378 981
<b>2012</b>		
<i>Jesteś Bogiem</i>	Kino Świat	1 445 703
<i>W ciemności</i>	Kino Świat	1 201 354
<i>Mój rower</i>	ITI Cinema	483 496
<i>Bitwa pod Wiedniem</i>	Monolith	470 623
<i>Róża</i>	Monolith	431 534
<i>Nad życie</i>	ITI Cinema	367 031
<i>Sztos 2</i>	ITI Cinema	350 878
<i>Pokłosie</i>	Monolith	325 525
<i>Sponsoring</i>	Kino Świat	323 384
<i>Rzeź</i>	Kino Świat/SPI	318 485
<b>2013</b>		
<i>Drogówka</i>	Next Film	1 025 884
<i>Wałęsa. Człowiek z nadziei</i>	ITI Cinema	970 520
<i>Sęp</i>	ITI Cinema	604 539
<i>Układ zamknięty</i>	Kino Świat	593 046
<i>Bejbi Blues</i>	Kino Świat	426 506
<i>Oszukane</i>	ITI Cinema	425 772
<i>Mój biegun</i>	Vue Movie	385 058
<i>Syberia polska</i>	Kino Świat	366 366
<i>Chce się żyć</i>	Kino Świat	308 364
<i>Ida</i>	Solopan	243 466
<b>2014</b>		
<i>Bogowie</i>	Next Film	2 268 654
<i>Miasto 44</i>	Kino Świat	1 756 415
<i>Jack Strong</i>	Vue Movie	1 180 010
<i>Pod Mocnym Aniołem</i>	Kino Świat	884 833
<i>Wkręcenie</i>	Interfilm	843 098
<i>Kamienie na szaniec</i>	Monolith	836 625
<i>Dzień dobry, Kocham Cię</i>	Vue Movie	611 846
<i>Powstanie Warszawskie</i>	Next Film	602 179
<i>Obywatel</i>	Vue Movie	479 477
<i>Służby specjalne</i>	Vue Movie	476 715
<b>2015</b>		
<i>Listy do M. 2</i>	Kino Świat	2 968 645
<i>Disco polo</i>	Next Film	879 520
<i>Wkręcenie 2</i>	Interfilm	770 917
<i>Karbala</i>	Next Film	416 423
<i>Chemia</i>	Vue Movie	320 604
<i>Body/Ciało</i>	Kino Świat	301 749
<i>Carte Blanche</i>	Kino Świat	296 556
<i>Ziarno prawdy</i>	Next Film	292 854
<i>Król życia</i>	Next Film	221 954
<i>Życie nie umierać</i>	Kino Świat	212 990

Tytuł	Dystrybutor	Widzowie
<b>2016</b>		
<i>Pitbull. Niebezpieczne kobiety</i>	Kino Świat	2 884 415
<i>Planeta Singli</i>	Kino Świat	1 926 812
<i>Wołyń</i>	Forum Film	1 449 995
<i>Pitbull. Nowe porządki</i>	VUE Movie	1 433 466
<i>7 rzeczy, których nie wiecie o facetach</i>	Interfilm	1 147 475
<i>Moje córki krowy</i>	Kino Świat	739 280
<i>Ostatnia rodzina</i>	Kino Świat	542 428
<i>Smoleńsk</i>	Kino Świat	463 275
<i>Słaba płeć?</i>	Monolith	369 922
<i>Historia Roja</i>	Kino Świat	312 478
<b>2017</b>		
<i>Listy do M. 3</i>	Kino Świat	3 013 311
<i>Botoks</i>	Kino Świat	2 319 702
<i>Sztuka kochania. Historia Michaliny Wislockiej</i>	Next Film	1 813 088
<i>Najlepszy</i>	Dystrybucja Mówi Serwis	765 655
<i>Porady na zdrady</i>	Kino Świat	748 545
<i>Po prostu przyjaźń</i>	Next Film	647 724
<i>Volta</i>	Kino Świat	512 867
<i>Twój Vincent</i>	Next Film	453 209
<i>Maria Skłodowska-Curie</i>	Kino Świat	393 688
<i>Cicha noc</i>	Forum Film	374 395
<b>2018</b>		
<i>Kler</i>	Kino Świat	5 202 471
<i>Kobiety mafii</i>	Kino Świat	2 037 411
<i>Planeta Singli 2</i>	Kino Świat	1 696 653
<i>Dywizjon 303. Historia prawdziwa</i>	Dystrybucja Mówi Serwis	1 526 128
<i>Narzeczony na niby</i>	Dystrybucja Mówi Serwis	1 127 269
<i>Podatek od miłości</i>	Kino Świat	1 044 687
<i>Zimna wojna</i>	Kino Świat	1 042 578
<i>Pitbull. Ostatni pies</i>	Kino Świat	1 014 213
<i>7 uczuć</i>	Kino Świat	866 676
<i>Miłość jest wszystkim</i>	Kino Świat	620 403
<b>2019</b>		
<i>Mizmasz, czyli Kogel-mogel 3</i>	Next Film/Interfilm	2 389 082
<i>Polityka</i>	Kino Świat	1 890 172
<i>Planeta Singli 3</i>	Kino Świat	1 436 947
<i>Boże Ciało</i>	Kino Świat	1 363 031
<i>Kobiety mafii 2</i>	Kino Świat	1 144 606
<i>Underdog</i>	Next Film	904 785
<i>(Nie)znajomi</i>	Mówi Serwis	658 693
<i>Proceder</i>	Mówi Serwis	516 269
<i>Kurier</i>	Kino Świat	501 466
<i>Całe szczęście</i>	Next Film	484 745





## II.

# W SALONIE I W KINIE – POLACY JAKO WIDOWNIA FILMOWA



Agnieszka Kwiatkowska



## Cele badania

Badanie ilościowe, będące częścią projektu „Polacy o polskich filmach”, miało dwa główne cele. Przede wszystkim w jego efekcie powstał obraz polskiej widowni: jej aspiracji i potrzeb, emocji związanych z kinem, wiedzy o nim i zachowań. W tym celu zbadaliśmy widzów filmów polskich i zagranicznych, a także częstość i sposoby korzystania z kina jako źródła rozrywki w porównaniu z metodami alternatywnymi, pozwalającymi na oglądanie filmów w zaciszu domowym. Zbadaliśmy także zróżnicowanie czynników zachęcających i, wręcz przeciwnie, zniechęcających do korzystania z kina. W ramach tej części badania odpowiadamy na szereg szczegółowych pytań badawczych, w tym:

- Jak często Polacy chodzą do kina (regularnie lub okazjonalnie) i w jakich konfiguracjach? Czy wybierają się indywidualnie, z przyjaciółmi, czy z rodziną? Czy zdarza się, że rezygnują z wyjścia do kina, bo „nie mają z kim pójść” – innymi słowy, czy kino jest postrzegane jako rozrywka stricte społeczna?
- Czy kino jest traktowane jako rozrywka codzienna, czy odświętna? Czy na filmy kinowe czekamy z niecierpliwością, czy też wybieramy się do kina tylko ze względu na wolny czas, dogodny dojazd i porę wyświetlania filmu?
- Czego Polacy szukają w kinie? Co, w dobie wszechobecnych mediów i możliwości indywidualnego obcowania z filmem, nadal przyciąga do sali kinowej? Czy jest to magia wielkiego ekranu, społeczny element decydujący o stylu życia i związanym z nim prestiżem, wydarzenie zaspokajające potrzeby społeczne?
- Skąd Polacy czerpią informacje o repertuarze kinowym? Czy zanim udadzą się na film, zapoznają się z jego recenzjami, pytają znajomych o ocenę? Czy orientują się na bieżąco w aktualnie granych filmach, czy raczej ich wiedza ma charakter wyrywkowy, a repertuar kinowy sprawdzają tylko wtedy, gdy planują wyjście do kina?



- Co decyduje o wyborze konkretnego filmu? Czy przyciąga sam tytuł, gatunek, aktorzy, nazwisko reżysera? Jakie są kryteria oceny filmów w repertuarze i wyboru filmu, w tym szczególnie determinanty wyboru filmu polskiego (famiłarna tematyka, znani aktorzy, wsparcie polskiej kultury, zachęty ze strony mediów publicznych)?
- I wreszcie, co sprawia, że widownia jest zadowolona? Jakie są oczekiwania Polaków wobec filmów? Czy kino ma dostarczać łatwej rozrywki, relaksować, czy wręcz przeciwnie: poruszać trudne kwestie, zmuszać do myślenia, wywoływać pogłębione emocje? Czy widzowie oczekują sympatycznych bohaterów, prostych fabuł i pewnego zwycięstwa dobra nad złem, czy ciekawszy dla nich będzie film niejednoznaczny, ukazujący skomplikowaną ludzką naturę? Zbadaliśmy również popularność 20 wybranych filmów oraz to, jak oceniane są ich poszczególne aspekty.

Podsumowując, w ilościowej części badania przeanalizowaliśmy postawy Polaków wobec filmów kinowych, ze szczególnym uwzględnieniem filmów polskich, biorąc pod uwagę trzy komponenty postawy. Na poziomie kognitywnym poddano analizie poziom wiedzy o kinie i przekonania na temat polskich filmów. Na poziomie afektywnym postawy zostały zbadane emocje, jakie wzbudzają w Polakach filmy, i oceny, jakie im towarzyszą. Analiza poziomu behawioralnego pozwoliła odpowiedzieć na pytania dotyczące zachowań Polaków wobec kina, w tym zróżnicowania zwyczajów związanych z wyborem filmów.

## Metodologia

Badanie zostało przeprowadzone za pomocą ankiety zrealizowanej na ogólnopolskim internetowym panelu badawczym, kontrolowanym pod kątem aktywności respondentów i rzetelności odpowiedzi. W badaniu zastosowano losowo-kwotowy dobór próby (N=1000). Struktura demograficzna próby pod względem płci, wieku, wykształcenia, regionu geograficznego i wielkości miejsca zamieszkania wzo-



Cele  
badania



Metodologia



Kanały  
kontaktu  
z filmem

rowana była na strukturze demograficznej populacji Polski [GUS 2018]. Badanie zostało zrealizowane w dniach 27.11–4.12.2019 roku.

Kwestionariusz ankiety przygotowano na podstawie kwerendy filmoznawczej oraz danych uzyskanych z badań jakościowych. Zawierał 63 pytania, w tym pytania jednokrotnego wyboru, określanie pozycji na skali, pytania złożone, np. wielokrotnego wyboru, otwarte i macierzowe.

Zastosowane ilościowe metody badawcze pozwalają w sposób reprezentatywny wnioskować o społeczeństwie polskim, a także jego wybranych segmentach. Kilkadziesiąt tysięcy użytkowników panelu umożliwia dobranie grupy w pełni odpowiadającej populacji pod względem kluczowych cech społeczno-demograficznych. Współczesne badania społeczne wskazują na to, że badania prowadzone za pośrednictwem internetu zbliżają się pod względem wiarygodności do ankiety tradycyjnej. Ma to szczególne znaczenie, gdy chcemy analizować cechy nierównomiernie rozłożone w populacji i porównywać według nich ograniczone liczebnie grupy.

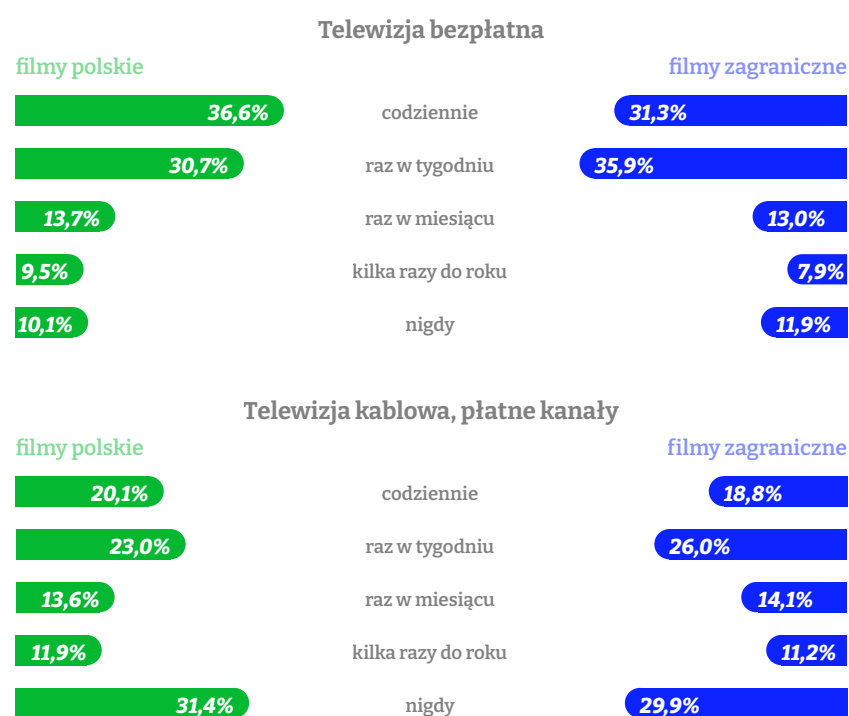
Poza tymi dwiema kluczowymi cechami panele internetowe mają również dodatkowe zalety. Respondenci wypełniają kwestionariusze w sposób nieograniczony czasowo i bez poczucia presji społecznej ze strony ankietera. Dzięki temu uzyskane odpowiedzi mają szansę być bardziej szczerze (jako że unikamy tzw. efektu ankietarskiego, czyli zniekształcenia odpowiedzi przez badanego wynikającego z chęci zyskania aprobaty ankietera) i przemyślane. W ten sposób zyskujemy szansę na pogłębione wnioski o widowni polskich filmów, jej motywacjach i czynnikach decydujących o wyborze, a następnie ocenie filmów.

## Kanały kontaktu z filmem

Polacy oglądają filmy na różne sposoby: w kinie, w telewizji bezpłatnej, kablowej lub dodatkowych płatnych kanałach telewizyjnych

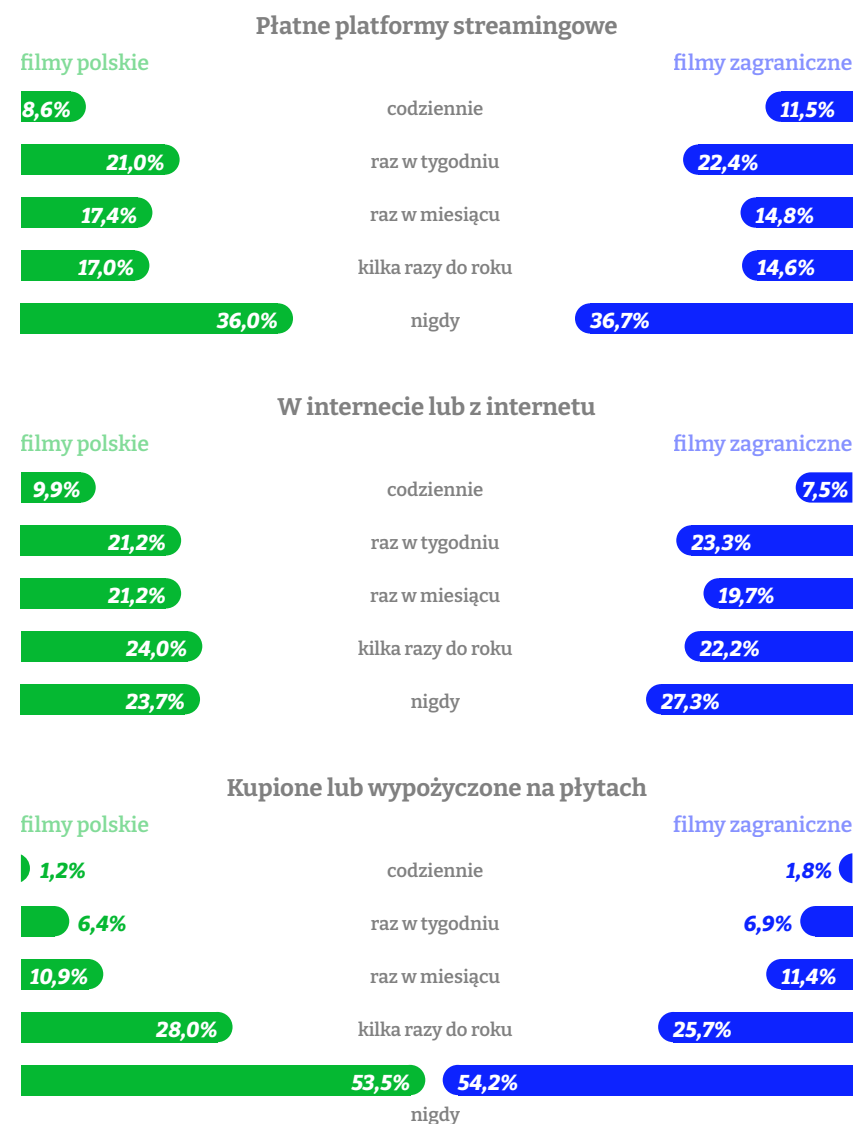
(np. Canal+, UPC), na platformach streamingowych (takich jak Netflix, HBO), w internecie lub ściągnięte z internetu, kupione lub wypożyczone na płytach.

Najpopularniejszą metodą kontaktu z filmem pozostaje telewizja, za którą nie trzeba płacić – ta metoda wybierana jest przez respondentów codziennie (36,0%) lub mniej więcej raz w miesiącu (30,7%) w stosunku do polskich filmów oraz codziennie (31,3%) lub raz w tygodniu (35,9%), jeśli chodzi o filmy zagraniczne. Tylko około 11% respondentów nigdy nie ogląda filmów w telewizji bezpłatnej. W sieciach kablowych lub dodatkowych płatnych kanałach telewizyjnych ogląda codziennie filmy polskie 20,1% respondentów, a mniej więcej raz w tygodniu 23,0%; zbliżony odsetek ogląda w ten sposób codziennie (18,8%) lub raz w tygodniu (26,0%) filmy zagraniczne. Niemal jedna trzecia Polaków nie korzysta z tego typu kanałów.



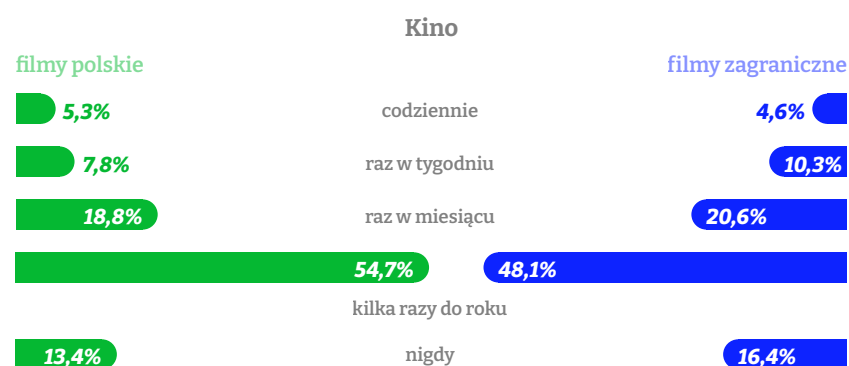
**Rysunek 1.** Oglądanie filmów w telewizji bezpłatnej i w sieciach kablowych lub płatnych kanałach  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Kolejne miejsca pod względem częstości korzystania zajmują płatne platformy streamingowe (np. Netflix, HBO), na których regularnie ogląda filmy około 10,0% Polaków (filmy polskie: codziennie 8,6%, raz w tygodniu 21,0%; filmy zagraniczne: codziennie 11,5%, 22,4% raz w tygodniu) oraz filmy oglądane w internecie lub ściągnięte z internetu (filmy polskie: 9,9% ogląda codziennie, 21,2% raz w tygodniu; filmy zagraniczne: 7,5% ogląda codziennie, 23,3% raz w tygodniu).



**Rysunek 2.** Oglądanie filmów na platformach streamingowych, w internecie lub ściągniętych z internetu oraz kupionych lub wypożyczonych na płytach / Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Na tym tle kino wydaje się elitarną rozrywką, z której regularnie korzystają tylko nieliczni. Wąskie grono respondentów zadeklarowało, że ogląda polskie filmy codziennie (5,3%) lub mniej więcej raz w tygodniu (7,8%) – więcej osób nie chodzi do kina nigdy (13,4%) na polskie filmy. Największa grupa osób chodzi do kina kilka razy do roku lub rzadziej (54,7%), a 18,8% Polaków ogląda filmy kinowe mniej więcej raz w miesiącu. Filmy zagraniczne w kinie są oglądane z podobną częstością. Najmniej osób korzysta z filmów zakupionych lub wypożyczonych na płytach: ponad połowa Polaków nigdy nie ogląda w ten sposób filmów polskich (53,5%) lub zagranicznych (54,2%).



**Rysunek 3.** Oglądanie filmów w kinie  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Preferencje wobec metod oglądania filmów są zróżnicowane ze względu na społeczne i demograficzne: ze względu na płeć, wykształcenie, wielkość miejscowości zamieszkania, subiektywnie ocenianą sytuację materialną oraz wiek. Największe różnice w tych aspektach (wskazane przez wysokość skorygowanego współczynnika R<sup>2</sup> w tab. 1) dotyczą oglądania filmów ściągniętych z internetu lub w internecie, na płatnych platformach streamingowych i w kinie.

**Tabela 1.** Zróżnicowanie społeczno-demograficzne częstości korzystania z różnych metod oglądania filmów (modele regresji liniowej) / Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

	kino		tv bezpłatna		platformy streamingowe		kablówka, płatne kanały		internet		płyty	
	Beta	sig	Beta	sig	Beta	sig	Beta	sig	Beta	sig	Beta	sig
<b>płeć</b>	0,01	0,84	0,03	0,41	0,06	0,08	0,03	0,30	0,06	0,06	0,04	0,29
<b>wykształcenie</b>	-0,03	0,34	-0,05	0,14	-0,03	0,31	0,02	0,58	-0,05	0,14	0,05	0,10
<b>wielkość miejscowości</b>	0,07	0,03	-0,07	0,03	0,04	0,25	0,15	0,00	0,02	0,63	0,07	0,03
<b>sytuacja materialna</b>	0,03	0,31	-0,02	0,59	0,00	0,99	-0,01	0,81	0,05	0,14	0,05	0,11
<b>wiek</b>	-0,17	0,00	-0,05	0,17	-0,23	0,00	0,03	0,44	-0,31	0,00	-0,09	2,47
<b>skorygowane R<sup>2</sup></b>	0,29		0,00		0,47		0,22		0,83		0,12	

Największe znaczenie ma wiek – spośród uwzględnionych zmiennych najsilniej różnicuje częstość oglądania filmów w kinie, na płatnych platformach streamingowych oraz ściągniętych z internetu lub w inny sposób udostępnionych w internecie. Najczęściej oglądają filmy kinowe ludzie młodzi: w grupach wiekowych 18–29 i 30–45. Starsze osoby rzadziej uczęszczają do kina, a około 20% z nich nigdy nie bywa w kinie.

**Tabela 2.** Częstość oglądania filmów w kinie w grupach wiekowych  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Jak często ogląda Pan(i) filmy polskie w kinie?	grupy wiekowe			
	18–29	30–45	46–60	>60
<b>codziennie</b>	4,3%	8,6%	3,4%	3,1%
<b>mniej więcej raz w tygodniu</b>	6,9%	12,0%	4,5%	5,6%
<b>mniej więcej raz w miesiącu</b>	25,0%	23,8%	12,7%	12,2%
<b>kilka razy do roku lub rzadziej</b>	56,9%	46,7%	59,9%	59,7%
<b>nigdy</b>	6,9%	8,9%	19,5%	19,4%

Ludzie młodszy chętniej wykorzystują również nowe kanały dostępu do filmów: oglądanie filmów w internecie lub ściągniętych z internetu. Podczas gdy ponad dwie trzecie (67,6%) osób do 45 roku życia ogląda w ten sposób filmy przynajmniej raz w miesiącu, wśród osób po 60 roku życia – 35,7%. Prawie połowa (45,9%) najstarszych respondentów nigdy nie ogląda filmów w ten sposób; dla porównania, w najmłodszej grupie wiekowej (18–29) jest to tylko 6,9%. W podobny, choć słabszy sposób kształtuje się różnica między młodszymi i starszymi widzami w przypadku oglądania filmów na płatnych platformach streamingowych.

**Tabela 3.** Częstość oglądania filmów na płatnych platformach i w internecie / z internetu w grupach wiekowych / Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Jak często ogląda Pan(i) filmy polskie na płatnych platformach streamingowych?	grupy wiekowe			
	18–29	30–45	46–60	>60
codziennie	12,8%	10,9%	3,7%	7,1%
mniej więcej raz w tygodniu	23,4%	25,2%	18,0%	15,3%
mniej więcej raz w miesiącu	20,7%	16,9%	19,5%	12,2%
kilka razy do roku lub rzadziej	19,1%	18,1%	18,0%	11,7%
nigdy	23,9%	28,9%	40,8%	53,6%

Jak często ogląda Pan(i) filmy polskie w internecie lub ściągnięte z internetu?	grupy wiekowe			
	18–29	30–45	46–60	>60
codziennie	14,9%	13,5%	5,6%	4,6%
mniej więcej raz w tygodniu	23,4%	25,2%	19,9%	13,8%
mniej więcej raz w miesiącu	29,3%	22,9%	16,1%	17,3%
kilka razy do roku lub rzadziej	25,5%	21,8%	30,0%	18,4%
nigdy	6,9%	16,6%	28,5%	45,9%

Na korzystanie z telewizji kablowej i dodatkowych płatnych kanałów najsilniej wpływa natomiast wielkość miejscowości zamieszkania. Zwłaszcza we wsiach ograniczona jest dostępność tych możliwości: 42,1% ich mieszkańców nigdy nie ogląda filmów w ten sposób.

**Tabela 4.** Częstość oglądania filmów w telewizji kablowej i dodatkowych płatnych kanałach ze względu na miejsce zamieszkania / Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Jak często ogląda Pan(i) filmy polskie w telewizji kablowej lub dodatkowych płatnych kanałach telewizyjnych, takich jak Canal+, UPC?	wielkość miejsca zamieszkania					
	wieś	miasto < 10 tys.	miasto 10–50 tys.	miasto 50–100 tys.	miasto 100–500 tys.	miasto > 500 tys.
codziennie	16,0%	17,5%	23,1%	16,5%	26,6%	24,8%
mniej więcej raz w tygodniu	20,1%	23,8%	24,7%	35,3%	25,3%	17,7%
mniej więcej raz w miesiącu	9,5%	17,5%	14,0%	20,0%	17,5%	15,0%
kilka razy do roku lub rzadziej	12,3%	14,3%	9,7%	11,8%	11,0%	14,2%
nigdy	42,1%	27,0%	28,5%	16,5%	19,5%	28,3%

Z tych samych względów mieszkańcy mniejszych miejscowości rzadziej chodzą do kina, rzadziej także kupują lub wypożyczają płyty z filmami, podczas gdy grupą przeciętnie najchętniej oglądającą filmy na oba te sposoby są mieszkańcy miast średniej wielkości (50–100 tys.).

**Tabela 5.** Częstość oglądania filmów w kinie oraz kupionych lub wypożyczonych na płytach ze względu na miejsce zamieszkania / Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Jak często ogląda Pan(i) filmy polskie w kinie?	wielkość miejsca zamieszkania					
	wieś	miasto < 10 tys.	miasto 10–50 tys.	miasto 50–100 tys.	miasto 100–500 tys.	miasto > 500 tys.
codziennie	4,3%	3,2%	2,2%	20,0%	4,5%	5,3%
mniej więcej raz w tygodniu	6,8%	14,3%	7,5%	12,9%	8,4%	3,5%
mniej więcej raz w miesiącu	13,8%	22,2%	28,0%	21,2%	21,4%	14,2%
kilka razy do roku lub rzadziej	57,9%	47,6%	52,2%	41,2%	54,5%	61,9%
nigdy	17,3%	12,7%	10,2%	4,7%	11,0%	15,0%

Jak często ogląda Pan(i) filmy polskie kupione lub wypożyczone na płytach?	wielkość miejsca zamieszkania					
	wieś	miasto < 10 tys.	miasto 10–50 tys.	miasto 50–100 tys.	miasto 100–500 tys.	miasto > 500 tys.
codziennie	0,8%	1,6%	1,6%	1,2%	0,6%	2,7%
mniej więcej raz w tygodniu	5,0%	7,9%	5,4%	12,9%	7,8%	5,3%
mniej więcej raz w miesiącu	8,5%	6,3%	12,4%	22,4%	10,4%	11,5%
kilka razy do roku lub rzadziej	28,8%	33,3%	26,3%	28,2%	27,3%	25,7%
nigdy	56,9%	50,8%	54,3%	35,3%	53,9%	54,9%

Prawdopodobnie, aby zrekompensować ograniczenia stwarzane przez powyższe kanały, mieszkańcy wsi częściej oglądają filmy w telewizji bezpłatnej, zwłaszcza w porównaniu do miast powyżej 100 tysięcy mieszkańców.

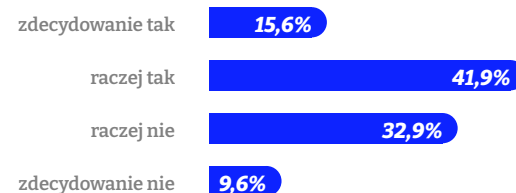
**Tabela 6.** Częstość oglądania filmów w telewizji bezpłatnej ze względu na miejsce zamieszkania  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Jak często ogląda Pan(i) filmy polskie w telewizji bezpłatnej?	wielkość miejsca zamieszkania					
	wieś	miasto < 10 tys.	miasto 10–50 tys.	miasto 50–100 tys.	miasto 100–500 tys.	miasto > 500 tys.
codziennie	37,6%	42,9%	31,7%	51,8%	29,9%	30,1%
mniej więcej raz w tygodniu	31,3%	33,3%	29,0%	28,2%	33,8%	27,4%
mniej więcej raz w miesiącu	11,8%	11,1%	19,9%	9,4%	13,6%	15,0%
kilka razy do roku lub rzadziej	10,3%	6,3%	8,6%	7,1%	8,4%	13,3%
nigdy	9,0%	6,3%	10,8%	3,5%	14,3%	14,2%

## Idziemy do kina!

Ponad połowa Polaków (57,5%) uważa, że bywanie co jakiś czas w kinie jest obowiązkiem kulturalnych ludzi. Odsetek osób zgadzających się z tym twierdzeniem jest zbliżony w badanych zbiorowościach społeczno-demograficznych w społeczeństwie.

### Czy bywanie w kinie jest obowiązkiem kulturalnych ludzi?



**Rysunek 4.** Postrzeganie przez badanych kina jako wyznacznika kultury  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

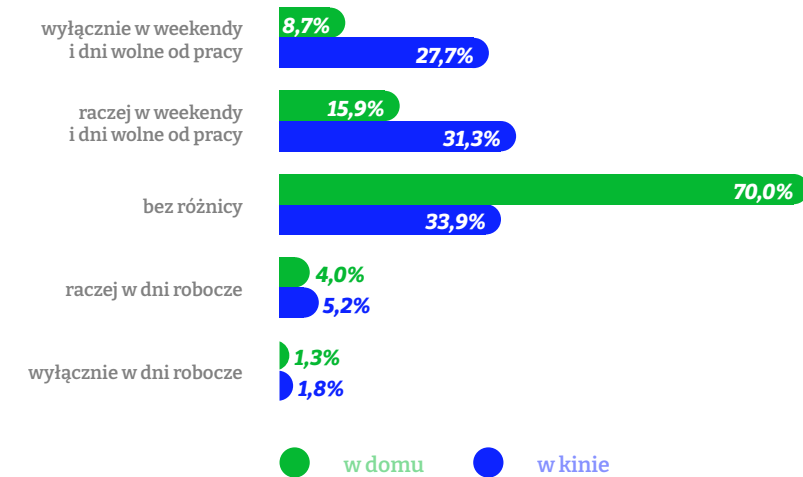
## W SALONIE I W KINIE – POLACY JAKO WIDOWNIA FILMOWA

←  
Kanały kontaktu z filmem

→  
Idziemy do kina!

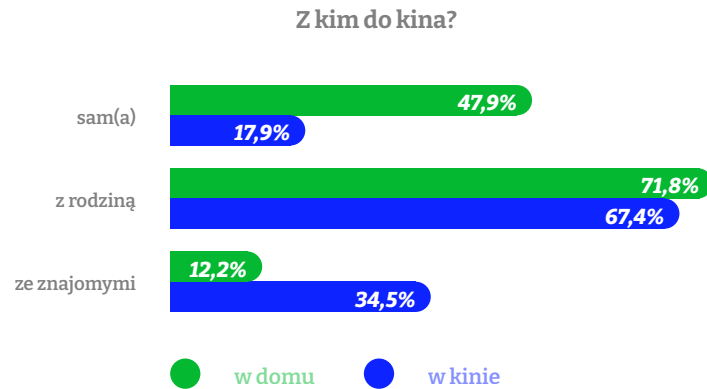
Dla większości osób kino jest rozrywką odświeżającą: 59,0% ogląda filmy w sali kinowej (wyłącznie lub raczej) w weekendy i dni wolne od pracy. Wyświetlanie filmów w domu, wymagające znacznie mniejszych nakładów czasowych, jest popularne zarówno w weekendy, jak i dni powszednie – dla 70,0% badanych nie ma to znaczenia.

### Kiedy Polacy oglądają filmy?



**Rysunek 5.** Różnicowanie czasowe korzystania z kina i kina domowego  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Kino jest również rozrywką społeczną: wybieramy się na filmy przede wszystkim z rodziną (67,4%) lub ze znajomymi (34,5%); tylko co szósty Polak (17,9%) ogląda filmy kinowe sam. W kinie domowym jeszcze bardziej wzrasta rola rodziny (71,8%) kosztem znajomych (12,2%), ale też niemal trzykrotnie rośnie odsetek osób oglądających bez towarzystwa (52,1%).

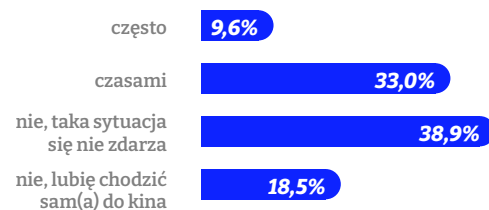


**Rysunek 6.** Kino jako rozrywka społeczna

Źródło: FINA 2019, opracowanie własne, można było wybrać wiele odpowiedzi

Podobnie badanym zdarza się czasami (33,0%) lub często (9,6%) rezygnować z pójścia do kina z powodu braku towarzystwa. Tylko 18,5% osób zadeklarowało, że nie jest to dla nich problem, ponieważ lubią same chodzić do kina. Z kolei dla wielu badanych (38,9%) problem nie występuje, gdyż zawsze mają towarzystwo do wyjścia do kina.

#### Czy rezygnujesz z wyjścia do kina z braku towarzystwa?



**Rysunek 7.** Rezygnacja z wyjścia do kina z braku towarzystwa

Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Polaków przyciągają do kina zarówno filmy (35,0% osób wybiera się do kina, gdy wyświetlany jest film, na który czekali), jak i dostępność seansów (dla 23,9% osób większe znaczenie ma fakt, że



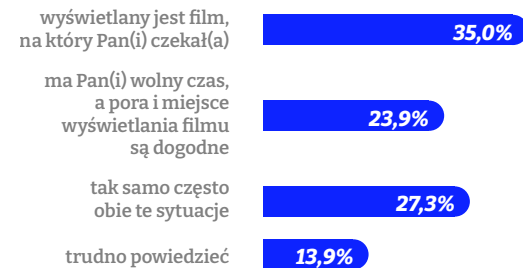
W SALONIE  
I W KINIE –  
POLACY JAKO  
WIDOWNIA  
FILMOWA



Idziemy  
do kina!

mają wolny czas, a pora i miejsce wyświetlania filmu są dogodne). Oba typy motywacji są istotne dla 27,3% badanych, a 13,9% osób nie ma zdania w tej kwestii.

#### Częściej wybiera się Pan(i) do kina, gdy:



**Rysunek 8.** Powody wyjścia do kina

Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Najbardziej zachęca do kina możliwość obejrzenia nowości filmowych (28,6%) i lepsza jakość obrazu i dźwięku (23,6%) w porównaniu z filmami oglądanymi w domu. Jednak znaczenie mają też elementy symboliczne – ucieczka od codzienności (23,4%), urok sali kinowej (10,9%) – i społeczne – oglądanie filmu w towarzystwie znajomych (8,3%) i wspólne przeżywanie filmu z dużą widownią (5,3%).

#### Kino: czynniki zachęcające



**Rysunek 9.** Czynniki zachęcające do wyjścia do kina

Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Z kolei głównym czynnikiem ograniczającym korzystanie z kina są zdecydowanie kwestie finansowe. Dla dwóch z pięciu Polaków (37,7%) ceny biletów i koszt dojazdu do kina są za wysokie. Przeszkadza również brak czasu, zarówno jeśli chodzi o konieczność dostosowania się do konkretnej godziny, o której wyświetlany jest film (16,1%), jak i czas poświęcony na dojazd do kina (14,5%). Problemem jest także tłok i hałas w kinie (13,4%), ograniczony repertuar kinowy (7,6%) oraz brak osób do towarzystwa (7,4%). W odpowiedziach otwartych do pytania wskazywano również zbyt dużą liczbę reklam przed filmami, trudności z dojazdem wynikające z odległości do kina, zmiennej pogody i kwestii zdrowotnych („niepełnosprawność”, „trudno mi dojechać, bo jestem schorowana”) oraz problemy z zapewnieniem opieki nad dziećmi na czas wyjścia rodzica do kina.

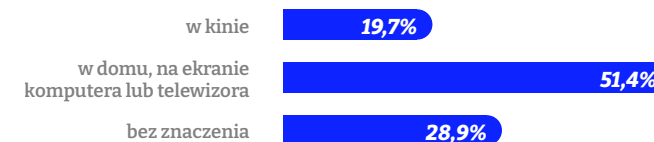
#### Kino: czynniki zniechęcające



**Rysunek 10.** Czynniki zniechęcające do wyjścia do kina  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Ze względu na wymienione elementy zniechęcające do wizyty w kinie tylko co piąty badany (19,7%) preferuje tę formę kontaktu z filmami, podczas gdy dla większości (51,4%) preferowanym sposobem jest oglądanie filmów w domu, na ekranie telewizora lub komputera (51,4%). Dla pozostałych osób (28,9%) nie ma to znaczenia.

#### Wolę oglądać filmy...

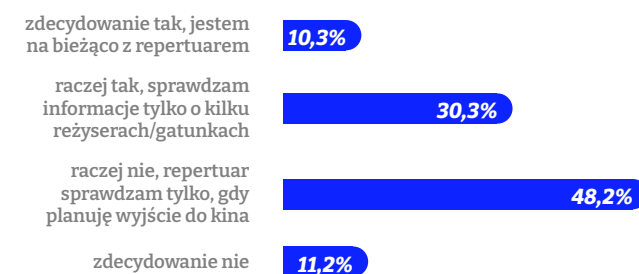


**Rysunek 11.** Preferencje dotyczące oglądania filmów  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

## Źródła informacji o filmach

Ponad połowa (59,4%) Polaków nie orientuje się na bieżąco w repertuarze kinowym, sprawdzając aktualnie grane filmy tylko wówczas, gdy planuje wyjście do kina (48,2%) lub wcale (11,2%). Tylko 10,3% badanych czuje się zdecydowanie na bieżąco z repertuarem, a niecała jedna trzecia (30,3%) sprawdza informacje wyłącznie o kilku reżyserach/gatunkach.

#### Na bieżąco z repertuarem?

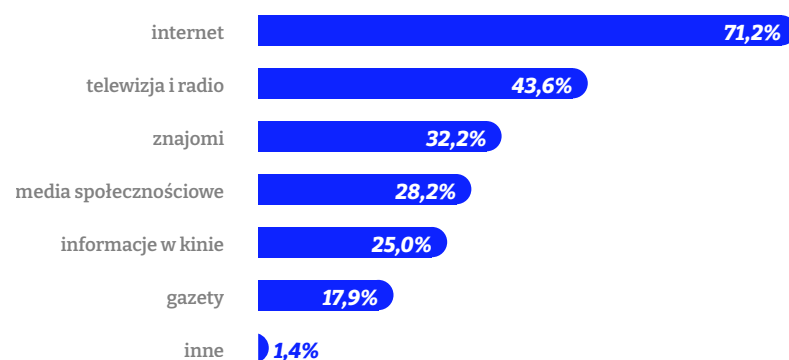


**Rysunek 12.** Znajomość repertuaru wśród badanych  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne



Badani czerpią informacje o repertuarze kinowym i telewizyjnym przede wszystkim z internetu (71,2%), telewizji i radia (43,6%), w mniejszym stopniu od znajomych (32,2%), sprawdzając osobiście w kinie (25,0%), z mediów społecznościowych (28,2%) i z gazet (17,9%). Wskazano również takie źródła jak EPG (elektroniczny przewodnik po programach) i billboardy w przestrzeni publicznej.

#### Źródła informacji o repertuarze filmowym

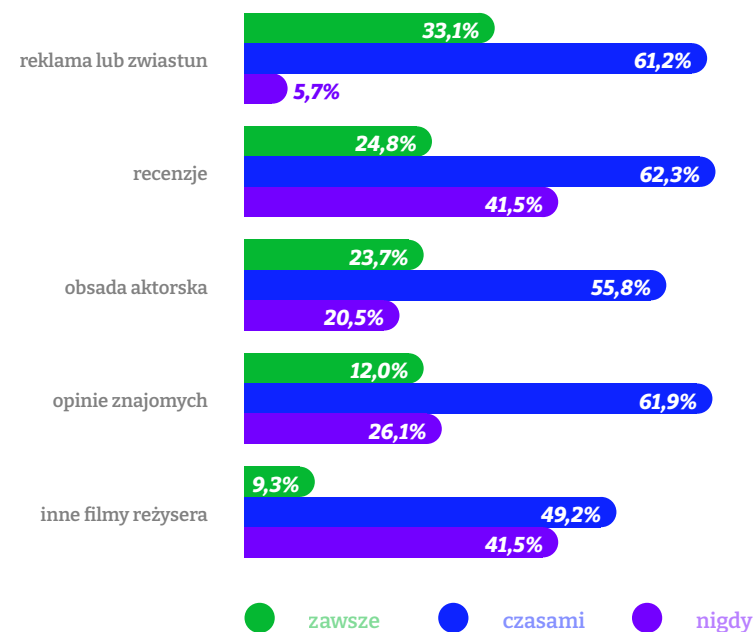


**Rysunek 13.** Źródła informacji o repertuarze filmowym

Źródło: FINA 2019, opracowanie własne, można było wybrać wiele odpowiedzi

Większość osób zanim wybierze się do kina, sprawdza opinie o filmie. Niemal wszyscy oglądają reklamę lub zwiastun filmu (94,3%, w tym 33,1% zawsze) oraz czytają recenzje (87,1%, w tym 24,8% zawsze). Nieco mniejszy odsetek osób szuka informacji o obsadzie aktorskiej (79,5%, w tym 23,7% zawsze) oraz pyta znajomych o opinie (73,9%, w tym 12,0% zawsze). Najmniej istotne dla wyboru filmu są wcześniejsze filmy tego samego reżysera – informacji o nich szuka 58,5% Polaków (9,3% – zawsze).

#### Sprawdzamy przed obejrzeniem:



**Rysunek 14.** Typy informacji sprawdzane przed oglądaniem filmu

Źródło: FINA 2019, opracowanie własne, można było wybrać wiele odpowiedzi



Dla większości badanych (59,6%) nie ma znaczenia, czy film jest polski czy zagraniczny; wśród pozostałych osób liczba zwolenników filmów polskich (20,7%) i zagranicznych (19,7%) jest zbliżona. Zagraniczne filmy są lubiane przede wszystkim przez młodych widzów: w grupie 18–29 lat zwolenników filmów polskich jest 16,5%, podczas gdy filmy zagraniczne chętniej ogląda 33,5%. Podobnie wśród osób z wyższym wykształceniem mniej jest osób preferujących polskie filmy (16,0%). Z kolei polskie filmy lubią najbardziej osoby z wykształceniem podstawowym (30,0%) oraz mieszkające na wsiach i w małych miastach do 10 tysięcy mieszkańców (odpowiednio 22,6% i 23,8%).



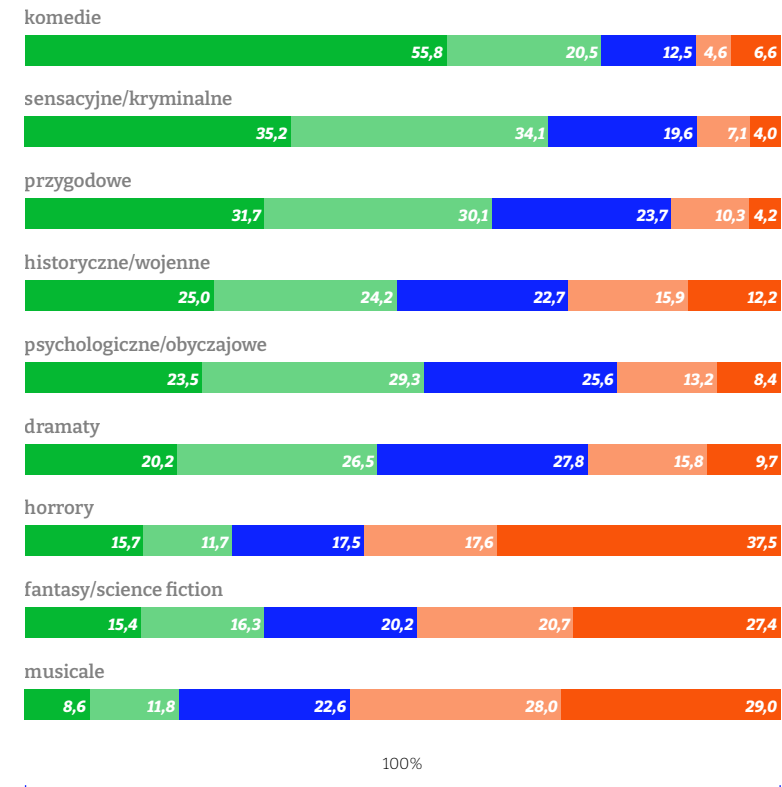
**Rysunek 15.** Preferencje wobec filmów polskich i zagranicznych  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

## Preferencje gatunkowe

Polacy uwielbiają komedie, zwłaszcza polskie komedie. Lubi je 76,3% respondentów, w tym 55,8% zdecydowanie lubi. Zagranicznymi komediami widzowie też nie pogardzą – lubi je 73,8% osób, w tym 50,1% bardzo. Tylko około 11,0% respondentów przyznało, że komedie nie są lubianym przez nich gatunkiem. Na kolejnym miejscu w hierarchii preferencji uplasowały się filmy sensacyjne i kryminalne, które lubi nieco ponad połowa Polaków (podobny odsetek lubi sensacje polskie – 69,3% i zagraniczne – 69,9%). Co piąty Polak nie przepada za tym rodzajem filmów. Jako trzeci ulubiony typ filmów badani wskazali filmy przygodowe, przy czym bardziej cenione są z tego gatunku filmy zagraniczne, które lubi 68,7%, niż polskie, które mają 61,8% zwolenników.

## Preferencje wobec gatunków filmowych

### (A) FILMY POLSKIE



- zdecydowanie lubię
- raczej lubię
- ani lubię, ani nie lubię
- raczej nie lubię
- zdecydowanie nie lubię

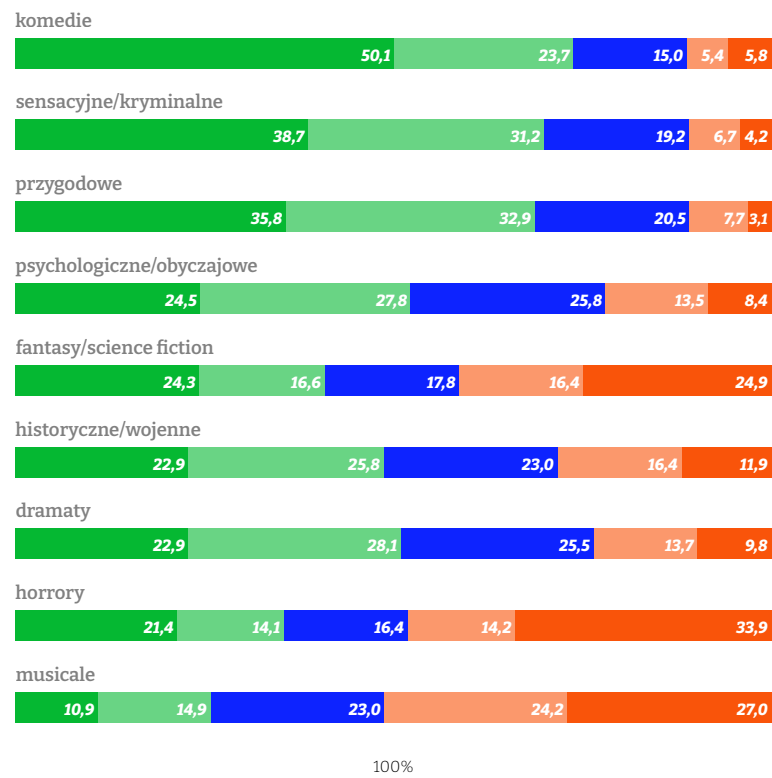
**Rysunek 16. (A i B)** Preferencje wobec gatunków filmowych  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

←  
Źródła  
informacji  
o filmach

→  
Preferencje  
gatunkowe

## Preferencje wobec gatunków filmowych

## (B) FILMY ZAGRANICZNE



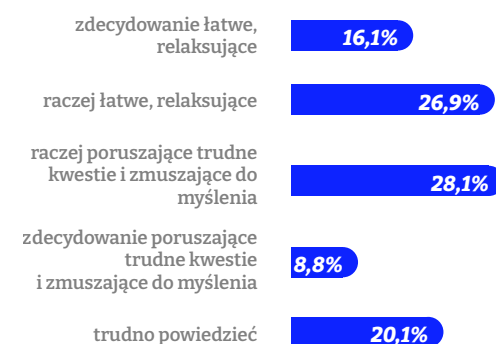
W dalszej kolejności wymienione zostały filmy psychologiczne i obyczajowe – zarówno produkcje polskie, jak i zagraniczne ceni nieco ponad połowa badanych (odpowiednio 52,8% i 52,3%). Następnie historyczne i wojenne (polskie lubi 49,2%, a zagraniczne – 48,7%) oraz dramaty (polskie mają 46,7% zwolenników, a zagraniczne – 51,0%).

Ciekawym przypadkiem są filmy fantasy i science fiction. W tej kategorii najsilniej widać polaryzację preferencji i dwa duże przeciwstawne obozy: zdecydowanych zwolenników i przeciwników gatunku. Zwłaszcza w przypadku zagranicznej fantastyki siły są wyrównane – ćwierć społeczeństwa je uwielbia, a druga ćwierć ich nie cierpi.

Polacy najbardziej nie lubią musicali i horrorów. Horrorzy mają największą grupę zdecydowanych przeciwników, ale też więcej fanów niż musicale. Więcej osób ceni również zagraniczne niż polskie horrory, chociaż nawet wówczas liczba przeciwników gatunku zdecydowanie przekracza liczbę zwolenników.

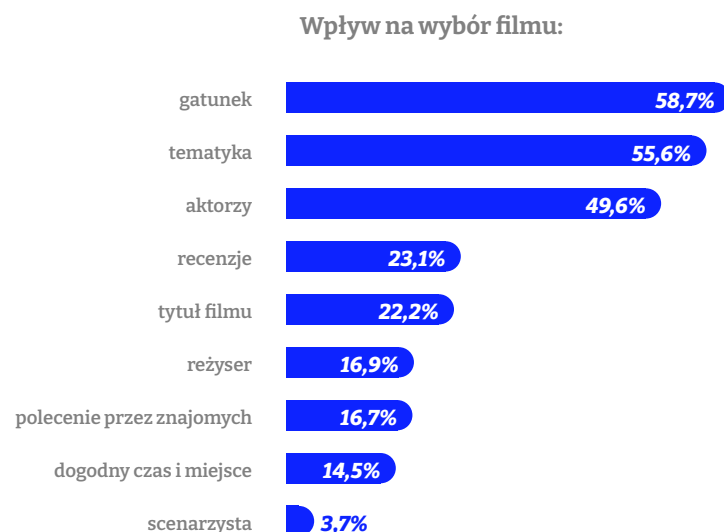
Preferencje gatunkowe odzwierciedlają generalne podejście społeczeństwa do roli filmów. Polacy nieco bardziej wolą filmy łatwe, relaksujące (43,0%), niż poruszające trudne kwestie i zmuszające do myślenia (36,9%) – przeważają jednak opinie umiarkowane lub brak opinii w tej kwestii. O ile w czołówce ulubionych filmów znajdziemy zatem łatwe komedie, filmy sensacyjne i przygodowe, to prawie połowa badanych ogląda też chętnie filmy historyczne i wojenne oraz psychologiczne i obyczajowe.

## Filmy łatwe czy trudne?



**Rysunek 17.** Preferencje filmowe  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Na wybór filmu, zdaniem badanych, wpływa nie tylko jego gatunek czy pokrewna mu tematyka filmu, chociaż są to czynniki najistotniejsze (wskazała je ponad połowa badanych). Bardzo istotna jest również obsada aktorska (49,6%). Pozostałe elementy mają mniejsze znaczenie: nieco ponad jedna piąta Polaków uważa, że kluczowe dla wyboru są recenzje filmu i jego tytuł, a około 15,0% wskazało na osobę reżysera, polecenie przez znajomych oraz dogodny czas i miejsce wyświetlania filmu. Najmniej wpływa na wybór filmu osoba scenarzysty – jest ona istotna jedynie dla 3,7% badanych.



**Rysunek 18.** Czynniki wpływające na decyzję o wyborze filmu  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne, można było wybrać do trzech odpowiedzi

## Popularność i ocena filmów

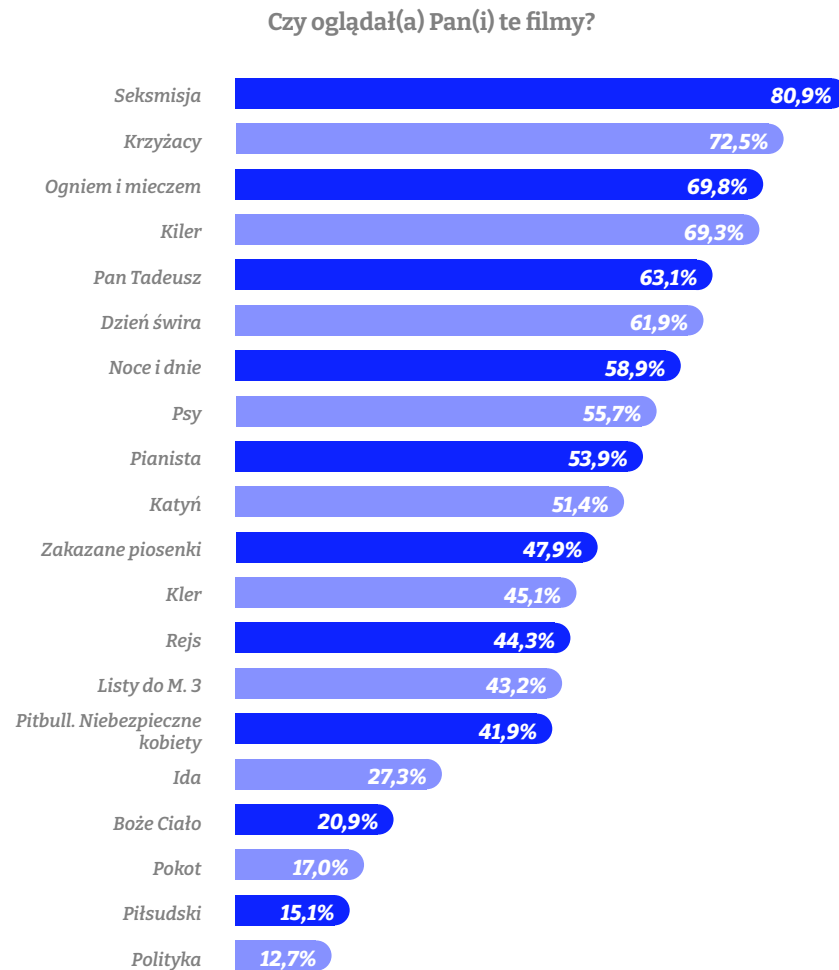
Aby zbadać popularność filmów w sposób wykraczający poza wskazania box office'u, zapytaliśmy badanych, czy oglądali 20 wybranych przez nas filmów. W ten sposób uwzględniliśmy również rozpowszechnianie filmów w obiegu prywatnym, jak i to, czy zostały na dłużej w pamięci widzów. Zbadaliśmy także oceny różnych aspektów filmów wśród osób, które je oglądały.

Wybór 20 filmów do kwestionariusza miał na celu przedstawienie zróżnicowanego gatunkowo i chronologicznie zbioru. Zawiera zatem wskazania box office'u polskich filmów dla dorosłej widowni sprzed 1989 roku (*Krzyżacy*, *Noce i dnie*, *Zakazane piosenki*, *Seksmisja*) i po 1989 roku (*Ogniem i mieczem*, *Pan Tadeusz*, *Kler*, *Listy do M. 3*, *Pitbull*, *Niebezpieczne kobiety*, *Katyń*), a także nowości z ostatnich dwóch miesięcy przed rozpoczęciem badania – wrzesień/październik 2019 roku (*Polityka*, *Boże Ciało*, *Piłsudski*). Poza box office'em dodano filmy, które w ostatnim czasie uzyskały nagrodę Amerykańskiej Akademii Filmowej (*Ida*, *Pianista*). Dołączone zostały również *Rejs*, *Psy*, *Kiler* i *Dzień świra* ze względu na kultowy status filmów, a także *Pokot*, aby zbadać wzrost zainteresowania filmem po literackim Noblu dla Olgi Tokarczuk. Pominięto natomiast filmy znajdujące się wysoko w zestawieniach box office'u, ale podobne do wymienionych: inne zekranizowane części *Trylogii Sienkiewicza*, pozostałe części z serii *Listy do M.*

W SALONIE  
I W KINIE –  
POLACY JAKO  
WIDOWNIA  
FILMOWA

←  
Preferencje  
gatunkowe

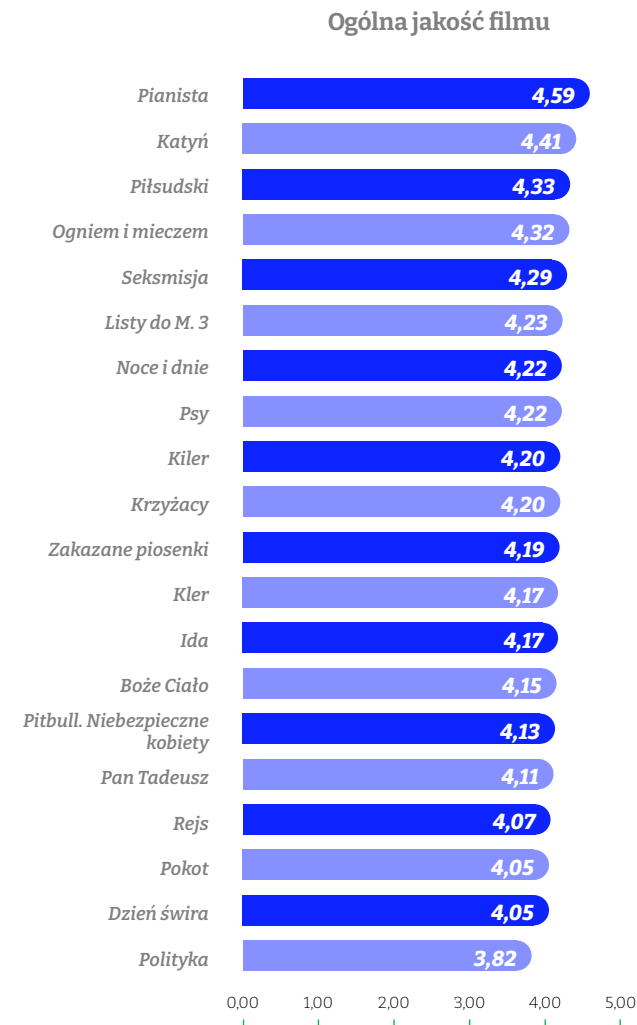
→  
Popularność  
i ocena filmów



**Rysunek 19.** Popularność filmów

Źródło: FINA 2019, opracowanie własne, można było wybrać wiele odpowiedzi

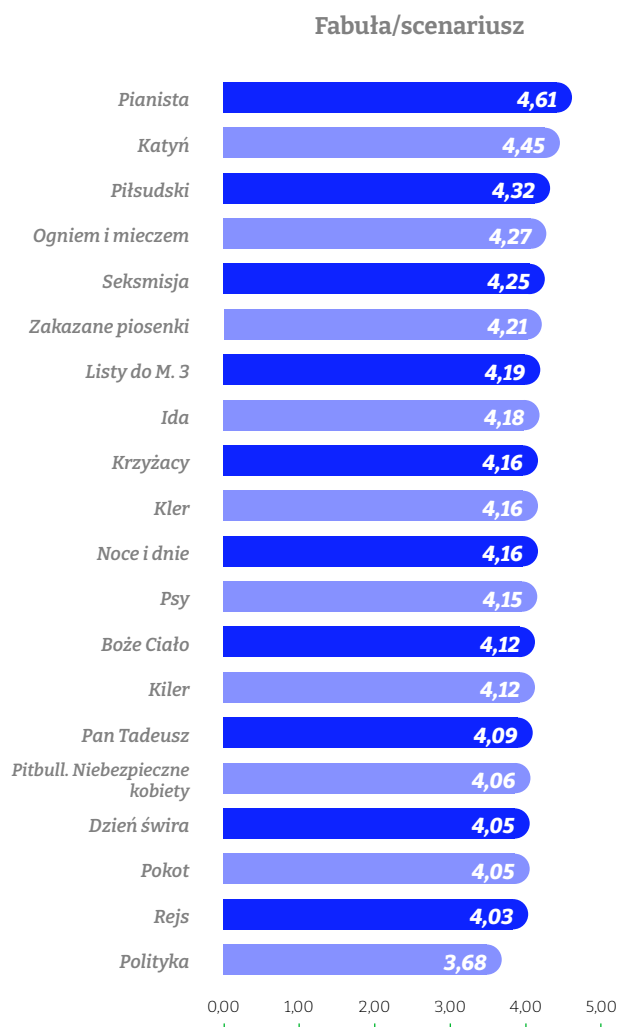
Badani, którzy wskazali, że oglądali dany film, zostali poproszeni o jego ocenę w sześciu kategoriach: ogólna ocena filmu, fabuła/scenariusz, reżyseria, aktorzy, zdjęcia i muzyka. Ogólnie filmy zostały ocenione dobrze lub bardzo dobrze, a oceny były zbliżone: we wszystkich kategoriach między najlepiej a najgorzej ocenianym filmem jest poniżej punktu różnicy.



**Rysunek 20.** Średnia ocena filmów, kategoria: *Ogólna jakość filmu*

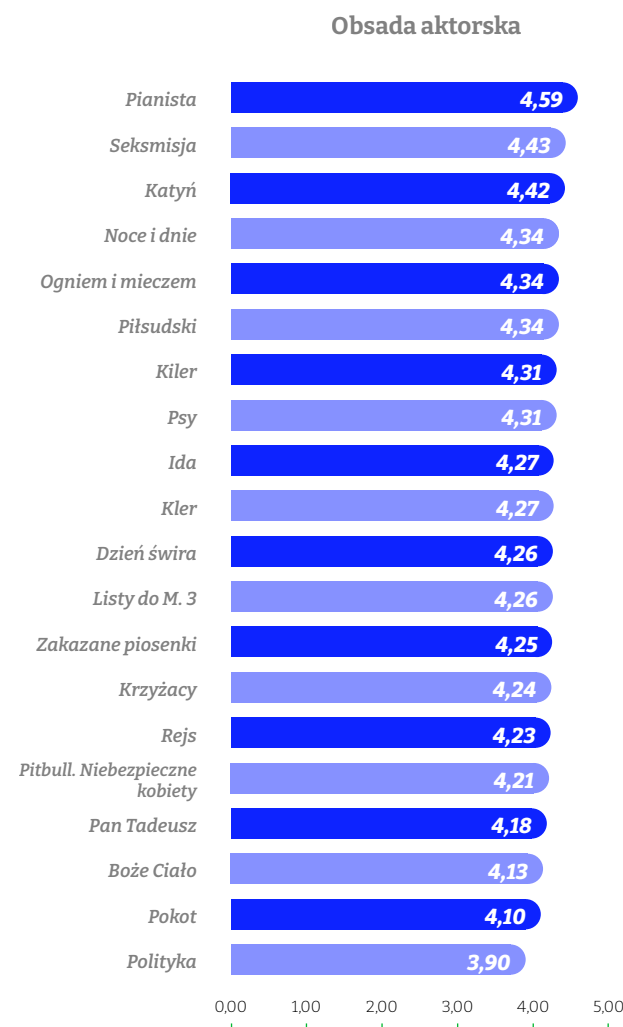
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

W kategorii **Ogólna jakość filmu** najlepiej oceniono filmy historyczne: ekranizację wspomnień Władysława Szpilmana *Pianista*, nowe filmy historyczne *Katyń* i *Piłsudski*, a także oparte na powieści Sienkiewicza *Ogniem i mieczem*. Z innych gatunków najwięcej punktów uzyskała komediowa *Seksmisja*.



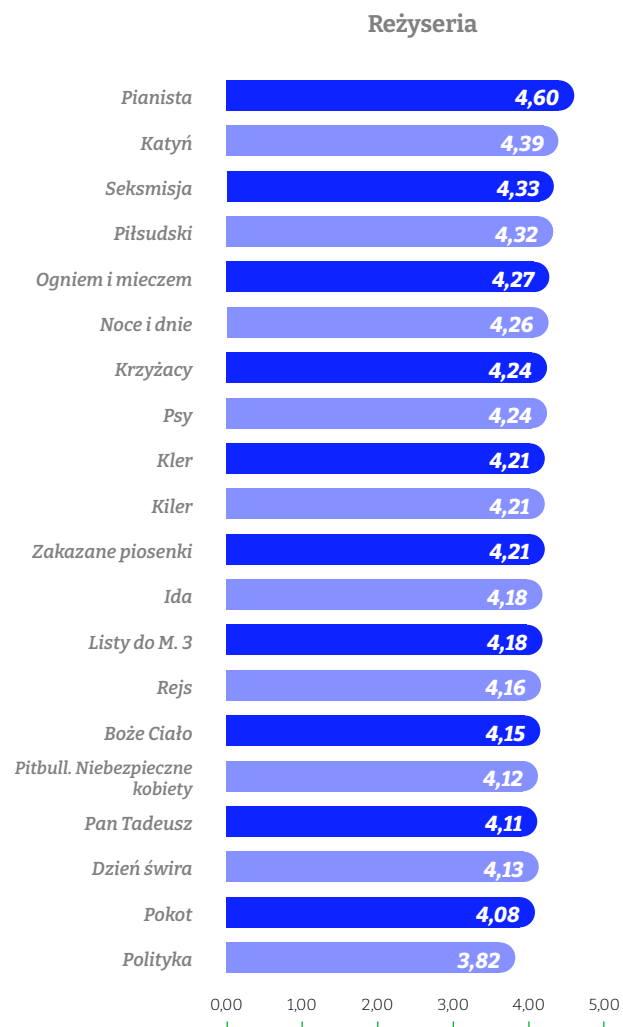
**Rysunek 21.** Średnia ocena filmów, kategoria: *Fabula/scenariusz*  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Te same filmy i w tej samej kolejności znalazły się na pierwszych pięciu miejscach w kategorii **Fabula/scenariusz**. Podobnie jak w poprzedniej kategorii, najgorzej zostały natomiast ocenione: *Polityka*, *Rejs*, *Pokot* i *Dzień świra*.



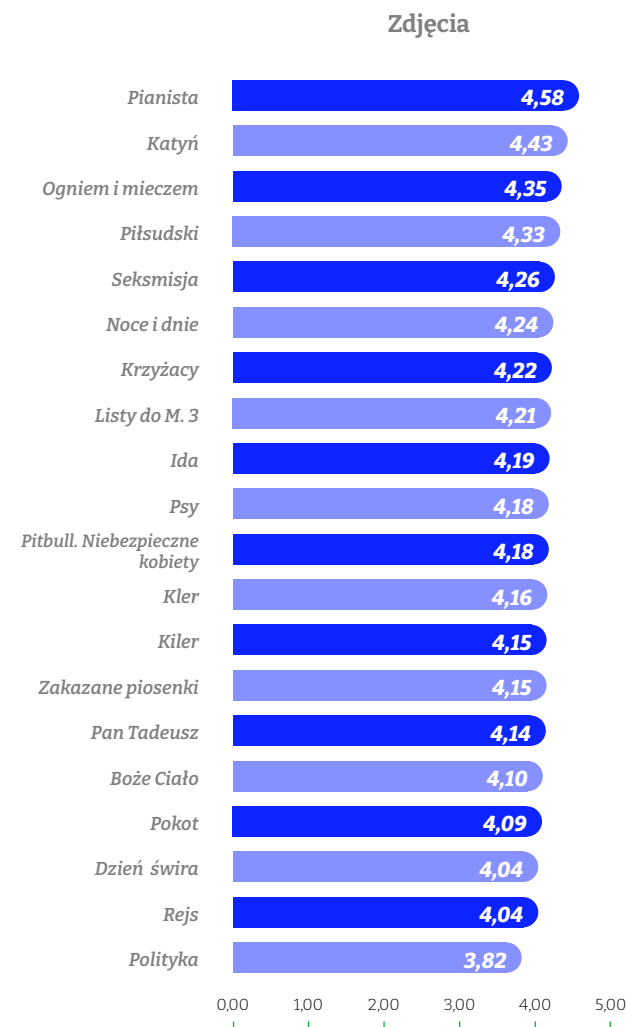
**Rysunek 22.** Średnia ocena filmów, kategoria: *Obsada aktorska*  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

**Obsada aktorska** jako kategoria posiadała także zróżnicowane oceny filmów: różnica między najlepiej (*Pianista*) a najgorzej (*Polityka*) ocenionym filmem wyniosła 0,69 punktu. Niektóre filmy dostały dzięki wybitnym aktorom znacznie lepsze noty niż w poprzednich kategoriach: *Seksmisja*, *Noce i dnie*, *Kiler*, *Psy*, *Ida*, *Dzień świra* i *Rejs*.

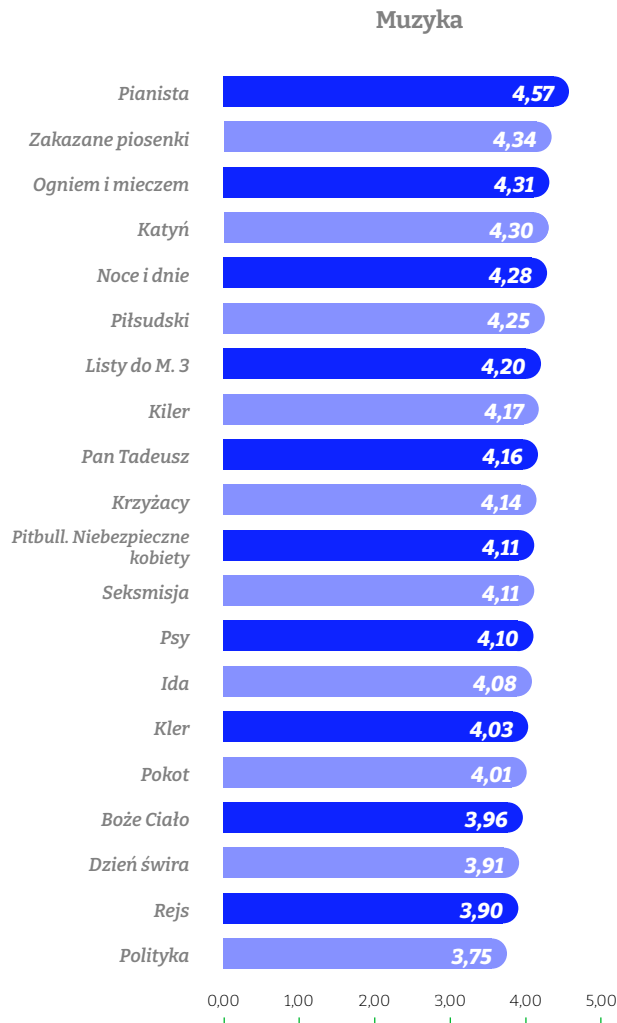


**Rysunek 23.** Średnia ocena filmów, kategoria: *Reżyseria*  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

Oceny filmów w kategoriach **Reżyseria** i **Zdjęcia** są bardzo zbliżone do ogólnej oceny. Te same filmy znalazły się na pierwszych pięciu i na ostatnich trzech miejscach, jak również średnia ocen niemal wszystkich filmów jest podobna.



**Rysunek 24.** Średnia ocena filmów, kategoria: *Zdjęcia*  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

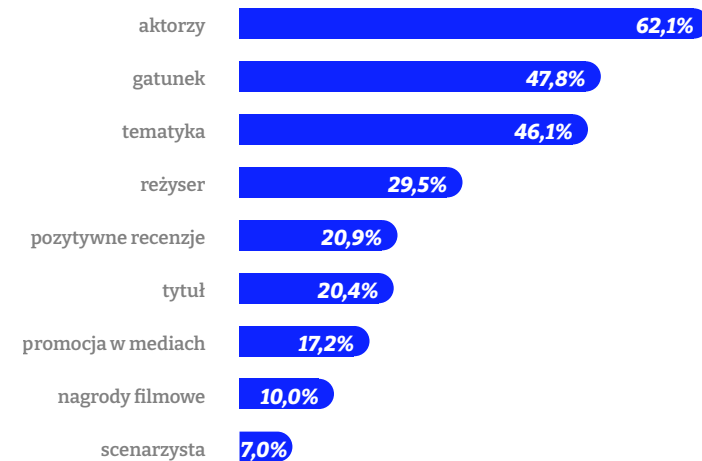


**Rysunek 25.** Średnia ocena filmów, kategoria: *Muzyka*  
Źródło: FINA 2019, opracowanie własne

W ostatniej kategorii, **Muzyka**, szczególnie wyróżnione zostały *Zakazane piosenki*, natomiast większość pozostałych filmów uzyskała niższe oceny niż w kategorii ogólnej. Szczególnie dotyczyło to filmów: *Boże Ciało* (spadek o 0,19), *Seksmisja* (-0,18) i *Rejs* (-0,17).

Na koniec zapytaliśmy również badanych, co ich zdaniem decyduje o sukcesie filmu i przyciąga największą liczbę widzów (można było wskazać do trzech odpowiedzi). Trzy aspekty wydały się respondentom najbardziej istotne: aktorzy, gatunek i tematyka filmu. Według respondentów kluczowi dla sukcesu filmu są aktorzy – zdaniem 62,1% osób to właśnie dobranie odpowiedniej obsady aktorskiej przyciąga tłumy do sal kinowych i do telewizorów. Jest to spójne ze wskazywanym przez badanych we wcześniejszych pytaniach dużym znaczeniem obsady aktorskiej. Poza aktorami duże znaczenie mają gatunek filmu (47,8%) i jego tematyka (46,1%). Najmniej ważnymi czynnikami z punktu widzenia sukcesu filmu okazały się nazwisko scenarzysty (7,0%) oraz przyznane filmowi nagrody (10,0%).

#### Co decyduje o sukcesie filmu?



**Rysunek 26.** Opinie o przyczynach sukcesu filmu

Źródło: FINA 2019, opracowanie własne, można było wybrać do trzech odpowiedzi.

#### Literatura:

- Główny Urząd Statystyczny, 2018, *Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2018 r.* Warszawa: GUS.



# III.

# POLACY O POLSKIM KINIE



Marta Żerkowska-Balas



## METODOLOGIA BADANIA JAKOŚCIOWEGO

### Cel badania jakościowego

Celem jakościowej części badania jest pogłębienie wiedzy dotyczącej publiczności oglądającej polskie filmy, jej wyborów, motywacji, sposobów myślenia o kinie. Mówiąc bardziej szczegółowo, chcemy odpowiedzieć na trzy ogólne pytania badawcze:

- Dlaczego Polacy oglądają (bądź nie) polskie filmy?
- Na co zwracają uwagę, wybierając i oceniając (polskie) filmy?
- Jaki jest zbiorowy wizerunek Polaków w polskim kinie?

Udzielenie odpowiedzi na powyższe pytania wymaga realizacji bardziej złożonych celów badawczych. Po pierwsze, chcemy stworzyć portret widza polskiego filmu: jego motywacji wyboru kina jako formy rozrywki, kryteriów doboru repertuaru (w szczególności tego, co decyduje o tym, że ogląda bądź nie polskie filmy), opinii na temat poszczególnych produkcji czy różnych gatunków filmowych obecnych w polskim kinie, jego twórców oraz innych odbiorców polskiego kina.

Po drugie, chcemy odtworzyć schemat, według którego widzowie dokonują oceny polskich filmów. Interesuje nas, na jakie elementy filmów widzowie zwracają uwagę, w jaki sposób i za pomocą jakiej siatki pojęciowej je opisują. Chcemy zbadać także, co decyduje o tym, że poszczególne filmy oceniane są pozytywnie lub negatywnie, że kwalifikowane są do kategorii filmów ambitnych lub lekkich.

Po trzecie, planujemy odtworzyć portret Polaka w polskim filmie, widziany oczami jego odbiorców: kim jest, czym się charakteryzuje, w jaki sposób jest przedstawiany, czy jego wizerunek różni się w zależności od gatunku filmowego. Dodatkowo chcemy zbadać, na ile ten



wizerunek jest zbieżny z wizerunkiem odbiorców poszczególnych gatunków (podobny status społeczny? podobne problemy? wspólna tożsamość?) i na ile odbiorcy tych gatunków z filmowym Polakiem się identyfikują. Wreszcie, jakie cechy bohaterów filmowych są charakterystyczne dla Polaków jako całości, a jakie dla konkretnych podgrup społecznych (innymi słowy, czy według badanych funkcjonuje w polskim kinie archetypowa matka Polka, inżynier samouk „jakoś-to-będzie”, ojciec/wujek alkoholik, religijna emerytka itp. – chcemy jednak, żeby te kategoryzacje nie były narzucane odgórnie, a wyszły od badanych). Interesuje nas też, czy tożsamość widza i bohatera wpływa na skłonność do wybierania pewnych produkcji i ich ocenę.

## Metodologia

Najlepszym sposobem uzyskania odpowiedzi na postawione powyżej pytania jest zastosowanie jakościowych metod badawczych. W badaniach jakościowych głos mają przede wszystkim osoby badane – dzięki temu możemy uzyskać wiarygodne informacje i opinie na temat polskiego kina, pogłębiając w ten sposób wiedzę uzyskaną w ramach *desk research*, po to by lepiej zrozumieć sposób myślenia i opinie o badanym zagadnieniu.

Empiryczną podstawą analiz jakościowych są zogniskowane wywiady grupowe (fokusy) z odbiorcami polskiego kina. Ten rodzaj wywiadów jest najlepszy dla niniejszego badania, pozwala bowiem nie tylko poznać opinie na temat badanej kwestii, zrozumieć zachowania, postawy i preferencje badanych, lecz także umożliwia obserwację dynamiki grupy oraz stymulowanie kreatywności badanych za pomocą zastosowanych technik projekcyjnych.

Niezwykle istotny z punktu widzenia tego rodzaju badań jest dobór uczestników poszczególnych fokusów, skład grupy wpływa bowiem na jakość i charakter zgromadzonego materiału (trzeba na przykład wyeliminować osoby skrajnie introwertyczne czy te konfliktowe, o radykalnych poglądach). Aby uzyskać przekrojowy mate-



riał do dalszych analiz przeprowadziliśmy osiem fokusów (po sześć osób w każdym) uwzględniających widzów, którzy w miarę regularnie oglądają polskie filmy w kinie i wybierają odmienny repertuar. Podzieliliśmy kinomanów na fanów lekkiego polskiego kina oraz tych wybierających trudniejsze w odbiorze produkcje. Obie te grupy będą różnić się, jeśli chodzi o opinie o polskim kinie, sposób mówienia o nim, czy kryteria oceny filmów.

Różnice powinny ujawnić się także wśród osób należących do różnych grup wiekowych (i tym samym będących na innych etapach cyklu życiowego) oraz zamieszkujących różnej wielkości miejscowości (zatem o odmiennym statusie społecznym i stylu życia). Za wartość graniczną dla grup wiekowych przyjęliśmy 35 lat – dane pokazują, że do tego momentu większość Polaków kończy studia, znajduje pracę i zakłada rodzinę, a więc zaczyna prowadzić ustabilizowane życie, związane z określonymi obowiązkami, wpływającymi między innymi na sposób spędzania wolnego czasu. Wiek jest także pozytywnie skorelowany z pewnego rodzaju dojrzałością, mądrością życiową, która wpływa na sposób patrzenia na świat (także świat odzwierciedlony w kulturze) i jego ocenę.

Dodatkowo zbadaliśmy kinomanów z dużego miasta (powyżej 500 tys. mieszkańców) i małych miast (do 100 tys. mieszkańców), w których znajduje się przynajmniej jedno kino. Połowa fokusów została zrealizowana w Warszawie, druga połowa w Skierniewicach. Te dwie grupy – naszym zdaniem – różnią się znacząco, jeśli chodzi o style życia, wyznawane wartości, kryteria oceny rzeczywistości. Zasadne jest więc oczekiwanie, że odmienność ta znajdzie odzwierciedlenie także w stosunku do polskiego kina.

Proponowany skład grup fokusowych przedstawiony jest w tabeli 1.

Tabela 1. Kryteria doboru rozmówców do grup fokusowych

Badanie	Miejsce zamieszkania	Preferencje kinowe	Wiek
FGI 1	mała miejscowość (do 100 tys.)	kino lekkie	18–35
FGI 2			35+
FGI 3		kino ambitne	18–35
FGI 4			35+
FGI 5	duże miasto (powyżej 500 tys.)	kino lekkie	18–35
FGI 6			35+
FGI 7		kino ambitne	18–35
FGI 8			35+

Zogniskowane wywiady grupowe zostały zrealizowane w oparciu o przygotowany wcześniej scenariusz (w Aneksie), inspirowany pytaniami badawczymi oraz wynikami analizy danych zastanych. W badaniu zastosowane zostały techniki projekcyjne, mające na celu dotarcie do opinii i postaw trudnych do uchwycenia czy zwerbalizowania: badani tworzyli mapę skojarzeń dotyczących wizerunku Polaka w polskich filmach.

## Analiza danych

Dane uzyskane z przeprowadzonych wywiadów zostały zanalizowane. Najpierw zostały poddane kodowaniu otwartemu (z wykorzystaniem programowania MAXQDA): poszczególnym fragmentom wypowiedzi przypisano kody – hasła pozwalające na uporządkowanie danych oraz wychwycenie poruszanych przez rozmówców tematów, wątków, opisanych doświadczeń, prezentowanych opinii i ocen. W następnym kroku (kodowanie zamknięte) kody zostały połączone w szersze kategorie, systematyzujące dane i ujawniające schematy według jakich ludzie myślą o kinie, połączenia między tematami, nadawane znaczenia i interpretacje. Tak zakodowane dane pozwoliły

na wyciągnięcie wniosków oraz udzielenie odpowiedzi na postawione pytania badawcze.

## Efekty analiz

Najważniejszym efektem przeprowadzonych analiz jakościowych jest pogłębiony obraz odbiorcy polskich filmów: tego, czym kieruje się, idąc do kina i wybierając filmy, co sprawia, że wybiera (lub nie) polskie produkcje, co sądzi o poszczególnych gatunkach tworzonych przez polskich twórców.

Uzupełnieniem tego obrazu jest wiedza na temat tego, jak Polacy widzą i oceniają wybrane polskie filmy, dlaczego oceniają je pozytywnie lub negatywnie, na jakie elementy zwracają uwagę i w jaki sposób je opisują.

Wynikiem przeprowadzonych analiz jest również obraz Polaka w polskim filmie: jego charakterystyczne cechy, pozycja społeczna, wizerunek oraz zbieżność z wizerunkiem odbiorcy polskiego filmu.

Jakościowy charakter danych pozwoli także na opis emocji, jakie towarzyszą różnym aspektom badanego zjawiska: polskiemu filmowi, jego twórcom, odbiorcom różnych gatunków czy pokazywanym w filmach obrazom.

## TRUDNY WYBÓR KINOMANA

We współczesnym świecie wielbiciele dziesiątej muzy mają wiele możliwości obcowania ze swoją ulubioną dziedziną sztuki. Mowa tu przede wszystkim o wielości produkcji filmowych realizowanych na całym świecie, a także o ich dostępności dzięki różnego rodzaju źródłom. Dziś film to nie tylko kino czy telewizja, lecz także wiele platform streamingowych oferujących dostęp do niemal wszystkich filmów, jakie powstały, powstają i będą powstawały. Sytuacja ta stawia współczesnego widza przed koniecznością dokonywania licznych wyborów.

### Gdzie oglądamy?

Polskie filmy najczęściej oglądane są w kinie, na płatnych platformach streamingowych i w internecie (tu również badani wskazują na różnego rodzaju platformy udostępniające filmy). Dobór nośnika (i, co pośrednio za tym idzie, repertuaru) jest pochodną społeczno-demograficznych parametrów opisujących badanych, w szczególności wieku i miejsca zamieszkania.

Badani należący do starszej grupy nieco wyżej w hierarchii stawiają kino, młodzi jako pierwsze wymieniają różnego rodzaju platformy streamingowe, takie jak Netflix, HBO GO, Player, Ipla, VOD, CDA, Zalukaj.

Kino postrzegane jest nie tylko jako źródło filmów, lecz także (a może przede wszystkim) jest pretekstem do spotkania ze znajomymi, sposobem spędzania wolnego czasu, miejscem, gdzie można obejrzeć zwłaszcza lekkie filmy. Te trudne, wymagające skupienia lepiej obejrzeć na spokojnie w domu, w kinie przeszkadzają w tym „rozpraszacze”:

*Ale też zależy, na jaki film się idzie. Bo jeżeli jest bardzo ciężka tematyka, wymagająca skupienia, to ja do kina nie pójdę. Bo jednak chrupacze, żuwacze, telefoniacze mnie irytują. A jeśli idę na komedię, ze znajomymi, bardziej jako spotkanie, to jak najbardziej kino.*

*Ale u mnie jest podział, na jaki film. Jaki film chcę obejrzeć: jak lekki, to czy kino, czy w domu – okej, ale kino tym bardziej. A jak mam ochotę na dobry film, jakiś poważny, to wolę w domu.\**

Do tego ostatniego aspektu odnoszą się w zasadzie wszyscy badani, krytykując hałasującą (jedzeniem, telefonami i głośnymi komentarzami) widownię, na równi z zapachem jedzenia i długotrwałymi reklamami przed filmem. Jest to jedna z przyczyn, dla których zwolennicy ambitnego kina oraz osoby mieszkające w większych miastach preferują małe kina studyjne. Dodatkowo wskazują, że jest w nich lepszy (ich zdaniem) repertuar, kameralna atmosfera i wyższa kultura osobista publiczności. Multipleksy cieszą się natomiast zainteresowaniem ze względu na atrakcyjne promocje (np. karty Payback, tańsze bilety w niektóre dni tygodnia), co rekompensuje wysokie ceny biletów.

Alternatywą dla kina są platformy streamingowe, których zaletą (w porównaniu do kina) jest większa elastyczność: widownia nie jest uzależniona od daty czy godziny seansu, można również wybrać ścieżkę dźwiękową, czy zatrzymać film w dowolnym momencie. Podkreślają to zwłaszcza osoby zapracowane i mające dzieci:

*Na kino... tylko trzeba mieć na to czas. Bo jeśli nie wiem, tak jak ja wracam do domu i są jakieś tam obowiązki, to później ciężko jest wyrwać się do tego kina. Natomiast jeśli chodzi o te takie platformy internetowe, no to w każdej chwili można do tego wrócić, nawet i o 23:30 zaczynać oglądanie jakiegoś filmu, który nas interesuje.*

*I później wieczorem, jak już dzieci śpią i, że tak powiem, obowiązki są ogarnięte, to wtedy ja najczęściej sięgam do Netflixa, i do tego się odnoszę, i oglądam filmy.*

Młodzi podkreślają natomiast, że dzięki platformom mają dostęp do filmów na różnych nośnikach: na komputerze, tablecie, a nawet na telefonie.

\*Cytowane wypowiedzi respondentów przytaczamy w oryginalnym brzmieniu.

Platformy streamingowe nie są jednak doskonałe. Rozmówcy krytykują je za wysokie koszty i niewielki wybór polskich filmów (obie te kwestie rzadziej dotyczą platform internetowych, których główną wadą jest niskiej jakości streaming, sprawiający, że filmy zacinają się lub nie da się ich w ogóle oglądać).

## Kryteria wyboru repertuaru

Co sprawia, że w ogóle decydujemy się obejrzeć dany film? Kluczowe, zdaniem badanych, są opinie znajomych, których ocenie ufamy, charakteryzują się bowiem podobnym gustem (lubią te same filmy) lub znają się na kinie.

*Wiem, co on lubi, a czego on nie lubi. Zresztą jak mi koleżanka w zeszłym – wiem, że ma kiepski gust filmowy – powie, że ten film jest fajny, to raczej kroszczkuje ze swoimi upodobaniami. A założymy ktoś o podobnym, nie wiem, charakterze wybranych filmów, powie, że jest spoko, to wtedy nawet nie wchodzi, nie szukam, wiem, że to po prostu będzie dobrze spędzony czas.*

Jeśli znajomi mają odmienne upodobania, ich opinie zestawiane są z innymi źródłami opinii, takimi jak recenzje czy oceny w internecie (tu wymieniane są portale, np. Filmweb czy IMDb). Do obejrzenia filmu przekonują także zwiastuny i reklamy (w telewizji i outdoorowe), które są w stanie przyciągnąć lub zniechęcić widownię.

*Ja bardzo czytam recenzje. Bardzo często, jeśli pojawia się jakiś głośny tytuł, to siggam po recenzje i patrzę, czy po prostu jest dobry, czy nie, czy warto na niego iść, i czy inni go polecają. Zwracam też uwagę na to, jeśli ktoś był przede mną, na opinie tego drugiego człowieka, czy mu się film podobał, czy nie, czy warty obejrzenia.*

Opinie czy recenzje zwykle dostarczają badanym ogólnej informacji na temat filmu, wystarczającej do podjęcia decyzji, czy warto go obejrzeć, czy nie:

*Znaczy ja, generalnie, jak tak od znajomych, to pytam się tak o całokształt. Nie wnikam w szczegóły, bo też chciałabym sama mieć swoją opinię. Nie wnikam w szczegóły, tylko całokształt, czy warto, czy nie.*

Badani wskazują jednak na kilka elementów, na które szczególnie zwracają uwagę. Najważniejsza jest opinia na temat fabuły. Chodzi tu nie tylko o ocenę, czy jest dobra, czy nie, czy tematyka jest interesująca, czy nie. Duży wpływ mają kontrowersje, które budzi film, sprawiają bowiem, że badani mają większą chęć, „żeby sprawdzić daną produkcję, żeby pójść przekonać się, czy faktycznie ten film jest kontrowersyjny”.

Czynnikiem przyciągającym widzów jest również obsada. Aktorzy dobrzy, których udane role w innych produkcjach zapadły widzom w pamięć, przyciągają widownię. Należy tu jednak pamiętać o złotym środku. W wypowiedziach badanych niejednokrotnie pojawia się „przesyt” pewnymi nazwiskami, zwłaszcza grającymi w podobnych filmach (np. Tomasz Karolak, Piotr Adamczyk). Znacznie mniejsze znaczenie ma to, kto realizuje film: reżyser czy scenarzysta pojawiają się jedynie w wypowiedziach bardziej obytych kinomanów.

## Twórcy polskiego kina

Badani nie mają problemu z wymienieniem znanych polskich aktorek i aktorów. Lista nazwisk jest długa, dominują na niej osoby rozpoznawalne z szeroko promowanych niedawnych produkcji, ale pojawiają się na niej także uznani aktorzy starszego pokolenia. Nowe nazwiska pojawiają się rzadziej, choć przywoływane są z łatwością (rys. 1).

Znacznie trudniej przypomnieć sobie nazwiska konkretnych reżyserów (rys. 2). W wypowiedziach badanych najczęściej pojawiają się Patryk Vega i Wojciech Smarzowski, poza tym kilku reżyserów

zaliczanych do klasyków (Andrzej Wajda, Agnieszka Holland, Roman Polański). Nazwiska młodszych twórców pojawiają się sporadycznie, czasem są przywoływane przez odwołanie do konkretnych (znanych lub nagradzanych) filmów, które badani kojarzą lepiej niż ich twórców.

O ile ikony polskiej reżyserii (jak nazywają ich sami badani) budzą pozytywne skojarzenia (inteligentne kino, głębia filmów, bardziej łagodny obraz Polaków), o tyle reprezentanci młodszego pokolenia budzą wiele kontrowersji, dotyczących przede wszystkim poruszanych tematów i sposobu ich pokazywania. Warto przyjrzeć się tu dwóm najbardziej rozpoznawalnym przez badanych reżyserom.

## Ostaszewska Kożuchowska



Rysunek 1. Rozpoznawalni aktorzy i aktorki



Rysunek 2. Rozpoznawalni polscy reżyserzy

Wojciech Smarzowski cieszy się większą estymą, jego filmy uznawane są za lepsze (kilka z nich trafiło na prezentowaną poniżej listę najlepszych polskich produkcji), ale sposób ukazywania w nich rzeczywistości nie do końca przemawia do niektórych widzów:

*To jest bardzo ciemne, jak na polskie filmy nawet. Używa bardzo takich dużych kontrastów, bardzo mocnych analogii, bardzo mocnych stwierdzeń i jest po prostu ciężkim kinem.*

*Dla mnie te jego filmy są strasznie naturalistyczne, ja takiego kina za bardzo nie... Znaczą, lubię obejrzeć coś, co mną wstrząśnie, ale niekoniecznie takie obrazy, taki sposób wyrazu.*

Filmy Patryka Vegi, mimo iż mają swoich zwolenników, określane są jako przesadzone, przerysowane, wulgarne. Badani uważają, że reżyser ten trzyma się cały czas tych samych tematów (korupcja, alkohol, cwaniactwo), prezentując je w sposób daleki od oczekiwań:

*Moim zdaniem nic nie wnoszą, nie dają. Wychodzi się z kina, one nie zmuszają do myślenia.*

*Mi się wydaje, że to jest takie trochę kino dla ludzi, którzy chcą się poczuć lepiej, bo np. widzą, że właśnie jest patologia, są ludzie na poziomie podstawówki. Oni sobie myślą: „hahaha, jesteśmy lepsi, bo my mamy gimnazjum skończone”, czy coś w tym stylu.*

## Gatunki filmowe

Wybierając film, badani zwracają uwagę także na gatunek filmu. Tu wybór determinują przede wszystkim indywidualne preferencje widzów, choć pojawiają się opinie, że polskie kino słabo radzi sobie z niektórymi gatunkami.

Silne strony polskiego kina dobrze ilustruje jeden z cytatów:

*Komedie, komedie i komedie romantyczne, sensacja, dramaty i takie wojenno-historyczne, ewentualnie raz na jakiś czas trafi się jakaś biografia, typu Religa czy Rysiek Riedel, i to tyle. Koniec naszej tematyki.*

Znakiem rozpoznawczym polskiego kina są (lub, zdaniem niektórych, były) komedie (tu do najczęściej wspominanych tytułów należą *Dzień świra*, *Chłopaki nie płaczą*, *Seksmisja* i *Listy do M*). Współcześnie polskie komedie to zdaniem badanych głównie niskiej jakości komedie romantyczne, określane jako mało zabawne, podobne do siebie (pod względem fabuły i obsady), słabo wyreżyserowane i zagrane.

Gatunkiem pozytywnie ocenianym są filmy obyczajowe i dramaty: „trudne kino o moralnych sprawach”, które dawniej było bardzo silne, dziś pomalutku odbudowuje osłabioną pozycję. Ten rodzaj kina ma zarówno swoich zwolenników (doceniających realizm i poruszane tematy), jak i przeciwników (zarzucających przedstawianie wyłącznie negatywnego obrazu Polaka, żyjącego w smutnej, szarej rzeczywistości).

Rozpoznawalne są też polskie produkcje historyczne (to z nich, zdaniem badanych, Polska znana jest za granicą). Jednak znaczna ich część realizowana jest na wielu płaszczyznach źle (przyczyną tego jest zbyt niski budżet) i w sposób mało uniwersalny (zrozumiały tylko dla Polaków).

Badani pytani o to, jakich gatunków brakuje w polskim kinie, wy-

mieniają filmy przygodowe, biograficzne lub oparte na faktach (ale koniecznie z pozytywnym przekazem), filmy wojenne (oddające realia historyczne, koniecznie z wiarygodną scenografią), dobre, inteligentne komedie oraz fantastykę.

*Bo mieliśmy kiedyś „Rękopis znaleziony w Saragossie”, mieliśmy „Pana Samochodzika” i to były mega dobre. [...] Masę dobrych fantastycznych filmów, które może i były dla młodzieży, ale kurczę, miały dobrze zrobioną... „Kingsajz” nawet można powiedzieć, że jest trochę fantastyczny. Miały genialne charakteryzacje, genialne dekoracje, świetne scenariusze. I nagle stwierdziliśmy, że w sumie, to po co?*

Zakres tematyki poruszanej w polskich filmach wydaje się satysfakcjonujący:

*Widzę to w ten sposób, że różnorodność tematyki, czyli od religijnej po polityczną, po rozrywkę powoduje, że możemy sobie wybrać. To nie jest żadne odkrycie. Tylko z mojego punktu widzenia mamy z jednej strony „Planetę Singli” czy inne wesołe, „M jak miłość”, „Listy do M”. I mamy takie trudne sprawy, jak te „Klery”, „Polityki”, „Place Zbawiciela”, „Domy złe”, „Służby specjalne”. [...] Więc myślę, że to jest fajne, że możemy sobie wyrobić opinie na różne tematy. I też w zależności od tego, jak się czujemy, nie wiem, np. mamy ciężki dzień w pracy, to pójdziemy na coś wesołego. I myślę, że najważniejsze w tym jest to, żeby przedstawiać to oparte na faktach.*

## Dobre i złe polskie filmy

Omówione w poprzednich rozdziałach kryteria wyboru filmów znajdują swoje odzwierciedlenie w uzasadnieniach badanych dotyczących wyboru ulubionych filmów (tabela 2) oraz filmów, których nie lubią (tabela 3). Każdy z badanych mógł wskazać tylko jeden tytuł, niektóre produkcje wymieniane były kilkakrotnie.

Wśród filmów wymienianych jako ulubione dominują komedie, filmy obyczajowe / dramaty i filmy historyczne. Więcej jest starszych

produkcji, które przetrwały próbę czasu, choć pojawiają się też i najnowsze.

Najczęściej wymieniane zalety filmów, które badani doceniają, to:

- obsada – na pozytywny odbiór filmu wpływa dobór aktorów, jakość gry aktorskiej, charakterystyczne role;
- bohaterowie – znaczenie mają charakterystyczne postacie, przekonujące, prawdziwe, z którymi możemy się utożsamiać;
- reżyseria – choć nie pada nazwisko żadnego reżysera, badani wymieniają ten aspekt jako jedną z przyczyn sukcesu filmu;
- scenariusz – liczy się przede wszystkim interesująca historia, fabuła powinna być spójna, dobrze przedstawiona, poruszająca i zaskakująca;
- emocje – ważne jest, aby historia wywoływała dostosowane do gatunku emocje („komedie mają być zabawne, dramaty wstrząsające”) i skłaniała do refleksji;
- temat – ma znaczenie, choć wiąże się z indywidualnymi preferencjami, dobrze, gdy temat jest kontrowersyjny, wprowadza element zaskoczenia lub gdy opowiadane są prawdziwe historie.

Tabela 2. Ulubione filmy z uzasadnieniem (w kolejności alfabetycznej)

Tytuł	Uzasadnienie
<i>Bogowie</i>	prawdziwa historia, interesujący bohater – człowiek, który łamał schematy, buntownik
<i>Chłopaki nie płaczą</i>	świeża rola Stuhra, dobra fabuła, film zabawny, nowatorski
<i>Człowiek z marmuru</i>	świetne aktorstwo, reżyseria, scenariusz, interesujący temat, film poruszający, nowatorski
<i>Drogówka</i>	przejaskrawiony do granic możliwości, wiele elementów prawdziwych, przekrój polskiego społeczeństwa, naszych naleciałości
<i>Dzień świra</i>	dobre aktorstwo (Kondrat, Koterski), prawdziwy, życiowy film, bliski problemom dzisiejszym, można utożsamiać się z głównym bohaterem, inny niż inne polskie filmy

## POLACY O POLSKIM KINIE

Trudny  
wybór  
kinomana



Dobre  
i złe  
polskie  
filmy

<i>Ida</i>	film opowiadający kobiecą historię, akcja filmu dzieje się w czasie wojennym [!], kiedy zawsze dzieje się coś takiego, co wbija w fotel
<i>Kiler</i>	zabawny, śmieszne teksty, klasyk, kultowy, wszystko w punkt
<i>Kobiety mafii</i>	znakomita rola Boładź
<i>Kogel-mogel</i>	ciekawa fabuła, dobre aktorstwo (Kasprzyk, Kolska), naturalna gra, humor, dobra komedia, zabawne dialogi, sarkastyczne podejście do różnic miasto – wieś
<i>Lejdis</i>	dobra komedia, film, który łamał stereotypy, dobrze zagrane, ciekawe kobiece bohaterki
<i>Listy do M.</i>	rozrywkowy, śmieszny, dobra obsada, romantyczny z happy endem, klimatyczny, świąteczny
<i>Miasto 44</i>	interesujący, dobrze zrobiony (wszystko zgrane, dynamiczne), dobra obsada złożona z młodych aktorów, pokazuje historię, jasno, czasem wstrząsająco, przemawia do człowieka, pokazuje historię kraju i historii ludzi
<i>Najlepszy</i>	film na faktach, opowiada prawdziwą historię, łączy w sobie różne gatunki (dramat, miłość, happy end), śmieszny, oferuje cały przekrój emocji, dobra obsada
<i>Nic śmiesznego</i>	dobra gra aktorska (Pazura), zabawny i charakterystyczny Koterski, zabawny, dużo skeczy, świetnie się oglądało, rzeczywisty
<i>(Nie)znajomi</i>	zaskakujący, realistyczny, zabawny, pokazuje, jak bardzo jesteśmy sprzeczni sami z sobą
<i>Pan Tadeusz</i>	obsada, całokształt
<i>Pianista</i>	historia interesującego człowieka
<i>Planeta Singli</i>	romantyczny, dość zabawny, dobre role Stuhra, Więdłochy i Książkiewicz
<i>Poranek kojota</i>	kultowe dialogi, dobra obsada (Pazura, Stuhr), nie nudzi się
<i>Psy</i>	bardzo dobra obsada (Linda), kultowe teksty, dobra reżyseria, niebanalna fabuła, życiowe problemy
<i>Różyczka</i>	film opowiadający kobiecą historię, akcja filmu dzieje się w czasie wojennym [!], kiedy zawsze dzieje się coś takiego, co wbija w fotel
<i>Wesele</i>	dużo wątków, świetnie do siebie pasujących, przekrój społeczeństwa, pokazuje nas od złej strony, ale z klasą, świetna rola Dziędziela



## Film wszech czasów

Badanych poproszono też o wskazanie filmu wszech czasów. Najczęściej wskazywanym kandydatem do tego tytułu (niezależnie od grupy badanych) okazał się *Dzień świra* Marka Koterskiego, słodko-gorzki film, z którym w zasadzie każdy może się zidentyfikować:

*Bo jak miałam 15 lat, to myślałam, że to jest komedia, a „Dzień świra” to dramat, życie. Ale dla mnie to jest klasyk i dużo wniosków, refleksji, aktorzy tak samo dobrzy. Gorzko-gorzki film, z nutą niby-żartów, ale te żarty dalej są trochę gorzkie.*

Na podium miejsca zajęły również: *Zimna wojna*, *Bogowie*, *Seks-misja*, *Chłopaki nie płaczą* i *Sami swoi*.

Oprócz tego badani wymieniali klasyczne polskie produkcje (takie jak *Człowiek z marmuru*, *Życie jako śmiertelna choroba przenoszona drogą płciową* czy *Psy*), rozpoznawalne komedie z różnych okresów (*U Pana Boga za piecem*, *Miś*, *Kogel-mogel*, *Testosteron*, *Jak rozpętałem II wojnę światową*). Niektóre osoby kierowały się indywidualnym gustem, wskazując filmy, które zrobiły na nich duże wrażenie, wywoływały emocje (*Symetria*, *Jack Strong*, *Jasminum*, *Pod Mocnym Aniołem*, *Jeziorak*).

## Nielubiane polskie filmy

Jeśli chodzi o filmy, których badani nie lubią, które uważają za słabe, w większości przypadków brakuje w nich wszystkiego: fabuła jest banalna, niespójna, gra aktorska zła, a poziom realizacji pozostawia wiele do życzenia.

Szczególnie często wymieniane są w tej kategorii polskie komedie romantyczne, które opowiadają wtórne historie, nie spełniając przy

tym podstawowego zadania gatunku: nie bawią, nie śmieszają. Badani zarzucają twórcom tego rodzaju filmów kopiowanie amerykańskich wzorców, przez co filmy te są mało realistyczne, mało przekonujące, oderwane od polskiej rzeczywistości.

*Niby polska rzeczywistość, ale pełna paradoksów, nieudolne kopiowanie amerykańskiego stylu, próba powielenia czegoś, co fajnie wyszło.*

*Nawet plakaty papugują.*

Dodatkowo wtórna fabuła i scenografia oraz powtarzająca się obsada sprawiają, że filmy te są dla badanych nierozróżnialne:

*Szklane biurowce, agencje reklamowe, za dużo tego jest. Jak by było trochę filmów takich i takich, to dla mnie one nie rzucałyby się tak w oczy. A dla mnie to jest po prostu kocioł.*

Bardzo krytykowane są również kontynuacje popularnych filmów (np. *Kogel-mogel*, *Listy do M.*, *Planeta Singli*), które nie trzymają poziomu swoich pierwowzorów. Zdaniem badanych są robione na siłę, dla pieniędzy, bez pomysłu i zaangażowania ze strony twórców.

Tabela 3. Nielubiane filmy z uzasadnieniem (w kolejności alfabetycznej)

Tytuł	Uzasadnienie
<i>Baby są jakies inne</i>	w ogóle nieśmieszny, bardzo długi, nudny, drętwy, nic się w nim nie dzieje, można zasnąć po prostu
<i>Bitwa pod Wiedniem</i>	brak realizmu historycznego, źle zrobiony, sceny batalistyczne są fatalne, mało wykorzystani dobrzy aktorzy
<i>Botoks</i>	pusty film, pozbawiony fabuły, brak realizmu, sytuacje oderwane od rzeczywistości, podwórkowy humor, zerowy poziom, słaby reżyser, słabe efekty
<i>Ciacho</i>	dobra obsada, ale brak pomysłu, robione dla pieniędzy, żenujące sceny, kompletne dno
<i>Dywizjon 303</i>	przerysowany, próba imitacji filmów amerykańskich, sztuczne dialogi
<i>Ida</i>	nie podobał się

Kac Wawa	ludzie poszli do kina tylko dlatego, że chwilę wcześniej oglądali <i>Kac Vegas</i> , marna imitacja, bezsensowne wątki
Katyni	dużo scen odrażających, drastycznych, dużo agresji, za mocny
Klątwa Doliny Węży	klasyk słabego kina
Kler	niespełnione oczekiwania dotyczące poziomu kontrowersyjności, brak elementów zaskakujących, wywołujących emocje, strasznie długi
Kobiety mafii	słaba realizacja, każda kolejna część coraz gorsza, słaba fabuła, beznadziejna produkcja
Miszmasz, czyli Kogel-mogel 3	zrobiony dla pieniędzy, na siłę, słaba gra aktorska, od niechcenia, bez emocji, słabe dialogi
Last minute	mało treści, szybka akcja i mało przekazu
Legiony	oklepany i przewidywalny, zanim cokolwiek się wydarzyło, to już większość osób wiedziała, co się wydarzy
Listy do M. 3	wymuszone, taka sama koncepcja, „Karolak znowu”
Miasto 44	słaba rekonstrukcja, nieścisłości fabularne, historyczne, słabe efekty specjalne, zbędny seks kiepsko pokazany
Och, Karol	słaba komedia romantyczna, „polski badziew”
Planeta Singli 3	słaba kontynuacja pierwszej części, zawiedzione oczekiwania, polska komedia romantyczna
Polityka	brak jakiegokolwiek fabuły, nudny, przereklamowany, mało zabawny, humor podwórkowy, dużo przekleństw, „widziałeś zwiastun, widziałeś cały film”
Smoleńsk	słaba gra aktorów, sztuczny, nic niewnoszący, mocno naciągany
Tatarak	nie podobał się
Testosteron	żenujący, nic się nie spinało, słaba fabuła, wydumane męskie problemy, obsada fajnych aktorów
Tylko mnie kochaj	kolejny film z tym samym aktorem, słabe aktorstwo
Weekend	słaba fabuła, słaba gra aktorów
Wiedźmin	zły dobór aktorów (nie pasują do postaci, tylko Zamachowski się broni)
1920. Bitwa Warszawska	sztuczna gra Borysa Szycy, płytki film, nic nie jest dosadne, przemyślane
Wojna polsko-ruska	film typowo podwórkowy, pełen wulgaryzmów, prostych dialogów
Wszyscy jesteśmy Chrystusami	nie podobał się

## Popularne produkcje

Badanych poproszono także o ocenę pięciu polskich filmów o najwyższej oglądalności. Na liście ocenianych produkcji znalazł się *Kler*, *Listy do M.*, *Pitbull*, *Quo vadis* oraz *Ogniem i mieczem*.

Zdaniem badanych za kluczowe przyczyny popularności tych tytułów można uznać temat, promocję i oczekiwania publiczności. Nie bez znaczenia pozostaje poziom realizacji filmu (choć nie wszystkie filmy spełniły tu oczekiwania) i dobrze dobrana obsada.

**Kler** swój sukces zawdzięcza poruszanemu tematowi, który, zdaniem badanych, jest kontrowersyjny („Praktycznie sam się promował, tak? Ze względu na kontrowersje, które tworzył wokół siebie”), a zarazem bardzo aktualny (zwłaszcza w kontekście wydarzeń na świecie – „bieżąca polityka nagłośniła film”).

*Film kontrowersyjny, tym bardziej że bardzo długo całe środowisko stało w Polsce na piedestale, nie można było słowa powiedzieć, a tu się okazuje, że są wady, są wręcz duże wady w tym środowisku.*

*Pokazujący to, co chcemy zobaczyć. Wiemy to wszyscy, natomiast chcielibyśmy to zobaczyć na ekranie. I on odzwierciedla to, o czym wszyscy wiedzą, nikt o tym nie mówi. I ktoś nakręcił film. Świetnie się sprzedał. Tak mówię ogólnie.*

Zdaniem badanych publiczność chciała obejrzeć ten film, aby potwierdzić swoją wiedzę czy przekonania, sprawdzić, jak daleko posuną się twórcy, obrazując „grupę, która do tej pory znajdowała się na piedestale”.

Warto podkreślić fakt, że mimo iż badani (i pewnie nie tylko oni) szli na ten film z określonymi oczekiwaniami dotyczącymi ujęcia tematu („wszyscy oczekiwaliśmy wreszcie wyjaśnienia i prawdy”), twórcom udało się ich zaskoczyć:

*Zaskakujące ujęcie: jak był zwiastun, to myślałam, że to będzie taki film typu polityka, że tam tak dużo się dzieje, ale był taki. Każdy z tych księży przeżywał jakąś swoją rozterkę, jakąś taką swoją historię.*

*Byli za nimi po prostu ludzie. Bo u nas wcześniej w ogóle byli postrzegani duchowni jako jakieś osoby takie nadprzyrodzone, że po prostu, Jezu, jak bogowie. A tu są pokazani po prostu zwykli ludzie. To jest zawód po prostu i oni mają swoje słabości. I jeszcze, gdzie to jest bardziej właśnie przejawione, bo nie powinni być w takim zawodzie.*

Dobrze oceniana jest także obsada filmu (badani docenili zwłaszcza rolę Gajosa i Braciaka), reżyseria i ogólny poziom realizacji dzieła. Całość sprawia, że film oceniany jest jako „mocny” i „wart obejrzenia”.

**Listy do M.**, określane jako „komedia romantyczna, która się udała”, nie są dziełem wybitnym, ale dobrze wypadającym na tle konkurencji (innych polskich komedii romantycznych). Pozytywnie na oglądalność wpłynęły także czas promocji (okres świąteczny) i odpowiednia promocja filmu.

Badani opisując ten film, używają słów takich jak: sympatyczny, śmieszny, rodzinny, ciepły, mający dobre dialogi.

*Motyw takiej komedii, która jest lekka, przyjemna, bo te postaci niby mają te problemy, ale one są w sumie takie do przeskoczenia.*

*„Listy do M.” kojarzą się, przynajmniej mi, z typowymi, miłymi, ciepłymi komediami zagranicznymi. Takie mam pierwsze skojarzenie, nawet patrząc na plakat.*

Chwalone są obsada i wykreowane przez aktorów postacie:

*I to wcale nie jest tak, że oni są śmieszni, bo są głupkowaci. Tylko są zabawni, bo są... przyjemni po prostu.*

Ważnym elementem jest nawiązanie do polskiej tradycji, dzięki której możemy utożsamić się z bohaterami:

*Pokazane są polskie święta, polska tradycja, polska rodzina: każdy może się utożsamić z tym, każda polska nasza rodzina.*

*Bo tak jak zawsze jest, przed świętami zawsze są te kłótnie rodzinne, a nagle podczas wigilii „o, kochajmy się, wszystko się udało”.*

Nawiązanie do świąt wpłynęło na popularność filmu jeszcze w jednym aspekcie:

*On był wyprodukowany i puszczony w kinach w dobrym czasie – to była tematyka nawiązująca do świąt i było to też puszczane w okresie świątecznym. A generalnie okres świąteczny kojarzy się z rodziną, z wolnym czasem, i ludzie po prostu na to chodzili do kin.*

**Pitbull** to zdaniem badanych „kino sensacyjne, ale bez nacisku na kontrowersje”. Mimo to produkcja ta najbardziej ich podzieliła. Jedni uważają, że jest to kiepski film gangsterski, który słabo zapada w pamięć; nieudana kopia amerykańskich filmów sensacyjnych. Inni zaś, że to spójna, interesująca historia, którą dobrze się ogląda, czy wręcz agresywny, mocny film:

*No bo właśnie wszystko było w nim z umiarem. Najlepsi aktorzy, ale bez szarżowania. Rzeczywistość całkowicie prawdopodobna. Bez pastiszu. I też życiowy. Wątki, chemia między Weroniką a Dorocińskim.*

*Każda z postaci jest dobrze zarysowana. Z każdą się można – utożsamiać? – nie z każdą. Ale każdą poznać. I chcieć poznać bardziej. Dobre aktorstwo i scenariusz.*

Wszyscy są zgodni co do trzech głównych przyczyn sukcesu tego filmu. Po pierwsze, twórcy sięgnęli po gatunek i tematykę, które od dawna (od czasu Psów Pasikowskiego) nie były pokazywane w polskim kinie.

*Na pewno gdzieś tam te czarne charaktery, ten światek przestępczy, kryjący zawsze dużą tajemnicę dla przeciętnego człowieka. Myślę, że na pewno to.*

Po drugie, Vega dobrze wykorzystał popularność reżyserowanego przez siebie serialu *Kryminalni*. Po trzecie, znaczenie miała promocja filmu na dużą skalę.

Dwa ostatnie filmy, *Ogniem i mieczem* i *Quo vadis*, wysoki poziom oglądalności zawdzięczają przede wszystkim dużej frekwencji uczniów, którzy odwiedzali kina w ramach szkolnych wycieczek.

Niemniej jednak obie produkcje mają swoje zalety, które przyciągnęły także inne grupy odbiorców. Zwłaszcza *Ogniem i mieczem* oceniane jest przez badanych jako film zrobiony sprawnie i z rozmachem, z dobrą, zapadającą w pamięć obsadą (Domogarow, Scorupco, Żebrowski), wpadającą w ucho muzyką oraz jest wiarygodny historycznie. Niewątpliwie na jakość filmu wpłynął wysoki budżet tej, zrobionej „z rozmachem”, produkcji.

*No wtedy chyba „Ogniem i mieczem” miało duży budżet, rozmach [...], tak naprawdę polska historia opowiedziana w taki... jak by to powiedzieć, z rozmachem takim amerykańskim.*

*O tym filmie już się mówiło przed kręceniem jeszcze tego filmu, on miał dużą promocję.*

Na popularność tego filmu wpłynął także klasyczny, wręcz bajkowy schemat i wielość poruszanych w nim tematów, takich jak: miłość, wojna, patriotyzm, bohaterstwo, „wszystko, co można powiedzieć o Polakach”.

*W „Ogniem i mieczem” mamy klasyczny schemat, gdzie dobro zwycięża i główni bohaterowie przeżywają do końca i odjeżdżają ku zachodzącemu słońcu, i żyli długo i szczęśliwie, i się kochali. A według książki Skrzetuski miał 12 synów. Także lubimy dobre zakończenia.*

Znacznie słabiej badani oceniają *Quo vadis*, który krytykowany jest za źle dobraną i źle grającą obsadę, niski poziom realizacji, mnogość wpadek...

*Słaba ekranizacja. To znaczy widać było biedne scenografie w tym filmie. Było widać, że film jest niskobudżetowo realizowany, według mnie, w porównaniu z tymi wspinałymi ekranizacjami amerykańskimi. Nie do końca mnie przekonał ten film.*

*Dziwne, bo reżyser jest uznany i dobry, taka też ikona. A film... znaczy, dla mnie jest taki średni – do obejrzenia, okej, ale dla mnie to nie jest jakiś kanon typu „Potop”, „Ogniem i mieczem”, „Pan Tadeusz” – zupełnie gdzieś obok. Ale też nie jakaś totalna tragedia.*

Za główną przyczynę porażki *Quo vadis* badani uznają zbyt niski budżet, który wpłynął na jakość realizacji. Część badanych odnosi się też do samej książki, twierdząc, że „*Ogniem i mieczem* jest lepszą książką niż *Quo vadis*”.

## Kino polskie a kino zagraniczne

Według badanych polskie kino różni się od kina zagranicznego przede wszystkim wysokością budżetu. Wysokość kwot wydawanych na poszczególne produkcje przekłada się na ich rozmach, efekty specjalne (te w polskim wydaniu są bardzo krytykowane), jakość technicznej realizacji filmu (muzykę, pracę kamery, scenografię itd.) i obsadę.

Polskie filmy wypadają słabiej w stosunku do zagranicznej konkurencji, jeśli chodzi o scenariusz, dialogi czy wielowymiarowość postaci. Nie są to jednak najważniejsze przyczyny braku uznania dla polskich produkcji nominowanych do Oscara (badani odnosili się do takich filmów jak *Zimna wojna*, *Ida*, *W ciemności*, *Katyń*, *Boże Ciało*).

Największym grzechem polskich filmów jest brak uniwersalizmu w prezentowanych historiach. Jak mówią badani, filmy te są „typowo nasze i tylko my je rozumiemy”. Z tego powodu oceniane są ze względu na walory techniczne: scenariusz, reżyserię, muzykę, a opowiadana historia pozostaje niedoceniona.

*Te filmy zaznaczały nasze problemy tutaj lokalne. I nie wyjaśniały, nie dawały możliwości, żeby ten widz światowy zrozumiał, na czym ten program polega.*

*Bo one są dobre, bo przerzucają rzeczy, które my wszyscy rozumiemy jako Polacy. Robią je Polacy, więc jakby umiemy umieścić w tym ładunek emocjonalny. Tylko co z tego, skoro opowiadają o kanałach w Warszawie czy o zimnej wojnie z perspektywy właśnie Polaka de facto, skoro nikt się w to inny nie wczuje. Filmy zachodnie mają to do siebie, że tworzą wiarygodne postacie i nie musimy znać tła.*

*Celebryjemy swoje cierpienie. Dotykają szczegółowych problemów, odbiorca nie rozumie naszej mentalności, oczekuje czegoś innego. Kręcone dla Polaka, polskiego widza.*

Drugą przyczyną porażki polskich filmów na arenie międzynarodowej jest duża konkurencja. Inne kraje lepiej wypadają, jeśli chodzi o budżet produkcji i promocję, które wpływają na jakość filmu i jego oglądalność. Nie bez znaczenia są też rozpoznawalne nazwiska (reżyserzy, aktorzy) – w tej kategorii Polacy przegrywają zwłaszcza z kinem amerykańskim.

Trzecim czynnikiem są kwestie polityczne:

*Zawierowania polityczne mogły mieć wpływ też. Bo jak sięgniemy pamięcią, że coś się dzieje w danym kraju i coś się dzieje na świecie, chociażby – już odbiegam od tematu – wybory Miss, to zawsze ona jest z tego kraju, gdzie coś tam się zaszło. Albo jakieś inne rzeczy. I to nawiązuje do tych mocnych akcentów politycznych w danym kraju. I wtedy jest nacisk na to.*

## POLAKÓW PORTRET WŁASNY

Wizerunek Polaka przedstawianego w polskim kinie jest różnorodny, ale wypada zdecydowanie negatywnie, choć w wypowiedziach badanych pojawiają się także pewne akcenty pozytywne. Polak jest postrzegany przez twórców stereotypowo, w sposób czarno-biały, badani kilkakrotnie zwracają uwagę, że nie ma postaci ze środka, zwyczajnych.

*Nie ma herosa, który jest otwarty, szczery, pełen poświęceń. Tylko wręcz przeciwnie. Cham i prostak, który jest czasami pełen poświęceń.*

*Ale to są, wydaje mi się, dwie skrajności. Bo pokazują albo taką patologię typową, albo ludzi, którzy żyją na takim najwyższym poziomie. A nie ma czegoś takiego pomiędzy, takiego średniaczka nie ma.*

*No tak chyba po transformacji z '89 (śmiech) to tak się boryka po prostu, z taką... No właśnie, może Polacy w ogóle tak nie wyglądają, ale dużo jest takich filmów właśnie: Polak – alkoholik, pijak, każda grupa zawodowa taka, nie, podobna, czy to będzie drogówka, czy to będzie kler, czy to będą politycy, to oni wszyscy... Praktycznie mało jest takich bohaterów... niepozytywnych, tak?*

Do głównych przywar Polaków zaliczane są: skłonność do korupcji, zazdrość, czy wręcz zawiść („jak ktoś ma dobrze, no to trzeba mu to ukrócić”, „a sąsiad ma więcej, to żeby miał mniej”), upartość („zawsze znajdzie się taki jeden uparty Polak, który w pewnym momencie zechce postawić na swoim”) i kompleksy („Polacy są takimi smutnymi ludźmi, którym nic nie wyszło – mają kompleksy, wiecznie nie widzą rozwiązania”).

Niektórzy wymieniają rozrywkowość i poczucie humoru jako naszą cechę narodową, ale przywoływane postacie wskazują raczej, że stwierdzenie to odnosi się do konkretnych bohaterów w dobrych polskich komediach (*Rejs, Miś, Lejdis, Seksmisja, Kingsajz, Vabank*).

A więc chodzi tu nie tyle o cechę Polaków, co charakterystykę bohaterów wymienianych filmów.

Mimo iż niektóre typy Polaków, ich cechy czy przywary można znaleźć w niemal każdym polskim filmie (do takich aspektów polskości badani zaliczają alkohol, korupcję czy cwaniactwo), najczęściej przywoływaną ilustracją typowego Polaka są filmy Wojciecha Szmarzowskiego. To właśnie obraz Polaka pojawiający się u tego reżysera stanowi pewien wyznacznik polskości.

Negatywny wizerunek Polaka przypisywany jest przede wszystkim zadaniu, jakie spełnia kino. Pokazywanie zwykłych szarych ludzi w ich codziennym życiu nie zainteresuje widza, nie wywoła określonych emocji, nie pozwoli opowiedzieć pewnych historii. Niemniej jednak, zdaniem badanych, taki obraz może być przeznaczony dla nas samych, w myśl zasady: „Z czego się śmiejecie? Z samych siebie się śmiejecie”.

## Wizerunek Polaka w polskim filmie

Mimo iż wizerunek Polaka w polskim kinie jest dość różnorodny, analiza pozwoliła wyłonić kilka typów opisujących naszych rodaków.

Pierwsza grupa postaci w typologii to **samotnicy** i **pesymiści**, ponurzy i źli na cały świat, smutni, rozgoryczeni, strapieni i nieporadni, sfrustrowani...

*Oni mają straszne jakieś problemy tylko i wyłącznie emocjonalne, i nie mogą sobie poradzić sami ze sobą. Właśnie jacyś tacy marzyciele, którzy chcieliby wszystko, a w końcu są tacy słabi, że wolą zostać w łóżku i nic nie robić ze swoim życiem.*

*To jest czasem poczciwa osoba. On też nie jest pozytywnym bohaterem, żeby się na nim wzorować, bo nikt nie chce być nieporadnikiem. Ale niektórzy się tak odnajdują. Że jestem ja. Nie radzę sobie w tej rzeczywistości. Ale to nie znaczy, że to jest zła osoba, bo on może pozytywne nasze emocje budzić.*

Bohaterowie ci, mimo ewidentnie negatywnego rysu, bywają pokazywani w sposób ambiwalentny, nierzadko budzący u widza sympatię lub współczucie. Przykładem takiej postaci jest Adaś Miauczyński, bohater *Dnia świra*, „pracujący szarak”, który nie odnajduje się w otaczającej go rzeczywistości.

Sfrustrowani bohaterowie pojawiają się w polskich filmach niezależnie od gatunku. Innymi przykładami tego typu postaci, przywołanymi przez badanych, są bohaterowie *Kogla-mogla*:

*No bo oni byli tacy sfrustrowani. Tylko ta Kaśka próbowała coś w życiu osiągnąć. A oni wszyscy naburmuszeni, wieczne problemy. Przecież tam nikt się w tym filmie nie uśmiechał, to była komedia.*

Sfrustrowanym samotnikom przeciwstawiane są postacie **przyjacielskie**, otoczone pozytywnymi ludźmi, dzięki którym w czasach spokojnych wiodą radosne, spełnione życie, w czasie kryzysu zaś dzięki wsparciu potrafią poradzić sobie z najtrudniejszą sytuacją życiową.

*A ja mam jeszcze takie: jako przyjaciel, jako człowiek, który wyjdzie z każdej opresji, opierając się na sile przyjaźni. Bo często jest pokazane w jakichś filmach, że są jakieś paczki ludzi, którzy ze sobą gdzieś tam współgrają i robią fajne rzeczy. No tutaj jest idealne „Lejdis”, moim zdaniem, do tego pasuje, to tak mi też silnie utkwiło.*

Kolejna grupa postaci to **kombinatorzy, oszuści, cwaniacy**. To, co charakteryzuje tę grupę, to przywiązanie do wartości materialnych, wręcz chciwość i zdolność do realizowania własnych interesów różnymi, nie zawsze legalnymi środkami.

W grupie tej można wyróżnić trzy podtypy: gangstera, biznesmena i „Polak potrafi”, różniące się środkami, za pomocą których dochodzą do celu.

**Gangsterzy** (typowi przedstawiciele to bohaterowie filmów Vegi) działają poza prawem (lub na jego granicy), swój sukces zawdzięczają przede wszystkim sprytowi i przemocy. Opisywani są jako:

*Agresywni, bo w większości, jeżeli coś nie działa, to trzeba z pięściami lecieć albo iść zastrzelić, albo pobić.*

**Biznesmeni** to z jednej strony osoby, które zapracowały na swój sukces ciężką pracą, pomysłowością i przedsiębiorczością; z drugiej strony badani wymieniają w tej kategorii „Januszów biznesu”, karierowiczów, którzy dorobili się cwaniactwem, oszustwem lub przyładkiem. Do pierwszej kategorii zaliczyć można bohaterów komedii *Pieniądze to nie wszystko* czy *Zróbmy sobie wnuka*, do drugiej Siarę (bohatera filmu *Kiler*) czy Nikodema Dyzmę.

Kategoria „**Polak potrafi**” opisuje zaradnego człowieka lub drobnego cwaniaczka, który nie zrobił ani wielkich pieniędzy, ani kariery, za to charakteryzuje się wybitnym życiowym sprytem, dzięki czemu jest w stanie poradzić sobie w każdej sytuacji. Postacie te mogą wykorzystywać swoje umiejętności pozytywnie, do radzenia sobie z przeciwnościami losu, lub w sposób negatywny, wykorzystując innych do własnych celów:

*To jest bardzo zabawne, że się bierze jakiś ten stereotyp właśnie, że jak coś się dzieje, to machnie ręką „wykombinuje się” i pójdzie, i załatwi po sąsiadce ciotki. To jest śmieszne i zabawne, jest fajne, ale to jest trop, to jest fragment, to nie jest cała postać. A kiedy my tworzymy wszystkie postacie jako takie same, to to jest takie...*

*Kombinuje, żeby się nie narobić, a zarobić. Zrobić coś z niczego. Zrobić coś byle jak, nie do końca porządnie.*

Inną kategorią są **młodzi ludzie**, zwykle przedstawiani pozytywnie, przez pryzmat pracy, marzeń, miłości. Często są to niespełnieni marzyciele, artyści, czasem niedojrzałe lekkoduchy zagubione w pogoni za ideałami. Niemniej z wypowiedzi badanych wyłania się też negatywna podkategoria **chuligana, kibica, blockersa**.

Bohaterowie należący do tej kategorii to osoby aroganckie, zachowujące się agresywnie, przeklinające, ich nieodłącznym atrybutem jest „alkohol i disco polo”.

*Alkohol i disco polo połączyłabym bardziej tutaj, bo alkohol łączy mi się z brakiem kultury, chamstwem. U nas nie pokazują alkoholu, że pije się wino albo szampana. Tylko pijemy wódkę w taki sposób, że się zalewamy w trupa i pokazujemy swoje najgorsze cechy.*

Chuligana od gangstera odróżnia brak obycia i wąskie horyzonty:

*Nic go nie interesuje, tylko to, co dzieje się na osiedlu – kibol.*

*W gronie kolegów, gdzieś tam w piwnicy, sobie poćwicz – tak, taki mięśniak właśnie.*

*Albo jak przedstawili Oświecińskiego w „Pitbullu”, jako typowego dresa. To napisz dres, bezmózgowiec.*

Kolejny typ Polaka to **alkoholik**, obecny w takiej czy innej formie w większości polskich filmów. Badani wyróżniają dwa podtypy osób definiowanych przez pryzmat alkoholu: alkoholika, który regularnie nadużywa alkoholu („nie to, że wypije piwko tak dla humoru, tylko pije tego alkoholu za dużo”) i pijaka, który „uchlewa np. raz na tydzień albo tam raz na miesiąc”.

Alkoholik jest najczęściej postacią jednoznacznie negatywną, niszczącą swoje otoczenie (w tym rodzinę), skłonny do przemocy, żyjącą w biedzie. Nadużycie alkoholu jest uznawane za główną przyczynę obecnych w polskim kinie patologii czy konfliktów międzyludzkich, w tym konfliktów w rodzinie.

*Wszystko jest związane w większości ze sprawami alkoholowymi. Brak porozumienia, który występuje wśród bohaterów. I pokazane to, że nasze problemy wynikają z jednej strony z historii, a z drugiej strony z braku porozumienia, który jest związany, wydaje mi się, z piciem alkoholu. Alkohol tworzy nasze problemy bardzo duże. Mówię o „Drogówce”, o filmie „Wszyscy jesteśmy Chrystusami”, „Plac Zbawiciela”. To wszystko tworzyło problemy, które są rodzinne. To są cechy negatywne, które pokazane są w polskim filmie. Polaków, którzy nie potrafią współistnieć w małej naszej społeczności.*

Czasem jednak alkoholik jest przedstawiany jako postać tragiczna, samobójca, na granicy, przeżywający tragedie w życiu. Jako przykład można wymienić tu bohatera filmu *Bogowie*.

Polskie kino obfituje również w różnego rodzaju **bohaterów**. Do tej kategorii badani zaliczają przede wszystkim postacie historyczne (bohaterów produkcji takich jak *Miasto 44*, *Legiony*, *Dywizjon 303*, *Wołyń*, *Katyń*, *Kurier*), uznawane za patriotów poświęcających się (czy wręcz cierpiących) dla dobra ojczyzny. Bohaterstwo, heroizm często związane są z polską martyrologią:

*Czasami ta bohaterskość jest uzasadniona, ale my mamy taką martyrologię tą naszą, że my musimy się koniecznie zerwać, zrobić to, mimo że i tak...*

Cierpienie i poświęcenie są tak silnie wyeksponowane w polskim kinie, że zdaniem badanych brakuje postaci pozytywnych, „superbohaterów” definiowanych jako wzory do naśladowania, autorytety.

*No nie wiem, nawet może być i przyziemny. Tylko żeby np. brać z niego przykład można było... Ogólnie takim naszym bohaterem to był zawsze Jan Paweł II, prawda? On był przecież przedstawiany. No to, jeżeli można go nazwać superbohaterem, to był bardziej człowiek bez skazy moralnej.*

Innym rodzajem bohatera jest człowiek **walczący samotnie** przeciw całemu światu, pojawiający się w filmach poruszających między innymi tematy korupcji, nepotyzmu (*Jeziorak*, *Pitbull*). Samotny bohater przeciwstawia się przeciwnościom losu (postaciom, okolicznościom, współpracownikom, przełożonym) i za wszelką cenę próbuje dotrzeć do prawdy.

Oddzielną grupą postaci w polskim kinie są **kobiety**. Ich wizerunek nie jest jednorodny, choć wydaje się bardzo współczesny. Godny odnotowania jest fakt, że badani ani razu nie wymieniają wizerunku żony czy matki Polki, kobiety zajmującej się rodziną, często poświęcającej się dla jej dobra.



Pierwsze i najczęściej pojawiające się skojarzenie dotyczy dekoracyjnej roli kobiet. Zdaniem badanych kobiety w polskim filmie „są pokazywane jako taki element ładny, no i koniec”.

*U Vegi to jest najbardziej prominentne, gdzie jest „Botoks”, gdzie te kobiety mają niby najważniejszą rolę, ale kończy się tak, że w sumie one to nic nie robią, nic nie potrafią, nic nie mogą, są tylko narzędziami. I ich jedyną funkcją jest to, że są ładne.*

W parze z urodą niejednokrotnie idzie brak inteligencji:

*A ja mam jeszcze, że kobiety są głupie, znaczy, że kobiety jako blondynki są głupie. Zawsze jak jest blondynka, to musi być głupia, zawsze postrzelona.*

Konsekwencją takiego sposobu ukazywania kobiet jest ich uprzedmiotowienie, uzależnienie od mężczyzn. Towarzyszący im mężczyźni to najczęściej typ zaradny (gangster lub biznesmen), który potrzebuje atrakcyjnej partnerki, podnoszącej jego prestiż dekoracji, ale to także seksista, kobieciarz... Mężczyźni przedstawiani bywają także jako mniej lub bardziej efektywni podrywacze albo romantycy.

Ważnym elementem portretu kobiecego w tym kontekście staje się seksualność. Sposób jej pokazania we współczesnym kinie jest bardzo krytykowany przez badanych, postrzegany jako wulgarny, wręcz uwłaczający kobietom.

*Ale ta seksualność jest pokazana w bardzo pozytywny sposób, bo teraz seksualność, jeśli chodzi o kobiety w filmach, jest pokazana – to przekleństwa, wyzwiska i takie inne rzeczy, wulgaryzm ostry.*

*To wulgarność, tak strasznie... ona też miała dekolty, ale to tak nie bolało jak teraz.*

*To było takie, to było apetyczne, takie, takie...*

*Takie smaczne właśnie, a teraz to jest w sposób taki bardziej bestialski dla kobiet.*

Badani chwalą za to sposób pokazywania seksualności kobiet w starszych polskich produkcjach. Za wzór uznawana jest Katarzyna Figura. Grane przez nią postacie (wspominana jest tu przede wszystkim jej rola z *Kilera*) określane są jako seksowne, pięknie pokazane, apetyczne.

Badani zauważają jednak, że wizerunek kobiety w ostatnim czasie się zmienia, pojawiają się silne postacie kobiece, które „radzą sobie w tym świecie lepiej od facetów”.

*Zawsze jesteśmy delikatne, nieporadne. A tu się okazuje, że możemy być złe, niedobre, mściwe.*

Zmiana wizerunku, o której badani mówią najczęściej, dotyczy kobiet prezentowanych w filmach o świecie przestępczym (Vega), policjantek i gangsterek. Silne kobiety stanowią wyjątek w innego rodzaju produkcjach. Jednym z niewielu wymienianych przykładów rozprawiania się ze stereotypem ładnej, bezradnej kobiety jest komedia *Lejdis*, której bohaterki cieszyły się ogromną sympatią badanych.

Portret Polaków w polskim kinie obejmuje także szereg **grup zawodowych**, pokazywanych przede wszystkim przez pryzmat ich grzechów i przywar, z których główną jest chciwość i skłonność do korupcji:

*Tu chodzi o to, że ludzie, jak już są na jakichś pozycjach, to zazwyczaj za trochę pieniędzy zawsze wszystko robią. I jakby w sumie wszyscy ci na wysokich pozycjach są przedstawieni jako ci źli, którzy zawsze wydadzą kolejne pieniądze. Znaczą, jak dostaną pieniądze, to zrobią wszystko.*

Pierwszą wymienianą grupą są **policjanci**, pokazywani jako nieuczciwi urzędnicy, łapówkarze, „wulgarnie chamy lub nieudacznicy, lub zawsze ciamajdy”. Znacznie rzadziej w polskich filmach pojawia się wizerunek policjanta samotnego szeryfa, który rzeczywiście walczy ze złem.

Druga grupa to **politycy**: chciwi, żądni władzy, cwani i działający zgodnie z makiaweliczną zasadą, że cel uświęca środki. Korupcja

(pasywna i aktywna) jest nieodłącznym atrybutem tej grupy. Politycy postrzegani są także przez pryzmat uwikłania w różnego rodzaju układy, działający w sposób mało przejrzysty dla zwykłego człowieka.

Trzecią grupą są **księża**, portretowani jako ludzie chciwi, działający z pobudek wyłącznie materialnych. Instytucja Kościoła krytykowana jest za bycie siedliskiem patologii, z których najczęściej w kontekście współczesnego kina wymieniana jest pedofilia.

Czwartą grupą, którą wymieniali badani, są **lekarze**, pokazywani w polskim kinie w sposób dwojaki: albo jako skorumpowane, zmanierowane (czy wręcz chamskie) środowisko z problemami, albo przez pryzmat wybitnych jednostek, dobrych fachowców, których przykładem jest Zbigniew Religa.

Tym, co determinuje sposób prezentowania Polaków, jest po pierwsze ich status majątkowy, po drugie pochodzenie. Badani zauważają, że w polskich filmach pokazywani są albo biedni, albo bogaci, brakuje szeroko rozumianej klasy średniej.

*Nie ma pokazanej jakby tej klasy średniej. Z reguły albo jesteś bogaty, albo biedny, nie ma średnich – albo totalny brak kasy i bida, blokery.*

Polacy pokazywani są także przez pryzmat pochodzenia ze wsi bądź z miasta. Miasto kojarzone jest z postępem. Jego mieszkańcy portretowani są jako lepiej wykształceni, obcy, otwarci. Wieś tymczasem kojarzona jest z zacofaniem, ale przede wszystkim ze swojskością i tradycją. Mieszkańcy wsi pokazywani są jako prości rolnicy, zacierzwieni, zawzięci, zazdrośni, ale także uczciwi i gościnni.

## Zmiana wizerunku w czasie

Wizerunek Polaka w polskim kinie zależy przede wszystkim od reżysera oraz gatunku i tematyki filmu, który musi spełniać określone funkcje, ale także od czasu jego powstania.

Gatunek wyznacza podstawowe kryterium podziału, w zależności od tego, czy ma bawić widza, wzruszać, skłonić do refleksji, czy wzburzyć jeszcze inne emocje.

*Zależy od rodzaju tego filmu. W każdym filmie, w każdym rodzaju filmu, jesteśmy inaczej przedstawiani. Czym innym wyróżniamy się w dramatach wojennych, a inaczej będziemy przedstawiani w takich dramatach, że tak powiem, łagodniejszych.*

*Ale jeżeli chodzi o jakieś takie filmy sensacyjne, to wydaje mi się, że we wszystkich praktycznie tak samo jesteśmy. Więc to chyba w zależności od kategorii filmu, mi się wydaje.*

*Bo jeżeli historyczne, to zawsze praktycznie Polak jest przedstawiany jako bohater. Waleczny i dbający o innych. A znowu w komediach, to jest taka typowa satyra i po prostu wyśmiewanie takich polskich cech narodowych.*

Jeśli chodzi o reżyserów, badani są zgodni, że wpływają na sposób prezentowania Polaków, choć nie zawsze są w stanie wskazać konkretne różnice. O ile w przypadku charakterystycznych, współczesnych reżyserów udaje im się wskazać sposób portretowania rodaków (Vega – stereotypy, obnażanie, ośmieszanie, pokazywanie prawdy; Smarzowski – mocno, aż do bólu), o tyle w przypadku starszych reżyserów jest to znacznie trudniejsze:

*– Wajda? Taki bardziej historyczny.*

*– „Człowiek z marmuru” Wajdy jest? To raczej z tej lepszej strony.*

*– Nie kojarzę do końca, dawno oglądałem, raczej przedstawia Polaków z tej lepszej strony. Po tytule tak tylko stwierdzam.*

Kluczowy wydaje się jednak czas powstania filmu. Różnicuje on bowiem z jednej strony samą polskość, z drugiej zaś – okoliczności realizacji filmu (np. cenzura w PRL-u).

Jeśli chodzi o samą Polskę, jaką portretuje się w filmach, kiedyś, zdaniem badanych, była ona bardziej jednolita, przez co obraz Polaka był bardziej spójny. Dziś mamy do czynienia ze znacznie większym rozwarstwieniem. Mieszkańcy dużych miast znacząco różnią się od mieszkańców wsi i małych miasteczek. Różnice te dotyczą nie tylko mentalności, lecz także statusu majątkowego.

*Jest taka... przepaść pomiędzy Polakiem człowiekiem sukcesu, korpuldkiem, który tam ma szybkie samochody, panienki. Po Polaka takiego biedaka.*

Efektom tego jest łatwość utożsamiania się z bohaterami dawnych filmów i negatywne emocje, które budzą postacie współczesne:

*Może nie potrafiło tak zboleć i zdenerwować odbiorców. Że jednak były te postacie pokazywane w miarę wiarygodnie, jak tutaj kolega dobrze mówi, że nie było aż takich przepaści. Więc jak wszyscy oglądali, to wszyscy się z tym utożsamiali i tak razem się śmiali albo widzieli tą prawdę. A teraz zależy, kto ogląda, ten może czuć się urażony. Dajmy na to, nie wiem, człowiek z miasta... znaczy, jest tyle... świat jest na tyle już podzielony, różny, że te filmy potrafią podobać się, ale potrafią też denerwować, ranić.*

Zdaniem badanych wizerunek Polaka w starszych filmach był bardziej pozytywny: fajny, wesoły, kolorowy.

*Po drugiej wojnie światowej jakie były filmy? Pełne radości, ciepłe, optymistyczne, zawsze kończyły się dobrze. Bohaterowie filmów byli wielowymiarowi, mieli charakter, dziś są to postacie płaskie, bez wyrazistych cech, definiowane przez to, gdzie pracują albo co robią w życiu.*

*Polacy w filmach byli uśmiechnięci, dobrzy, pomocni, szczerzy, uczciwi, potrafiący poświęcić się dla innych, odważni, męscy.*

*Gdzieś Łazuka z tą korbą idzie, to jak mówimy, kulturalny, elegancki pan, ale generalnie nie było właśnie takich mocnych tych scen i to były wszystko bardzo sympatyczne, kulturalne...*

Oczywiście byli też bohaterowie negatywni, ale pozytywne cechy dominowały:

*Odważni, męzni, natomiast tak jakby te cechy usprawiedliwiały te negatywne cechy, bo nie oszukujemy się, bo często w tych samych osobach był szereg cech tych negatywnych i pozytywnych, za to zawsze te pozytywne gdzieś tam... Może inaczej. Miały większą siłę i tak jakby społeczeństwo usprawiedliwiało te negatywne, przykrywając tymi pozytywnymi.*

Badani wskazują jednak na istnienie pewnych ponadczasowych cech Polaków. Do takich, oprócz wspomnianego już podziału na dobrych i złych bohaterów, należy zaliczyć skłonność do alkoholu czy cwaniactwo. Znow jednak dawny wizerunek pijaka, alkoholika czy cwaniaka uznają za bardziej pozytywny.

*Ten wizerunek tego alkoholika, pijaka i takiego, wydaje mi się, że był przemyślany we wszystkich takich filmach gdzieś, natomiast był pokazywany kiedyś, ten Polak, był pokazywany trochę na wesoło. Natomiast teraz jest pokazywany w takim smutnym tonie, czyli kiedyś to na przykład Zagłoba, który rozbawiał towarzystwo...*

*Też jakiegoś cwaniaka, takiego, co po prostu, nie wiem, kogoś oszuka i po prostu, nie wiem, zabierze mu hajs i ucieknie. A może być w taki fajny sposób, że nie chce się narobić, ale jest takim pozytywnym cwaniakiem.*

Przyczyną odmiennego postrzegania polskości i Polaków jest przede wszystkim cenzura. Wpływa ona zarówno na tematykę filmów, sposób pokazywania różnych wątków, w tym historii czy polskich przywar.

*Przepraszam, że to były czasy cenzury, PRL-u, gdzie po prostu nie można było wprost pokazać, tak jak teraz, takiego człowieka, który się stacza totalnie, jest upodlony, zeszmącony.*

Cenzura sprawiała, że reżyserzy nie mogli pokazywać pewnych rzeczy wprost, dlatego kino było wielowarstwowe, intelektualne. Dziś – jak mówią badani – „dostajemy trochę gotowca”.

Zmiana zachodzi jednak także w samych Polakach, którzy korzystają z demokracji i wolności słowa:

*Ludzie się nauczyli też o tym mówić bez ogródek, nauczyli się mówić też o emocjach, które gdzieś tam te filmy też wyzwalają i dają sobie, przynajmniej takie jest moje odczucie, ludzkie prawo do mówienia tego, co sprawia im przyjemność, ale i tego, co ich krzywdzi też.*

*Wydaje mi się, że te problemy kiedyś były zamykane trochę pod dywan, trochę mało o nich mówiono. Natomiast teraz te problemy są jakby na świeczniku, wszyscy o nich mówią, rozmawiają, poruszają te tematy i one są pokazywane w taki właśnie sposób, jak powinny być pokazane.*

Demokracja przyniosła nie tylko wolność słowa, ale i większy wybór filmów. Zdaniem badanych negatywny wizerunek rodaków ma nie tylko szokować, lecz także przyciągać widzów do kin („wulgarny film lepiej się sprzedaje”).

*Nie pokazuje się przeciętnego Polaka, bo to by było nudne. No co? Przychodzi facet po pracy, włącza serial, pije piwo i dzieci się kręcą koło nogi. To by było nudne.*

## Identyfikacja z bohaterami

Ze względu na kontrowersyjny, negatywny i nierzadko stereotypowy wizerunek nie jest łatwo identyfikować się ze współczesnymi bohaterami polskiego kina, „z ich pijaństwem i buractwem”. Badani chętniej przyznają, że łatwiej im odnaleźć siebie w starszych produkcjach.

*Ale to są zazwyczaj te starsze filmy, a nie nowsze. Jakby nie utożsamiam się z Tomaszem Karolakiem.*

## POLACY O POLSKIM KINIE

Polaków  
portret  
własny

←  
Zmiana  
wizerunku  
w czasie

→  
Identyfikacja  
z bohaterami

Niemniej badani uważają, że wizerunek Polaka w polskim kinie jest na tyle różnorodny, że każdy znajdzie coś dla siebie. Czasem jest to cała postać, czasem pewne jej cechy, czy wręcz sceny z filmów.

*Ze scenami jakimiś, konkretnymi zachowaniami postaci trochę łatwiej. Bo postaci jakieś tam przechodzą transformacje. W „Psach” Linda przechodzi bardzo dużą transformację jako policjant, znaczy, spalony policjant. Właśnie kim on właściwie jest, próbuje to odkryć, my razem z nim.*

*„Dzień świra” – czasem jest taki dzień... pojedyncze, wybiórcze sceny z filmów, ale nie to, że jest jedna postać, gdzie się utożsamia.*

Większość postaci nie jest jednak darzona sympatią, oceniana jest negatywnie, dlatego badani niechętnie się z nimi utożsamiają. Jednakże uważają, że polskie filmy mimo wszystko portretują polską rzeczywistość:

*Nie oszukujmy się, że te skrajności, które są, czyli te biedne rodziny, ci faceci zapijaczeni, te biedne kobiety, to są jednak realia polskie, na dalekich, dalekich zadupiach, wioskach.*

## POLSKOŚĆ W POLSKICH FILMACH

Badani opowiadali również o sposobie ukazywania w filmach czterech elementów polskości: tradycji, rodziny, religii i historii. Mimo iż elementy te zostały wybrane arbitralnie na etapie planowania badania, warto zauważyć, że pojawiały się one w spontanicznych wypowiedziach badanych dotyczących wizerunku Polaka.

### Tradycja

Badani są zgodni co do ważnej roli, jaką w kontekście polskości odgrywa tradycja, która „przewija się w sumie w każdym filmie”. Jest to jednak, jak wynika z badania, koncept bardzo szeroki, obejmujący historię i religię (omówione szerzej w kolejnych podrozdziałach), tradycję postrzeganą przez pryzmat kultury wiejskiej, różnego rodzaju święta i uroczystości, polską kuchnię, alkohol...

Dla wielu badanych pierwsze skojarzenie z polską tradycją w filmie to ekranizacja *Chłopów* oraz pokazane w niej elementy **wiejskiej kultury**: „Wiejskie wesele, wykopki, wiejskie życie, że ci ludzie się tam, na tych polach, całe wioski przychodziły. Najpierw robili u jednego, później u drugiego”. Wieś – wskazana już wcześniej jako jeden z dwóch, obok miasta, światów, które definiują różne rodzaje polskości – przywoływana jest niejednokrotnie w wywiadach jako źródło tradycji, a także miejsce, gdzie – mimo zmian zachodzących w świecie – jest ona podtrzymywana.

*Mi jeszcze tak świta do głowy o polskiej wsi, że ta kultura taka wiejska też w taki fajny sposób jest pokazana, że z babki na córkę, na wnuczkę jakoś tak wszystko tam przechodzi, ale nie jestem w stanie teraz tak sobie przypomnieć konkretnego filmu... Też wam coś świta, czy po prostu mi tak...?*

Do niezmiennych elementów polskiej tradycji należy **polska gościnność**, definiowana przez pryzmat wspólnego biesiadowania (z przybyszami, ale także podczas świąt i uroczystości), koniecznie z towarzyszeniem alkoholu. Jako tradycyjne okazje do biesiadowania badani wymieniają tu rodzinne obiady, wesela, imieniny, urodziny, chrzciny. Atrybutami tradycji stają się więc polska wódka i polska kuchnia (grochówka, rosół, pomidorowa, schabowy, ziemniaczki i kapusta zasmażana oraz pierogi).

Szczególne znaczenie przypisywane jest **niedzielnym obiadom** („wspólny obiad, że wszyscy siadali razem do stołu i razem jedli posiłek”) oraz **weselom**, bardzo hucznym, suto zakrapianym alkoholem, na których „trzeba bawić się z całą rodziną”.

Odmianą formą rodzinnych biesiad są **katolickie święta**, które w polskim kinie mają wymiar nie tylko religijny (choć są wymieniane jako jeden z elementów religijnych obecnych w filmach). Szczególne znaczenie ma tu Boże Narodzenie, które niejednokrotnie pojawia się w filmach jako tło wydarzeń (*Listy do M.*, *Cicha noc*).

*Z polskiej kultury to bym powiedział, że naprawdę „Cicha noc” to jest naprawdę film, który oddaje niejako kwintesencję tego, czym jest część tych świąt. Czyli tak naprawdę jest część ludzi, którzy to obchodzą, celebryją, cieszą się tym, a część po prostu tak jak tam. Na przykład jacyś tam wujkowie, dziadkowie, że w tym momencie usiąść, napić się wódki i spotkać się z innymi i tego typu rzeczy, że jest naprawdę cały przekrój sposobów, w jaki ludzie obchodzą Wigilię i w ogóle święta, tak?*

Badani uważają jednak, że we współczesnym kinie tradycja zanika.

*Teraz w tych nowszych filmach jest, że rodziny są porozpierniczone, za przeproszeniem, po świecie. Ta tradycja zagięła, bo człowiek po prostu goni za pieniądzem i teraz nie ma, powiedzmy, tradycji.*

*Ja się do tego cały czas odnoszę, do tego wspólnego jedzenia, czy nawet spotkań rodzinnych, nie wiem, w niedzielę u mamy na obiedzie. Bardzo rzadko się to teraz w tych najnowszych filmach pojawia. W zasadzie to nie ma. Każdy jest zajęty jakimiś tam swoimi sprawami i to jakby...*

Z jednej strony przyczyną tego są zachodzące w polskim społeczeństwie zmiany, wśród których badani największą rolę przypisują indywidualizacji; z drugiej zaś – nastawienie polskiego kina na portretowanie negatywnych cech naszego społeczeństwa.

*Uwypuklone raczej nasze [...] negatywne cechy i jakieś takie elementy negatywne naszego tutaj życia, niż jakieś takie szanowane, które powinny być szanowane, wartości, tradycje.*

## Rodzina

Tradycja to także tradycyjny model rodziny (najczęściej 2+2), z tradycyjnym podziałem obowiązków („u nas kobieta do kuchni, facet jest głową rodziny”). Coraz częściej jednak w kinie pojawia się samotny rodzic z dzieckiem lub rozwiedzione małżeństwo. Tym, co wciąż różni rodzinę polską od tej pokazywanej w zagranicznych filmach, jest jej kompozycja: w polskich filmach nadal jednak rzadko pojawiają się rodziny homoseksualne, wielorasowe czy wielonarodowe.

*Za granicą częściej są już pary homoseksualne, u nich to jest normalne, a u nas dalej budzi kontrowersje. Pokazujemy, że rodzina to tak, jak było kiedyś i tak jest u nas nadal.*

Polska rodzina wiązana jest z jednością, spójnością, tradycyjnymi wartościami, ale ten model ulega degradacji:

*Mi się wydaje, że właśnie kiedyś ta rodzina była najważniejsza, że jednak ci małżonkowie, przede wszystkim małżeństwa. A teraz to tak jak i wszystko poszło z duchem czasu, że generalnie są pary, niekoniecznie są małżeństwami, też są rozwody. I potem te rodziny są takie rozbite, że dziecko na przykład z matką, a ojciec gdzieś tam.*

Przyczyną zmieniającego się (na gorsze) wizerunku polskiej rodziny i niskiej popularności tego rodzaju bohaterów jest rola współczesnego kina. Zdaniem badanych zarówno w polskim, jak i za-

granicznym kinie lepiej „sprzedaje się sensacja albo samotni czy wykołajeńcy”. W taki sposób dziś pokazywana jest też rodzina: problematyczna, uwikłana w konflikty, żyjąca w kłamstwie, często patologiczna, rzadko normalna. Stara się ukryć swoje problemy, „zamknąć w domu, żeby nikt się nie dowiedział”.

*Albo rozbite, albo rodziny bogate, gdzie dzieci smartfony, rodzice biznesy. I tak nie ma takich chyba normalnych.*

Głównymi przyczynami problemów polskich rodzin w filmach są alkohol oraz brak pieniędzy (tak ukazane są rodziny w filmach *Cześć, Tereska*, *Pod Mocnym Aniołem*, *Żółty szalik*, *Wesele*, *Dom zły*). W parze z biedą idą bardzo złe warunki życia (odróżniające rodziny w polskich filmach od tych pokazywanych za granicą). Polskie rodziny żyją w biedzie, rzadko wystarcza im na zaspokojenie bieżących potrzeb, ich warunki mieszkaniowe (ubogie blokowiska lub nieremontowane domy) sprzyjają różnego rodzaju patologiom.

*Gdzie jest szaro i tak dalej, po kłatkach psy sikają i tego typu rzeczy, to po prostu pokazanie od jak najgorszej strony, bym powiedział takiego...*

*No jak by opowiedzieć taką rodzinę, to na przykład zagraniczna, to założymy 2 plus 2, mieszkają w domu gdzieś pod miastem i sobie funkcjonują dobrze, a polska rodzina to jest, założymy, mieszkają w piątkę, czy tam w szóstkę, jeszcze z dziadkami, w ogóle w siódmkę, nawet w dwupokojowym mieszkaniu gdzieś, kurczę, na starym blokowisku...*

Lepsza sytuacja materialna nie rozwiązuje jednak problemów rodzinnych. W bogatych rodzinach dzieci schodzą na drugi plan, rodzice nie mają dla nich czasu, wysyłają je na zajęcia dodatkowe lub „z nianią na quady”. W ten sposób ukazana jest między innymi rodzina w filmie *Sala Samobójców*, który „pokazuje relacje rodzinne i brak zrozumienia, samotność dziecka, ojca, matki. Wszyscy tam są samotni jacyś”. Taki model rodziny zbliża nas do kina zagranicznego, gdzie członkowie rodziny „widzą się tylko rano, mama do roboty, tata do roboty, powrót ze szkoły, i tylko rano i wieczór. To jest czas, kiedy się widzą”.

Sposób portretowania rodziny jest, zdaniem badanych, tym, co przede wszystkim odróżnia kino polskie od zagranicznego. W tym drugim wizerunek rodziny jest znacznie bardziej pozytywny, są to rodziny pozbawione problemów, szczęśliwe, kochające.

*Faktycznie w polskich filmach jest zawsze nieszczęście, zawsze czegoś nie dosyć. A w amerykańskich rodzina szczęśliwa, piękna, dostatnia.*

*Sielankowo. Ojciec przyjeżdża z pracy, zajmuje się dziećmi, pomaga, razem wyjeżdżają.*

Taki pozytywny wizerunek polskiej rodziny, bliższy tym zagranicznym, przedstawiony jest w polskich komediach (*Listy do M., (Nie)znajomi*), czy komediadramatach (*Zmruż oczy, Mój rower*). Mimo iż ukazane w tych filmach rodziny również mają problemy, ich obraz jest znacznie bardziej optymistyczny (problemy są przewyciężane, nie powodują rozpadu rodziny).

Problemem, który pojawia się w kontekście rodziny, zarówno w polskim, jak i zagranicznym kinie jest zdrada, różny jest jednak sposób jej ukazywania. W zagranicznym kinie przedstawiany jest proces dochodzenia do zdrady, pogłębiony psychologicznie, zaś sama zdrada sprawia, że bohater oceniany jest przez widzów negatywnie. W polskim kinie zdrada pokazywana jest lekko, czasem wręcz wulgarnie:

*Ten mąż zawsze zdradza tą żonę i w ogóle o tym nie myśli: wszyscy to robimy, jest śmiesznie.*

*A u nas jest tylko scena, że są w łóżku, żegna ją. I przechodzimy do następnego dnia. Nie ma nic, co się działo pomiędzy. Nie ma rozmów jego z kochanką. Nie ma żadnych jego wewnętrznych zastanowień. Stało się, masz, widzu.*

Stoi to w sprzeczności z podkreślanym przez badanych ogromnym znaczeniem rodziny:

*Ale tak ogólnikowo mówiąc, znaczy biorąc pod uwagę różne rodzaje filmów, no to jednak ta rodzina zawsze gdzieś tam jest najważniejsza. W „Pitbullu” zawsze to dziecko najważniejsze, wszystko dla tego dziecka, ona mu się tam poświęcała i w tę mafię się wdała.*



*Czy w filmie „Pieniądze to nie wszystko”, tam trochę nie bardzo, ale w „Zróbmy sobie wnuka”, czy w „Koglu-moglu”, czy w różnych innych, to jednak zawsze ta rodzina jest gdzieś tam najważniejsza, relacje.*

## Religia

Temat religii postrzeganej przez pryzmat Kościoła budzi wiele emocji i skojarzeń wychodzących poza kino. Badanym trudno przypomnieć sobie konkretne tytuły, rzeczywistość filmowa miesza się z tą prawdziwą.

Religia jest jednak – w mniejszym lub większym stopniu – zawsze obecna w polskim filmie, nawet jeśli nie porusza on tematyki bezpośrednio religijnej. Warto zauważyć, że najsilniejsze skojarzenie z religijnością budził w badanych film Smarzowskiego *Kler*. Postać papieża Jana Pawła II pozostała praktycznie pominięta, kilkakrotnie wspomniana została natomiast postać księdza Jerzego Popiełuszki (który zdaniem badanych zasługuje na to, by nakręcić o nim rzetelny film).

Wśród elementów religijnych obecnych w polskich filmach badani wymieniają przede wszystkim atrybuty religijności: święte obrazki w domach, krzyże na ścianach lub na szyjach bohaterów (w tym także tych negatywnych, którym nie po drodze z Kościołem), modlitwy bohaterów, kościelne śluby, święta, kościoły i księży...

Ważnym elementem religijności są praktyki religijne, niedzielne msze oraz modlitwa, choć ich obecność różnicuje filmy, których akcja dzieje się w społecznościach wiejskich i miejskich.

*W filmach jak są takie rzeczy, to wiadomo, że się modlą. To jest pokazane. Że jest modlitwa. Kościół, to jest chodzenie do kościoła. Zawsze się modlą.*

*Kościół, że jest niedziela, jest tradycja, że idziemy w niedzielę do kościoła, nie że religia, to absolutnie nie, że pamiętaj, aby dzień święty święcić, coś takiego jest pokazywane. Że widać, że jest ta niedziela, że*

*to jest... w ogóle jeżeli jest film, który tam... dzieje się w jakichś tam mniejszych społecznościach, to już w ogóle jest bardzo wyeksponowane, tutaj... no, w mieście to wiadomo, inaczej.*

*Jeśli pokazują jakąś mniejszą społeczność wiejską, to na pewno pojawia się element kościoła, tak? Jako ważnego momentu społecznego, życiowego, kulturalnego i tak naprawdę, że większość się toczy wokół tego.*

Ta codzienna religijność przypisywana jest przede wszystkim kobietom, które są określane przez badanych jako bardziej religijne niż mężczyźni:

*Mnie się kojarzy religijność czy katolicyzm z kobietami [...] to jakoś kojarzę kobiety, krzyże, izby, gdzie ta izba taka polska i ten krzyż nad wejściem, metalowe łóżka. Tak mi się kojarzy z takimi, jakoś nie mogą sobie mężczyźni dopasować do tej religijności. Żeby tam było, że jakiś facet idzie z rodziną do kościoła, czy facet naciska na religię, tylko cały czas te kobiety. Nie rozumiem tego. Bo wydaje mi się, że jest dużo mężczyzn na tych wsiach, i w ogóle jakoś tam utożsamiam ich z religią, albo rodzin całych. A tu cały czas te kobiety. I one, że się modlą...*

Religijność w polskich filmach obecna jest też w formie uroczystości religijnych i świąt (przede wszystkim Bożego Narodzenia i Wielkanocy, choć nie tylko), często stanowiących tło dla fabuły filmu (*Listy do M., Cicha noc, Biała sukienka*), oraz sakramentów religijnych.

*Prawdę mówiąc, niestety albo i stety, w naszej tradycji jest taki ślub kościelny. No młodzi teraz odchodzą od tego. Ale ślub kościelny jeszcze jest. A potem chrzest, komunie, bierzmowanie. Zwróćcie uwagę, że mimo że ludzie nie chodzą do kościoła, albo żyją na kocią łapę, bez ślubu, to idą i chrzczą to dziecko. Mamy taką tradycję.*

Stosunek do ślubu kościelnego ujawnia istotne różnice w podejściu do religijności między młodymi a starszymi widzami (i postaciami):

*Bo wszystkie śluby są pokazywane raczej jako kościelne, rzadko się zdarza, że ktoś idzie do urzędu sobie. Takie tradycje chrześcijańskie typowo, idziemy na pasterkę, śpiewamy kolędy, więc wydaje mi*

*się, że w zwykłych filmach też jest kościół pokazany, że ktoś idzie do spowiedzi, do kościoła na mszę. Gdzieś tam są te elementy ujęte.*

*Ale to dlatego, że jesteśmy państwem katolickim. I w tradycji naszej jest zakorzeniony kościół. Może akurat, nie chcę powiedzieć, że w naszym wieku. My jeszcze wyrosliśmy w takiej tradycji. Ale młodzież w wieku 25 lat w ogóle nie przywiązuje uwagi do tego. Dla nich elementy kościelne w filmie nie mają znaczenia. Im bardzo łatwo jest wyjechać za granicę i pracować. U nich patriotyzm, to jest tak... tam, gdzie jest więcej, to mogą zarobić, bardziej się ustawić, wyjeżdżają za granicę. Kościół? Nie chodzą do kościoła. Ślub kościelny to dla rodziców, a nie...*

Mimo iż skojarzenie Polak = katolik wydaje się oczywiste, w filmach pokazywany jest raczej w negatywny, mało przekonujący sposób jako osoba religijna na pokaz, osoba, która „od poniedziałku do piątku bawi się i pije, a w niedzielę idzie się spowiadać”.

*Ja mam wrażenie, że poszliśmy w skrajność bardzo. W sensie, że w niektórych jest pokazane to oddanie jako ślepa wiara, jakby jako pusta, która... nic za nią nie ma, bo ci ludzie, którzy wierzą, są chamami.*

*Znaczy, mi się też wydaje, że też jest pokazywana religia w taki sposób, że my... Na przykład my jedno mówimy, że jesteśmy bardzo religijni, że chodzimy do kościoła i stoimy w pierwszym rzędzie, a z drugiej strony mamy córkę, która ma trójkę dzieci z trzema różnymi ojcami i to jest takie... Nie wiem, dużo jest, mi się wydaje, teraz takich filmów, że tak właśnie, tak na pokaz jest pokazana ta religijność w ogóle, ale w domu mąż bije żonę, jest alkohol pity, każde dziecko jest z każdym innym facetem.*

*W małych społecznościach jest, mam odczucie, pokazane, że najważniejsze, żeby dobrze wypaść w kościele, żeby dobrze wypaść przed sąsiadami. Pobożność. Świetny film „Sami swoi” pokazywał, jak to jest trochę obłuda związana z religijnością. Potem jakiś film... Ale nieważne. Uważam, że religijność jest trochę na pokaz u nas. Pokazuje, że my przed innymi się pokazujemy, że chodzimy do kościoła, przestrzegamy wszystkich przykazań.*

We współczesnym kinie religijność pokazywana jest prześmiewczo jako element zacofania albo obrazoburczo (*Kler*). W starszych filmach religia to świętość, której nie wolno obrazić, najważniejsza rzecz w życiu człowieka. Dziś taki obraz religii dotyczy tylko małych społeczności:





*Ja myślę, że w małych społecznościach ksiądz i kościół ma bardzo duże znaczenie. Wpływa na zachowanie się ludzi. I wydaje mi się, że ma duże, duży wpływ na nasze społeczeństwo. W dużych miastach ludzie żyją bardziej swoim życiem. Niekoniecznie się kierują względami kościelnymi.*

W pozostałych produkcjach kler portretowany jest przez pryzmat hipokryzji, materializmu, alkoholizmu, molestowania i innych afer w Kościele. Księża w wielu polskich filmach „gonią za kasą i niczym więcej. I ewentualnie za młodymi chłopcami” (choć w wypowiedziach badanych jedynym przywoływanym przykładem takiego wizerunku duchownych jest *Kler Smarzewskiego*). Badani uważają jednak, że warto, a nawet trzeba, pokazywać negatywne strony religijności, czy raczej Kościoła jako instytucji:

*Są to tematy, które dawno powinny zostać poruszone i bardzo dobrze, że zaczynają być poruszane. Aczkolwiek w Polsce obawiam się, że to są tematy, które raczej nie będą miały szansy zbyt dużego przebiccia.*

Niemniej temat ten również dzieli pokolenia:

*Wszystko się obróciło, dlatego dla niektórych ludzi to jest takie nieakceptowalne, dla tych starszych, dla tego starszego pokolenia. Przecież te wszystkie kontrowersje, które wyszły po tym „Nie mów nikomu”, to przecież jak ja widziałem wywiady ze starszymi ludźmi, to oni powiedzieli: nie, to nie jest prawda, to nie dotyczy ich kraju.*

Duchowni w filmach to nie tylko księża, ale także zakonnicy, którzy w polskich filmach portretowani są bądź to jako normalni ludzie (w odróżnieniu od złych księży), bądź jako hermetyczne, zamknięte środowisko, zacofane i wierzące w zabobony.

Wreszcie religia widoczna jest, zdaniem badanych, w filmach historycznych (Polska jako naród chrześcijański). Tu pokazywana jest raczej pozytywnie, przez pryzmat kluczowych dla Polaków wartości (Bóg, honor, ojczyzna):

*Jak się coś działo nie tak, to zawsze był kościół pokazany, ludzie idą i się modlą, coś się dzieje. I to głównie w tych historycznych filmach. Jednak ta polska historia z katolicyzmem jest powiązana.*

*Na przykład „Krzyżacy”, gdzie się modlą przed wyjazdem, czy na przykład „Potop”, że każda bitwa zaczyna się od modlitwy, błogosławieństwa, natomiast teraz to tak nie jest.*

## Historia

Historia jest również obecna w polskim kinie na wiele sposobów. Najczęściej badani wymieniają w tym kontekście filmy obrazujące istotne elementy z historii Polski lub adaptacje literackie (*Legiony, Ogniem i mieczem, Dywizjon 303, Wołyń, Katyń, Piłsudski, Miasto 44*).

Historia w polskim kinie ukazywana jest przez pryzmat bohaterów: z jednej strony patriotów, przywiązanych do ojczyzny i symboli narodowych (tu na myśl badanym przychodzą raczej starsze produkcje, np. *Ogniem i mieczem, Krzyżacy*); z drugiej strony przerysowanych herosów bez skazy, którzy samodzielnie próbują ratować świat za wszelką cenę.

Polska wizja historii wydaje się jednostronna, oparta na „martyrologii, tym cierpieniu, które wszyscy mamy w genach”. Badani zwracają uwagę, że wizja historii w polskich filmach nie zawsze jest optymistyczna, głównie ze względu na burzliwą przeszłość kraju, nieobfitującą w wielkie zwycięstwa. Zwłaszcza historia XX wieku określana jest jako szczególnie tragiczna.

Niektórzy uważają jednak, że wizji historii jest więcej, zależą one od czasu, w którym film powstał (tu przeciwstawiane są sobie cenzura w PRL-u, która nie pozwalała oczerniać bohaterów narodowych, i demokratyczna wolność słowa, która rozprawia się z postaciami i środowiskami na piedestale). Film jest uznawany za jedno z głównych narzędzi polityki historycznej państwa:

*Nie ma historii uczciwie w filmie pokazanych. To jest propaganda, od początku do końca. Jest zawsze robiona na zamówienie aktualnej władzy. Praktycznie nie ma wyjątków. Każda władza sobie*



*produkuje wielkie produkcje historyczne. I w ten sposób się jakoś tam uwiarygodnia i budujemy społeczeństwu taki mit.*

*To jest pokazane. Ale dopiero po latach historia jest pokazywana prawdziwie. Przynajmniej w przybliżeniu prawdziwie.*

*Chyba tak, ale wydaje mi się, że pokazanie historii jest pokazane z czasami, w których żyjemy. W latach 50. się inaczej historie pokazywało, w latach 60. troszkę też była różnica. Lata 80., gdzie mamy Wajdę i te wszystkie filmy związane z Solidarnością, też inaczej pokazują historię. Odbrażowanie pewnych osób, sytuacji. Potem mamy do czynienia z coraz bardziej myślę, że... Otwarte było kino. Mniej było takich tematów tabu, o których się mówiło.*

## ZAKOŃCZENIE

Polskie kino, mimo iż jest krytykowane za pewne niedociągnięcia i braki (niskie budżety, słabość czy brak pewnych gatunków), wydaje się być w dobrym stanie. Badanie pokazuje, że wyprodukowanych zostało wiele filmów dobrych, godnych obejrzenia, pośród których każdy znajdzie coś dla siebie, zgodnie z preferencjami i upodobaniami.

Jest jednak jeden aspekt kina, który badani jednogłośnie chcieliby zmienić – wizerunek Polaka w polskim kinie. Zapytani o to, co chcieliby w polskim filmie zobaczyć, odpowiadają, że marzy im się „coś pozytywnego, coś, co nie będzie przesiąknięte tym, jacy jesteśmy”.

*Fajnie by było, jakby zaczęli pokazywać Polaka troszeczkę inaczej. Żebyśmy byli osobą, która będzie postrzegana za osobę ambitną, pracowitą, a nie zawsze taką – alkoholik, leń. Żeby pokazać naszą codzienność, pozytywnie.*

Polacy tęsknią za bohaterem takim jak oni, borykającym się z normalnymi problemami życia codziennego, z którym z łatwością mogliby się utożsamić. Z drugiej strony pojawia się zapotrzebowanie na inną wizję, nie tylko pojedynczych bohaterów, ale całego narodu, nie smutnego i cierpiącego:

*Pokazujący, że my przecież jesteśmy też takim pięknym narodem, ciepłym narodem, takim, który też potrafi wieść szczęśliwe życie, że to nie musi być wiecznie oparte... A jak jest jakaś przeciwność, to ona nie musi być od razu taka wyolbrzymiona, że tak wpływa bardzo na nasze życie, tylko żeby pokazać też nas jako... no człowieka, który... który też nie ma problemów, że też może żyć kolorowo i tak żyć po prostu, te problemy załatwiać ot tak, a nie, że my wiecznie musimy pod górę.*

## ANEKS

### Scenariusz badania fokusowego

#### POLACY O POLSKIM KINIE

Aneks



Scenariusz badania fokusowego

<p>Rozgrzewka</p>	<p>Na początek powiedzcie, proszę, gdzie najczęściej oglądacie filmy (w kinie? w telewizji? na Netflixie lub innej platformie streamingowej? na komputerze?).</p> <p>Dlaczego wybieracie taki nośnik? Jakże ma zalety? Jakże wady?</p>
<p><b>Część 1. Wybór repertuaru</b></p> <p>Cel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sprawdzenie, na co badani zwracają uwagę, mówiąc o polskich filmach, jakiego słownictwa używają, jakich aktorów znają;</li> <li>• sprawdzenie znajomości filmów i ich twórców;</li> </ul>	<p><b>Co sprawia, że wybieracie konkretny tytuł?</b></p> <p><b>A kiedy wybieracie polskie filmy – czym się kierujecie?</b></p> <p><b>Skąd wiadomo, że dany polski film jest wart obejrzenia?</b></p> <p>[po spontanicznej odpowiedzi dopytujemy o:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• recenzje lub rankingi – jakie? źródła?</li> <li>• polecenia znajomych – co ich przekonuje?</li> <li>• temat – jakie tematy są interesujące? jakie nie?</li> <li>• reżysera – jakich polskich reżyserów znają? kogo warto oglądać? kogo nie warto?</li> <li>• obsadę – jakich polskich aktorów i aktorki znają? kto ich zachęca do obejrzenia filmu? kto zniechęca?</li> <li>• gatunek – w jakich gatunkach polskie kino się sprawdza, a w jakich nie?]</li> </ul>
<p><b>Część 2. Kino polskie</b></p> <p>Cel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sprawdzenie, na co badani zwracają uwagę, mówiąc o polskich filmach, jakiego słownictwa używają, jakich aktorów znają;</li> <li>• sprawdzenie znajomości filmów i ich twórców;</li> </ul>	<p><b>Niech każdy z was pomyśli teraz o polskim filmie, który wam się nie podobał.</b></p> <p>[każdy zapisuje swój tytuł na post-icie, potem na flipcharcie; decyzję najpierw uzasadnia osoba, która podała dany film, potem dopytujemy uczestników, co sądzą o danym filmie, jeśli go oglądali lub znają ze słyszenia]</p> <p><b>Dlaczego wam się nie podobał?</b></p> <p><b>Czy miał jakieś elementy, które wam się podobały?</b></p> <p><b>A teraz zapiszcie na karteczkach polski film, który szczególnie wam się podobał.</b></p> <p>[każdy zapisuje swój tytuł na post-icie, potem na flipcharcie; decyzję najpierw uzasadnia osoba, która podała dany film, potem dopytujemy uczestników, co sądzą o danym filmie, jeśli go oglądali lub znają ze słyszenia]</p> <p><b>Co wam się podobało w tym filmie?</b></p> <p><b>Czy coś wam się w nim nie podobało?</b></p>
<p><b>Część 3. Polaków portret własny</b></p> <p>Cel:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• odtworzenie sposobu portretowania Polaków i Polek w polskich filmach;</li> </ul>	<p><b>Pomyślcie teraz o tym, jak przedstawiani są Polacy w polskich filmach.</b></p> <p>[Technika projekcyjna: skojarzenia; pomoce flipchart, markery. Grupa proszona jest o przygotowanie mapy skojarzeń dot. Polaka/Polki w polskich filmach. Po skończeniu pracy prosimy o omówienie mapy skojarzeń z przykładami ilustrującymi poszczególne skojarzenia. Omawiamy mapę, dopytując o poszczególne skojarzenia + ewentualnie przykłady filmów/</p>

- sprawdzenie, czy i na ile rozmówcy utożsamiają się z bohaterami omawianych filmów;
- sprawdzenie, czy i na ile obraz Polaka/Polki jest stały (czy są jakieś niezmiennie cechy charakterystyczne, wady, zalety);
- zdefiniowanie polskości w polskich filmach;

bohaterów, zwracamy uwagę i dokładniej dopytujemy o kwestie tradycji, kultury, religii.]

#### Czy podoba wam się taki obraz Polaka?

#### Czy ten obraz jest spójny w różnych filmach, czy może są to różne obrazy Polaka?

#### Jeśli tak, od czego zależą różnice?

[dopytujemy o różne wizerunki]

- Czy wizerunek Polaka jest taki sam, czy różny w filmach powstających w różnym czasie [np. dziś i 10, 30, 50 lat temu]?
- Czy różni reżyserzy różnie pokazują Polaków?
- Czy portrety Polaków są takie same w różnych gatunkach filmowych?

#### Czy przychodzi wam do głowy postać z polskich filmów, która najlepiej pokazuje typowego Polaka? Jakie cechy czynią z tej postaci typowego Polaka?

[Dopytać, jeśli nie padnie spontanicznie: czy te archetypowe wizerunki najłatwiej jest scharakteryzować za pomocą ról rodzinnych, zawodowych, czy raczej indywidualnych cech charakteru?]

#### W czym ci typowi bohaterowie polskich filmów są do was podobni? W czym się różnią?

#### A czy przychodzi wam na myśl postać, z którą szczególnie się zidentyfikowaliście (oglądając film, pomyśleliście: to o mnie / ludziach takich jak ja)?

#### Część 4. Polskość w kinie

Cel:

- sprawdzenie postrzegania polskości przez pryzmat tradycji, historii i religii

Czym różnią się polskie filmy od innych produkcji, które znacie, np. z kina?

[gdyby pytanie było za trudne: czy zawierają jakieś charakterystyczne elementy? poruszają specyficzne tematy?]

Jak pokazywana jest w polskich filmach polska tradycja? Jakie elementy polskości, polskiej kultury, historii się pojawiają? Czy są jakieś elementy obecne w większości produkcji?

Jak pokazywana jest w polskich filmach polska historia? Czy to jest jedna, czy wiele wizji przeszłości kraju? Od czego zależą te wizje?

Czy można mówić o jakiejś jednej wizji polskiej rodziny, relacji w rodzinie, która różna jest od rodzin „zagranicznych“ pokazywanych w filmach?

A czy religia ma w polskim kinie znaczenie? Jak jest prezentowana religijność?

[istotne kwestie: obecność Kościoła w filmach, obyczaje związane z religijnością (kult i codzienność), bycie katolikiem]

#### Część 5. Wybrane polskie filmy

Cel:

- weryfikacja, czy znają filmy o dużej oglądalności;
- na jakie elementy zwracają uwagę, mówiąc o nich;
- co jest przyczyną sukcesu tych filmów w Polsce i za granicą

#### Na koniec chciałabym zapytać was o opinie dotyczące konkretnych polskich filmów.

[możliwe pomoce – lista filmów / wydrukowane plakaty / screeny z filmów: „Ogniem i mieczem”, „Kler”, „Quo vadis”, „Listy do M.”, „Pitbull”].

#### Czy oglądaliście te filmy? Co o nich sądzą?

[dopytujemy o każdy tytuł]

#### Te filmy cieszyły się ogromną popularnością w Polsce. Dlaczego, waszym zdaniem?

[dopytujemy o każdy tytuł]

#### A czy możecie wymienić jakieś polskie filmy, które były lub są rozpoznawalne za granicą? Dlaczego akurat te filmy stały się rozpoznawalne na świecie?

[dopytujemy o spontaniczne odpowiedzi, następnie dopytujemy o światową rozpoznawalność i jej przyczyny następujących filmów: „Noce i dnie”, „Ida”, „Zimna wojna”, „W ciemności”, „Katyń”].

Zakończenie

Na koniec wymieńcie, proszę, najlepszy film polski wszech czasów.

#### POLACY O POLSKIM KINIE

Aneks



Scenariusz  
badania  
fokusowego

# PODSUMOWANIE WYNIKÓW RAPORTU



Barbara Giza

Co Polacy sądzą o rodzimym kinie? Co dzisiaj oznacza dla nich „kino polskie”? Jakie są ich zwyczaje związane z lekturą filmów i czego od niej oczekują? Jakimi są widzami? I czy kanon opracowany przez filmoznawców znajduje przełożenie na preferencje polskich widzów? To były główne pytania, jakie postawił sobie zespół badawczy w ramach projektu „Polacy o polskich filmach – opinie Polaków o polskim kinie i ich postawy wobec polskiej produkcji filmowej. Badania społeczne”, realizowanego z funduszy PISF-u w Programie Operacyjnym „Upowszechnianie kultury filmowej”.

Celem projektu było z jednej strony zdobycie popartej badaniami wiedzy o roli i miejscu kina polskiego na mapie praktyk kulturowych Polaków i jego znaczeniu dla polskiej kultury (znaczeniu subiektywnym, postrzeganym przez zwykłych Polaków, a nie specjalistów, filmoznawców, badaczy kultury i filmu). Z drugiej – pogłębiona akademicka analiza odbioru polskiego kina przez Polaków. Punktem wyjścia projektu była świadomość, że obszar ten nie jest do tej pory zbadany, a pozostaje przecież jednocześnie niezwykle ważny dla polskiej kultury.

Szybko zmieniająca się rzeczywistość medialna i technologiczna, a także istotne zmiany społeczne zachodzące w Polsce powodują, że nawet prawidłowo przeprowadzone badania, systematyczne i metodologicznie poprawne, stają się prędko nieaktualne. Pożądane zatem i zasadne było przeprowadzenie prac badawczych, które w całościowy, metodologicznie poprawny i systematyczny sposób odpowiedziałyby na stawiane wyżej pytania badawcze.

Projekt składał się z trzech głównych etapów: na pierwszym stworzone zostały narzędzia, których następnie używano w analizach. Drugim etapem była terenowa część badania; w niej zbierano dane (badania jakościowe i ilościowe). Na trzecim etapie zajęliśmy się analizą zebranych danych, ich interpretacją i podsumowaniem jej wyników. Badania trwały od 3.06.2019 do 31.07.2020 roku.

Badanie ilościowe przeprowadzone zostało za pomocą ankiety zrealizowanej na ogólnopolskim internetowym panelu badawczym, kontrolowanym pod kątem aktywności respondentów i rzetelności

odpowiedzi. W badaniu zastosowano losowo-kwotowy dobór próby (N=1000). Struktura demograficzna próby pod względem płci, wieku, wykształcenia, regionu geograficznego i wielkości miejsca zamieszkania wzorowana była na strukturze demograficznej populacji Polski [GUS 2018]. Badanie zostało zrealizowane w dniach 27.11–4.12.2019 roku. Kwestionariusz ankiety przygotowano na podstawie kwerendy filmoznawczej oraz danych uzyskanych z badań jakościowych. Zawierał 63 pytania, w tym pytania jednokrotnego wyboru, określanie pozycji na skali, pytania złożone, np. wielokrotnego wyboru, otwarte i macierzowe. Pytania badawcze dla tej części to: jak często polscy widzowie chodzą do kina? Jak je traktują? Czego w nim szukają? Skąd czerpią informacje o repertuarze? Co decyduje o wyborze konkretnego filmu oraz co sprawia, że widownia jest zadowolona? Jakie są oczekiwania Polaków wobec filmów?

Przeanalizowane zostały także dane statystyczne. Analizę widowni telewizyjnej polskich filmów fabularnych sporządziliśmy, korzystając z badań telemetrycznych prowadzonych przez firmę Nielsen Audience Measurement. Badanie objęło lata 2004–2019. Dla każdego roku ustaliliśmy top 10 – dziesięć emisji polskich filmów fabularnych (z wyłączeniem seriali) o największej widowni, liczonej w danym roku kalendarzowym. Ogółem badanie objęło 16 lat, a w pierwszej dziesiątce znalazły się łącznie 63 filmy (niektóre pojawiały się wielokrotnie).

W badaniu jakościowym z kolei za cel postawiliśmy pogłębienie wiedzy dotyczącej publiczności oglądającej polskie filmy, jej wyborów, motywacji, sposobów myślenia o kinie. Chcieliśmy odpowiedzieć na trzy ogólne pytania badawcze:

- Dlaczego Polacy oglądają (bądź nie) polskie filmy?
- Na co zwracają uwagę, wybierając i oceniając (polskie) filmy?
- Jaki jest zbiorowy wizerunek Polaków w polskim kinie?

Przeprowadziliśmy osiem fokusów (po sześć osób w każdym), uwzględniających widzów, którzy w miarę regularnie oglądają polskie filmy w kinie i wybierają odmienny repertuar. Podzieliliśmy kinomanów na fanów lekkiego polskiego kina oraz tych wybiera-

jących trudniejsze w odbiorze produkcje. Obie te grupy miały różnić się opiniami o polskim kinie, sposobami mówienia o nim, czy kryteriami oceny filmów. Dodatkowo zbadaliśmy widzów z dużego miasta (powyżej 500 tys. mieszkańców) i małych miast (do 100 tys. mieszkańców), w których znajduje się przynajmniej jedno kino. Połowa fokusów została zrealizowana w Warszawie, druga połowa w Skierniewicach. Te dwie grupy – naszym zdaniem – różnią się znacząco, jeśli chodzi o style życia, wyznawane wartości, kryteria oceny rzeczywistości.

## Częstotliwość korzystania z polskiego kina

**Polacy najczęściej wybierają się do kina na polskie filmy kilka razy do roku lub rzadziej (54,7%). Mniej więcej raz w miesiącu polskie kino ogląda 18,8% badanych. Wąskie grono respondentów zadeklarowało, że ogląda polskie filmy codziennie (5,3%) lub mniej więcej raz w tygodniu (7,8%) – więcej osób nigdy nie chodzi do kina na polskie filmy (13,4%). Filmy zagraniczne w kinie są oglądane z podobną częstotliwością.**

Najmniej osób korzysta z filmów zakupionych lub wypożyczonych na płytach: ponad połowa Polaków nigdy nie ogląda w ten sposób filmów polskich (53,5%) lub zagranicznych (54,2%).

Największe znaczenie ma wiek – spośród uwzględnionych zmierzających najsilniej różnicuje częstość oglądania filmów w kinie, na płatnych platformach streamingowych oraz ściągniętych z internetu lub w inny sposób udostępnionych w internecie. Najczęściej oglądają filmy kinowe ludzie młodzi: w grupach wiekowych 18–29 i 30–45. Starsze osoby rzadziej uczęszczają do kina, a około 20% z nich nigdy nie bywa w kinie.

Z tych samych względów mieszkańcy mniejszych miejscowości rzadziej chodzą do kina, rzadziej także kupują lub wypożyczają płyty z filmami. Grupą przeciętnie najchętniej oglądającą filmy na oba te sposoby są mieszkańcy miast średniej wielkości (50–100 tys.).

## Formy (nośniki) i miejsca, w których Polacy korzystają z polskiego kina

Badani należący do starszej grupy nieco wyżej w hierarchii stawiają kino, młodzi jako pierwsze wymieniają różnego rodzaju platformy streamingowe, takie jak Netflix, HBO GO, Player, Ipla, VOD, CDA, Zalukaj.

Platformy streamingowe krytykowane są za wysokie koszty i niewielki wybór polskich filmów (obie te kwestie rzadziej dotyczą platform internetowych, których główną wadą jest niskiej jakości streaming, sprawiający, że filmy zacinają się lub nie da się ich w ogóle oglądać). Zaletą platform jest większa elastyczność: widownia nie jest uzależniona od daty czy godziny seansu, można również wybrać ścieżkę dźwiękową, czy zatrzymać film w dowolnym momencie. Podkreślają to zwłaszcza osoby zapracowane i mające dzieci.

**Ponad połowa Polaków (57,5%) uważa, że bywanie co jakiś czas w kinie jest obowiązkiem kulturalnych ludzi.** Odsetek osób zgadzających się z tym twierdzeniem jest zbliżony w badanych zbiorowościach społeczno-demograficznych w społeczeństwie. Dla większości osób kino jest rozrywką odświętną: 59,0% osób ogląda filmy w sali kinowej (wyłącznie lub raczej) w weekendy i dni wolne od pracy. Wyświetlanie filmów w domu, wymagające znacznie mniejszych nakładów czasowych, jest popularne zarówno w weekendy, jak i dni powszednie – dla 70,0% badanych nie ma to znaczenia.

Ludzie młodszy chętniej wykorzystują również nowe kanały dostępu do filmów: oglądanie filmów w internecie lub ściągniętych z internetu. Podczas gdy ponad dwie trzecie (67,6%) osób do 45 roku życia ogląda w ten sposób filmy przynajmniej raz w miesiącu, wśród osób po 60 roku życia – 35,7%. Prawie połowa (45,9%) najstarszych respondentów nigdy nie ogląda filmów w ten sposób; dla porównania, w najmłodszej grupie wiekowej (18–29) jest to tylko 6,9%. W podobny, choć słabszy sposób kształtuje się różnica między młodszymi i starszymi widzami w przypadku oglądania filmów na płatnych platformach streamingowych.

Najpopularniejszą metodą kontaktu z filmem pozostaje telewizja, za którą nie trzeba płacić – ta metoda wybierana jest przez respondentów codziennie (36,0%) lub mniej więcej raz w miesiącu (30,7%) w stosunku do polskich filmów oraz codziennie (31,3%) lub raz w tygodniu (35,9%), jeśli chodzi o filmy zagraniczne.

Na korzystanie z telewizji kablowej i dodatkowych płatnych kanałów najsilniej wpływa natomiast wielkość miejscowości zamieszkania. Zwłaszcza we wsiach ograniczona jest dostępność tych możliwości: 42,1% ich mieszkańców nigdy nie ogląda filmów w ten sposób.

Prawdopodobnie, aby zrekompensować ograniczenia stwarzane przez powyższe kanały, mieszkańcy wsi częściej oglądają filmy w telewizji bezpłatnej, zwłaszcza w porównaniu do miast powyżej 100 tysięcy mieszkańców.

Kino jest również rozrywką społeczną: wybieramy się na filmy przede wszystkim z rodziną (67,4%) lub ze znajomymi (34,5%); tylko co szósty Polak (17,9%) ogląda filmy kinowe sam. W kinie domowym jeszcze bardziej wzrasta rola rodziny (71,8%) kosztem znajomych (12,2%), ale też niemal trzykrotnie rośnie odsetek osób oglądających bez towarzystwa (52,1%).

## Nie idziemy na film, tylko do kina

Podobnie badanym zdarza się czasami (33,0%) lub często (9,6%) zrezygnować z pójścia do kina z powodu braku towarzystwa. Tylko 18,5% osób zadeklarowało, że nie jest to dla nich problem, ponieważ lubią same chodzić do kina. Z kolei u wielu badanych (38,9%) problem nie występuje, gdyż zawsze mają towarzystwo do wyjścia do kina.

Polaków przyciągają do kina zarówno filmy (35,0% osób wybiera się do kina, gdy wyświetlany jest film, na który czekali), jak i dostępność seansów (dla 23,9% osób większe znaczenie ma fakt, że mają wolny czas, a pora i miejsce wyświetlania filmu są dogodne). Oba typy motywacji są istotne dla 27,3% badanych, a 13,9% osób nie ma zdania w tej kwestii.

**Kino stało się zatem pretekstem do spotkania ze znajomymi, sposobem spędzania wolnego czasu, miejscem, gdzie można obejrzeć przede wszystkim lekkie filmy (te trudne, wymagające skupienia, lepiej obejrzeć na spokojnie w domu).** W kinie przeszkadzają w tym „rozpraszacze”. Warto w tym miejscu zacytować jedną z wypowiedzi badanych:

*Ale też zależy, na jaki film się idzie. Bo jeżeli jest bardzo ciężka tematyka, wymagająca skupienia, to ja do kina nie pójdę. Bo jednak chrupacze, zuwacze, telefoniacze mnie irytują.*

Do tego ostatniego aspektu odnoszą się w zasadzie wszyscy badani, krytykując hałasującą (jedzeniem, telefonami i głośnymi komentarzami) widownię, na równi z zapachem jedzenia i długotrwałymi reklamami przed filmem. **Zwolennicy ambitnego kina oraz osoby mieszkające w większych miastach preferują małe kina studyjne, w których jest lepszy (ich zdaniem) repertuar, kameralna atmosfera i wyższa kultura osobista publiczności.** Multipleksy cieszą się natomiast zainteresowaniem ze względu na atrakcyjne promocje (np. karty Payback, tańsze bilety w niektóre dni tygodnia), co rekompensuje wysokie ceny biletów.



Nie idziemy na film, tylko do kina



Magia kina



Dlaczego nie chodzimy do kina

## Magia kina

Najbardziej zachęca do kina możliwość obejrzenia nowości filmowych (28,6%) i lepsza jakość obrazu i dźwięku (23,6%) w porównaniu z filmami oglądanymi w domu. Jednak znaczenie mają też elementy symboliczne – ucieczka od codzienności (23,4%), urok sali kinowej (10,9%) – i społeczne – oglądanie filmu w towarzystwie znajomych (8,3%) i wspólne przeżywanie filmu z dużą widownią (5,3%).

## Dlaczego nie chodzimy do kina

Z kolei głównym czynnikiem ograniczającym korzystanie z kina są zdecydowanie kwestie finansowe. Dla dwóch z pięciu Polaków (37,7%) ceny biletów i koszt dojazdu do kina są za wysokie. Przeszkadza również brak czasu, zarówno jeśli chodzi o konieczność dostosowania się do konkretnej godziny, o której wyświetlany jest film (16,1%), jak i czas poświęcony na dojazd do kina (14,5%). Problemem jest także tłok i hałas w kinie (13,4%), ograniczony repertuar kinowy (7,6%) oraz brak osób do towarzystwa (7,4%). W odpowiedziach otwartych do pytania wskazywano również zbyt dużą liczbę reklam przed filmami, trudności z dojazdem wynikające z odległości do kina, zmiennej pogody i kwestii zdrowotnych („niepełnosprawność”, „trudno mi dojechać, bo jestem schorowana”) oraz problemy z zapewnieniem opieki nad dziećmi na czas wyjścia rodzica do kina.

Ze względu na wymienione elementy zniechęcające do wizyty w kinie tylko co piąty badany (19,7%) preferuje tę formę kontaktu z filmami, podczas gdy dla większości (51,4%) preferowanym sposobem jest oglądanie filmów w domu, na ekranie telewizora lub komputera (51,4%). Dla pozostałych osób (28,9%) nie ma to znaczenia.



## Repertuarowe preferencje Polaków

Zdecydowana większość preferowanych przez badanych filmów (44) to filmy wyprodukowane po 2000 roku, podczas gdy 14 obrazów wyprodukowano do 1990 roku. Jednak to najstarsze produkcje cieszyły się największą popularnością.

**Zdecydowanie najpopularniejszy film wśród polskich widzów to *Sami swoi* (reż. S. Chęciński, 1967) i jego kontynuacje, a więc *Nie ma mocnych* oraz *Kochaj albo rzuć*.** Jest to produkcja atrakcyjna dla wszystkich grup społeczno-demograficznych, z naciskiem jednak na osoby słabo wykształcone. Co ciekawe, dużą popularnością film ten cieszy się wśród młodych dorosłych. Wcześniejsze emisje *Samych swoich* i kontynuacji też były popularne wśród młodych grup wiekowych, dla których realia tam przedstawione są z pewnością obce. Pokazuje to trwałość oddziaływania humoru zawartego w tym filmie, a być może też aktualność problemu społecznego, jakim jest adaptacja społeczeństwa wiejskiego do zmieniających się okoliczności politycznych i gospodarczych.

**Polski widz utożsamia się z bohaterem wiejskim, chłopem lub dzieckiem chłopca. Chłopi w zetknięciu ze współczesnością – to jeden z najczęstszych motywów w popularnych obrazach. Tak silna obecność tych motywów związana jest z opisywaną przez socjologów chłopską genealogią większości polskiego społeczeństwa, ciągle żywymi tarciami między wiejskim pochodzeniem a miejską współczesnością.** W *Samych swoich* było to zetknięcie się bohaterów z realiami powojennymi na Ziemiach Zachodnich, w *Koglu-moglu* – migracja ze wsi do miasta, w obrazach nakręconych po 1990 roku – adaptacja do nowego stylu życia i zetknięcie kultury wiejskiej ze współczesną (np. *Zróbmy sobie wnuka*, *Ranczo Wilkowyje*). **Obrazy wsi mają trwałą siłę oddziaływania. Filmy dziejące się w tym środowisku, nakręcone w czasach PRL-u, oglądane są masowo także przez młodą widownię, prawdopodobnie będącą w stanie odnieść te realia do swoich własnych doświadczeń.** Drugi niezwykle popularny cykl to *Kogel-mogel* (reż. R. Załuski, 1988), pozostający wszak w tym samym nurcie co *Sami swoi*.

## PODSUMOWANIE WYNIKÓW RAPORTU

→ Repertuarowe preferencje Polaków

→ Interesująca sprzeczność – oglądamy, ale mówimy, że słabe

Na liście emisji o największej widowni i w rankingu emisji o największym udziale filmu polskiego w widowni ogółem przeważają komedie, przede wszystkim „stare” – z czasów PRL-u (*Jak rozpętałem II wojnę światową*, *Sami swoi*, *Kogel-mogel*, *Sprawa się rypla*).

W latach 2006–2019 systematycznie rosła zarówno liczba polskich premier, jak i widownia polskich produkcji w kinach. Rekordowy pod względem liczby widzów był rok 2018, kiedy ponad 5 mln osób obejrzało film *Kler* (reż. W. Smarzowski).

Niewielu widzów przyciągają zwykle obrazy na temat współczesnych problemów społecznych, jednak jest kilka wyjątków od tej reguły. Najważniejszy z nich to wymieniony wyżej *Kler* – film z największą widownią kinową w opisywanym okresie. Jego popularność pokazuje, że bardzo silna jest potrzeba krytycznego spojrzenia na społeczną rolę Kościoła. *Kler* swój sukces zawdzięcza poruszanemu tematowi, który, zdaniem badanych, jest kontrowersyjny („Praktycznie sam się promował, tak? Ze względu na kontrowersje, które tworzył wokół siebie”), a zarazem bardzo aktualny (zwłaszcza w kontekście wydarzeń na świecie – „bieżąca polityka nagłośniła film”).

W pierwszej dziesiątce najpopularniejszych filmów znalazły się też trzy części *Listów do M*. Film ten ma szeroką widownię, z naciskiem jednak na młodych widzów (dzieci i młodych dorosłych). Jest to typowe kino familijne, które mogą wspólnie oglądać osoby w różnym wieku, o różnych poglądach i nie wzbudza kontrowersji u nikogo.

## Interesująca sprzeczność – oglądamy, ale mówimy, że słabe

Jeśli chodzi o filmy, których badani nie lubią, które uważają za słabe, to w większości przypadków w ocenach negatywnych powtarzają się uwagi, iż w tych filmach „brakuje wszystkiego”: fabuła jest banalna, niespójna, gra aktorska zła, poziom realizacji pozostawia wiele do życzenia.

Szczególnie często wymieniane są w tej kategorii polskie komedie romantyczne, które według badanych opowiadają wtórne historie, nie spełniając przy tym podstawowego zadania gatunku: nie bawią, nie śmieszają. Badani zarzucają twórcom tego rodzaju filmów kopiowanie amerykańskich wzorców, przez co filmy te są mało realistyczne, mało przekonujące, oderwane od polskiej rzeczywistości. Bardzo krytykowane są również kontynuacje popularnych filmów (np. *Kogel-mogel*, *Listy do M.*, *Planeta Singli*), które nie trzymają poziomu swoich pierwowzorów. Zdaniem badanych są realizowane na siłę, dla pieniędzy, bez pomysłu i zaangażowania ze strony twórców.

## Czego nie oglądamy

Po pierwsze, na liście najchętniej oglądanych filmów niewiele jest filmów wojennych. W PRL-u kręcono ich bardzo dużo, właściwie żaden nie przetrwał próby czasu. Jedyny pojawiający się na liście dawny film wojenny to komediowe i groteskowe *Jak rozpętałem II wojnę światową*, który trudno uznać za reprezentatywny dla gatunku. Także wśród nowych filmów o największej widowni niewiele jest filmów wojennych (wyróżniają się *Katyń* i *Miasto 44*). Temat ten chyba przestał rezonować u widza.

Podobnie stosunkowo mało jest obrazów historycznych. Niezwykle niegdyś popularne ekranizacje Trylogii Sienkiewicza tylko raz pojawiły się na liście najpopularniejszych emisji TV (*Potop*, nr 10 w 2014 roku). Z nowszych produkcji – *1920 Bitwa Warszawska* miała liczną widownię.

Niewiele jest na liście filmów ambitnych, nakręconych przez reżyserów uznanych za wybitnych artystów. Brak w ogóle np. Kieślowskiego i Zanussiego, a z nowszych twórców – Koterskiego czy Krzysztofa Krauzego. Na liście najpopularniejszych emisji TV pojawiły się dwa filmy Wajdy, jednak oba stosunkowo nowe (*Katyń* i *Wąłesa. Człowiek z nadziei*). Film *Ida*, zdobywca Oscara, miał stosunkowo niewielką, niespełna ćwierćmilionową widownię kinową.

## Gatunki

**Polacy uwielbiają komedie, zwłaszcza polskie komedie.** Lubi je 76,3% respondentów, w tym 55,8% zdecydowanie lubi. Zagraniczne komedie lubi zaś 73,8% osób, w tym 50,1% bardzo. Tylko około 11% respondentów przyznało, że komedie nie są lubianym przez nich gatunkiem. Na kolejnym miejscu w hierarchii preferencji uplasowały się filmy sensacyjne i kryminalne, które lubi nieco ponad połowa Polaków (podobny odsetek lubi sensacje polskie – 69,3% i zagraniczne – 69,9%). Co piąty Polak nie przepada za tym rodzajem filmów. Jako trzeci ulubiony typ filmów badani wskazali filmy przygodowe, przy czym bardziej cenione są z tego gatunku filmy zagraniczne, które lubi 68,7%, niż polskie, które mają 61,8% zwolenników.

W dalszej kolejności wymienione zostały filmy psychologiczne i obyczajowe – zarówno produkcje polskie, jak i zagraniczne ceni nieco ponad połowa badanych (odpowiednio 52,8% i 52,3%). Następnie historyczne i wojenne (polskie lubi 49,2%, a zagraniczne – 48,7%) oraz dramaty (polskie mają 46,7% zwolenników, a zagraniczne – 51,0%).

**Ciekawym przypadkiem są filmy fantasy i science fiction. W tej kategorii najsilniej widać polaryzację preferencji i dwa duże przeciwstawne obozy: zdecydowanych zwolenników i przeciwników gatunku.** Zwłaszcza w przypadku zagranicznej fantastyki siły są wyrównane – ćwierć społeczeństwa je uwielbia, a druga ćwierć ich nie cierpi.

**Polacy najbardziej nie lubią musicali i horrorów.** Horrorzy mają największą grupę zdecydowanych przeciwników, ale też więcej fanów niż musicale. Więcej osób ceni również zagraniczne niż polskie horrory, chociaż nawet wówczas liczba przeciwników gatunku zdecydowanie przekracza liczbę zwolenników.

**Preferencje gatunkowe odzwierciedlają generalne podejście społeczeństwa do roli filmów. Polacy nieco bardziej wolą filmy łatwe, relaksujące (43,0%), niż poruszające trudne kwestie i zmuszające do myślenia (36,9%), jednak przeważają opinie umiarkowane**

**lub brak opinii w tej kwestii.** O ile w czołówce ulubionych filmów znajdziemy zatem łatwe komedie, filmy sensacyjne i przygodowe, to prawie połowa badanych ogląda też chętnie filmy historyczne i wojenne oraz psychologiczne i obyczajowe.

Znakiem rozpoznawczym polskiego kina są (lub, zdaniem niektórych, były) komedie (tu do najczęściej wspominanych tytułów należą *Dzień świra*, *Chłopaki nie płaczą*, *Seksmisja* i *Listy do M.*).

Gatunkiem pozytywnie ocenianym są filmy obyczajowe i dramaty. „trudne kino o moralnych sprawach”, które dawniej było bardzo silne, dziś pomału odbudowuje osłabioną pozycję. Ten rodzaj kina ma zarówno swoich zwolenników (doceniających realizm i poruszane tematy), jak i przeciwników (zarzucających przedstawianie wyłącznie negatywnego obrazu Polaka, żyjącego w smutnej, szarej rzeczywistości). Rozpoznawalne są też polskie produkcje historyczne (to z nich, zdaniem badanych, Polska znana jest za granicą). Znaczna ich część realizowana jest na wielu płaszczyznach źle (przyczyną tego jest zbyt niski budżet) i w sposób mało uniwersalny (zrozumiały tylko dla Polaków).

Badani pytani o to, jakich gatunków brakuje w polskim kinie, wymieniają filmy przygodowe, biograficzne lub oparte na faktach (ale koniecznie z pozytywnym przekazem), filmy wojenne (oddające realia historyczne, koniecznie z wiarygodną scenografią), dobre, inteligentne komedie oraz fantastykę.

## Twórcy

Badani nie mają problemu z wymienieniem znanych polskich aktorek i aktorów. Lista nazwisk jest długa, dominują na niej osoby rozpoznawalne z szeroko promowanych niedawnych produkcji, ale pojawiają się na niej także uznani aktorzy starszego pokolenia. Nowe nazwiska pojawiają się rzadziej, choć przywoływane są z łatwością.

W wypowiedziach badanych najczęściej pojawiają się Patryk Vega i Wojciech Smarzowski, poza tym kilku reżyserów zaliczanych



## PODSUMOWANIE WYNIKÓW RAPORTU

←  
Gatunki

→  
Twórcy

→  
Znajomość  
polskiego  
kina

do klasyków (Andrzej Wajda, Agnieszka Holland, Roman Polański). Nazwiska młodszych twórców pojawiają się sporadycznie, czasem są przywoływane przez odwołanie do konkretnych (znanych lub nagrażanych) filmów. O ile ikony polskiej reżyserii (jak nazywają ich sami badani) budzą pozytywne skojarzenia (inteligentne kino, głębia filmów, bardziej łagodny obraz Polaków), o tyle reprezentanci młodszego pokolenia budzą wiele kontrowersji, dotyczących przede wszystkim poruszanych tematów i sposobu ich pokazywania.

## Znajomość polskiego kina

**Ponad połowa (59,4%) Polaków nie orientuje się na bieżąco w repertuarze kinowym, sprawdzając aktualnie grane filmy tylko wówczas, gdy planuje wyjście do kina (48,2%) lub wcale (11,2%).** Tylko 10,3% badanych czuje się zdecydowanie na bieżąco z repertuarem, a niecała jedna trzecia (30,3%) sprawdza informacje wyłącznie o kilku reżyserach/gatunkach.

Badani czerpią informacje o repertuarze kinowym i telewizyjnym przede wszystkim z internetu (71,2%), telewizji i radia (43,6%), w mniejszym stopniu od znajomych (32,2%), sprawdzając osobiście w kinie (25,0%), z mediów społecznościowych (28,2%) i z gazet (17,9%). Wskazano również takie źródła jak EPG (elektroniczny przewodnik po programach) i billboardy w przestrzeni publicznej.

Większość osób zanim wybierze się do kina, sprawdza opinie o filmie. Niemal wszyscy oglądają reklamę lub zwiastun filmu (94,3%, w tym 33,1% zawsze) oraz czytają recenzje (87,1%, w tym 24,8% zawsze). Nieco mniejszy odsetek osób szuka informacji o obsadzie aktorskiej (79,5%, w tym 23,7% zawsze) oraz pyta znajomych o opinie (73,9%, w tym 12,0% zawsze). Najmniej istotne dla wyboru filmu są wcześniejsze filmy tego samego reżysera – informacji o nich szuka 58,5% Polaków (9,3% – zawsze).

Co sprawia, że w ogóle decydujemy się obejrzeć dany film? Kluczowe, zdaniem badanych, są opinie znajomych, przede wszystkim

ich wąskiej grupy, której opiniom ufamy, charakteryzują się bowiem podobnym gustem (lubią te same filmy) lub znają się na kinie.

Najważniejsza jest opinia na temat fabuły. Chodzi tu nie tylko o ocenę, czy jest dobra, czy nie, czy tematyka jest interesująca, czy nie. Duży wpływ mają kontrowersje, które budzi film, sprawiają bowiem, że badani mają większą chęć, „żeby sprawdzić daną produkcję, żeby pójść przekonać się, czy faktycznie ten film jest kontrowersyjny”.

Czynnikiem przyciągającym widzów jest również obsada. Aktorzy dobrzy, których udane role w innych produkcjach zapadły widzom w pamięć, przyciągają widownię. Należy tu jednak pamiętać o złotym środku. W wypowiedziach badanych niejednokrotnie pojawia się „przesyt” pewnymi nazwiskami, zwłaszcza grającymi w podobnych filmach (np. Tomasz Karolak).

Znacznie mniejsze znaczenie ma to, kto realizuje film: reżyser czy scenarzysta pojawiają się jedynie w wypowiedziach bardziej obytych kinomanów.

Dla większości badanych (59,6%) nie ma znaczenia, czy film jest polski czy zagraniczny; wśród pozostałych osób liczba zwolenników filmów polskich (20,7%) i zagranicznych (19,7%) jest zbliżona. Zagraniczne filmy są lubiane przede wszystkim przez młodych widzów: w grupie 18–29 lat zwolenników filmów polskich jest 16,5%, podczas gdy filmy zagraniczne chętniej ogląda 33,5%. Podobnie wśród osób z wyższym wykształceniem mniej jest osób preferujących polskie filmy (16,0%). Z kolei polskie filmy lubią najbardziej osoby z wykształceniem podstawowym (30,0%) oraz mieszkające na wsiach i w małych miastach do 10 tysięcy mieszkańców (odpowiednio 22,6% i 23,8%).

Na wybór filmu, zdaniem badanych, wpływa nie tylko jego gatunek czy pokrewna mu tematyka filmu, chociaż są to czynniki najistotniejsze (wskazała je ponad połowa badanych). Bardzo istotna jest również obsada aktorska (49,6%).

Pozostałe elementy mają mniejsze znaczenie: nieco ponad jedna piąta Polaków uważa, że kluczowe dla wyboru są recenzje filmu



←  
Znajomość  
polskiego  
kina

→  
Film  
wszech czasów

i jego tytuł, a około 15,0% wskazało na osobę reżysera, polecenie przez znajomych oraz dogodny czas i miejsce wyświetlania filmu. Najmniej wpływa na wybór filmu osoba scenarzysty – jest ona ważna jedynie dla 3,7% badanych.

Trzy aspekty wydały się respondentom najbardziej istotne: aktorzy, gatunek i tematyka filmu. Według respondentów kluczowi dla sukcesu filmu są aktorzy – zdaniem 62,1% osób to właśnie dobranie odpowiedniej obsady aktorskiej przyciąga tłumy do sal kinowych i do telewizorów. Jest to spójne ze wskazywanym przez badanych dużym znaczeniem obsady aktorskiej. Poza aktorami duże znaczenie mają gatunek filmu (47,8%) i jego tematyka (46,1%). Najmniej ważnymi czynnikami z punktu widzenia sukcesu filmu okazały się nazwisko scenarzysty (7,0%) oraz przyznane filmowi nagrody (10,0%).

## Film wszech czasów

Badanych poproszono też o wskazanie filmu wszech czasów. **Najczęściej wskazywanym kandydatem do tego tytułu (niezależnie od grupy badanych) okazał się Dzień świra Marka Koterskiego, słodko-gorzki film, z którym w zasadzie każdy może się zidentyfikować:**

*Bo jak miałam 15 lat, to myślałam, że to jest komedia, a „Dzień świra” to dramat, życie. Ale dla mnie to jest klasyk i dużo wniosków, refleksji, aktorzy tak samo dobrzy. Gorzko-gorzki film, z nutą niby-żartów, ale te żarty dalej są trochę gorzkie.*

Na podium miejsca zajęły również: *Zimna wojna, Bogowie, Seks-misja, Chłopaki nie płaczą i Sami swoi.*

Oprócz tego badani wymieniali klasyczne polskie produkcje (takie jak *Człowiek z marmuru, Życie jako śmiertelna choroba przenoszona drogą płciową czy Psy*) oraz rozpoznawalne komedie z różnych okresów (*U Pana Boga za piecem, Miś, Kogel-mogel, Testosteron, Jak rozpętałem II wojnę światową*).

Niektóre osoby kierowały się indywidualnym gustem, wskazując filmy, które zrobiły na nich duże wrażenie, wywołały emocje (*Symetria, Jack Strong, Jasminum, Pod Mocnym Aniołem, Jeziorak*).

## Wizerunek Polaka

**Wizerunek Polaka przedstawianego w polskim kinie jest różnorodny, ale wypada zdecydowanie negatywnie, choć w wypowiedziach badanych pojawiają się także pewne akcenty pozytywne.** Polak jest postrzegany przez twórców stereotypowo, w sposób czarno-biały, badani kilkakrotnie zwracają uwagę, że nie ma postaci ze środka, zwyczajnych. **Zapytani o to, co chcieliby w polskim filmie zobaczyć, odpowiadają, że marzy im się „coś pozytywnego, coś, co nie będzie przesiąknięte tym, jacy jesteśmy”.**

Literatura:

- Główny Urząd Statystyczny, 2018, *Ludność. Stan i struktura oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym w 2018 r.* Warszawa: GUS.

PODSUMOWANIE  
WYNIKÓW  
RAPORTU



Film  
wszech czasów



Wizerunek  
Polaka

Ministerstwo  
**Kultury**  
i Dziedzictwa  
Narodowego.



POLSKI INSTYTUT SZTUKI FILMOWEJ  
POLISH FILM INSTITUTE

UNIWERSYTET  
 **SWPS**