

ŁUDOWY BOHATER I ŁUDOWY WIDZ. SPOŁECZNO-KULTUROWE ŹRÓDŁA FILMOWYCH PREFERENCJI POLSKIEJ WIDOWNI

BARBARA GIZA

Institut Nauk o Komunikacji Społecznej
i Mediach UMCS w Lublinie
FilMOTEKA Narodowa – Institut Audiowizualny w Warszawie
Institute of Communication and Media Studies, UMCS in Lublin /
National Film Archive – Audiovisual Institute in Warsaw
barbara.glebicka-giza@mail.umcs.pl
ORCID 0000-0002-2207-0662

MICHAŁ WENZEL

Institut Nauk Społecznych,
Uniwersytet SWPS w Warszawie
Institute of Social Sciences,
SWPS University
mwenzel@swps.edu.pl
ORCID 0000-0002-2998-4934

Wstęp

Polskie społeczeństwo jest mocno zakorzenione we wsi zarówno pod względem pochodzenia, jak i nawyków kulturowych. Przyspieszona, zaplanowana przez władze PRL-u urbanizacja społeczeństwa w sposób nieunikniony spowodowała przeniesienie wiejskich wzorców kulturowych do miast. Do dnia dzisiejszego można obserwować ich pozostałości, takie jak np. pracownicze ogródki działkowe, stanowiące dla robotników namiastkę utraconych gospodarstw. Migrujący do miast Polacy konstruowali wokół siebie otoczenie przypominające to, w którym wyrastali.

Nasz artykuł wpisuje się w nurt badań nad społecznymi źródłami praktyk kulturowych. Wychodzimy z założenia, że masowe praktyki kulturowe społeczeństwa polskiego (w odróżnieniu od zjawisk niszowych, takich jak sztuka uprawiana przez zawodowych artystów dla wąskiego kręgu wykwalifikowanych odbiorców) są wynikiem jego chłopskiego rodowodu. W opracowaniu skupiamy się na lekturze filmu jako praktyce kulturowej¹, poszukując relacji pomiędzy proveniencją polskiej widowni a jej preferencjami w zakresie

¹ Por. m.in. G. Turner, M.F. Duckham, *Film as Social Practice*, London 2006.

doboru oglądanych w telewizji polskich filmów². Zgodnie z naszą autorską tezą niesłabnąca popularność motywów wiejskich w filmie może być także jedną z form adaptacji do obcych, nieznanych warunków. Teza ta osadzona jest w nurcie rozważań nad filmem jako instrumentem komunikacji społecznej, w ramach którego – mówiąc najogólniej – następuje przesunięcie od perspektywy estetycznej ku badaniu relacji pomiędzy filmem a uwarunkowaniami społeczno-kulturowymi³. Wątki i nawiązania do życia wiejskiego są czytelne dla widza o korzeniach chłopskich i pozwalają na identyfikację ze światem przedstawionym.

Artykuł składa się z trzech części. Rozpoczynamy od skrótowego naszkicowania kontekstu socjologicznego, zawierającego genealogię ludności miejskiej w powojennej Polsce, kreślimy także zarys tematyki wsi i ludowości w polskim filmie po 1945 roku. Druga część ma charakter empiryczny – składają się na nią wyniki analiz ilościowych, których celem jest po pierwsze – ilościowe określenie nasycenia odbieranych przekazów telewizyjnych realiami wiejskimi (jaką część całego czasu poświęconego na film polski zajmuje kontakt z obrazami wsi), po drugie zaś – stworzenie profili widzów uwzględniających miejsce zamieszkania, aby określić specyfikę kulturowych preferencji mieszkańców

² Artykuł powstał w oparciu o wyniki badania zrealizowanego przez Filmotekę Narodową – Instytut Audiowizualny w Warszawie. Por. M. Cześniak et al., *Polacy o polskich filmach. Opinie Polaków o polskim kinie i ich postawy wobec polskiej produkcji filmowej. Badania społeczne*, Warszawa 2021. <https://fina.gov.pl/badania/polacy-o-polskich-filmach-raport-z-badan/> (dostęp 12.01.2024).

³ Podejście to skupia się na relacjach między filmem a społeczeństwem i obejmować może wiele kontekstów, np. ekonomiczny, antropologiczny, a także psychologiczny, w ramach którego rozważa się związki między sytuacją społeczno-polityczną w danym momencie historycznym a tematyką i formą realizowanych filmów, jak również możliwości filmu w obszarze filioterapii. Właśnie ten ostatni aspekt wydaje się nam szczególnie interesujący w kontekście dalszych badań nad preferencjami polskiej widowni filmowej – opracowanie niniejsze z jednej strony stanowi podsumowanie wyników badawczych, z drugiej zaś otwiera pole do rozważań szerszej natury, odwołujących się do związków filmu i psychologii społecznej. Inspiracją jest przygotowywany obecnie grant psychologiczno-filmoznawczy dotyczący skuteczności filioterapii. Wątek ten nie będzie tutaj szerzej rozwijany, wzmianka o nim wynika z dbałości o klarowność wyводу. Por. J. Chapman, *Cinemas of the World. Film and Society from 1895 to the Present*, London 2003; R.M. Niemiec, D. Wedding, *Positive psychology at the movies. Using films to build character strength and well-being*, California 2020; B. Wolz, *E-motion Picture Magic: A Movie Lover's Guide to Healing and Transformation*, Centennial 2005.

wsi. W trzeciej części opisujemy zjawisko popularności komediowych filmów „wiejskich” w kontekście społeczno-kulturowym

Socjologiczna refleksja na temat wiejskich źródeł społeczeństwa polskiego

Chłopskie czy wiejskie korzenie Polaków uwidaczniają się w kilku wymiarach. Są to: miejsce zamieszkania (wieś), zawód (rolnictwo), klasa czy też warstwa społeczna (właściciele gospodarstw rolnych), a także – najważniejsze dla nas – wymiar kulturowy oraz świadomość. Wyznaczniki powyższych wymiarów współlistnieją w różnych kombinacjach. Znaczna część mieszkańców wsi to osoby niezajmujące się rolnictwem, a osoby pracujące na roli wcale nie muszą uważać się za chłopów, lecz np. farmerów czy przedsiębiorców. Z drugiej strony za chłopów mogą uważać się członkowie rodzin rolników mający z formalnego punktu widzenia status emerytów lub rencistów. Mieszkańcy wsi mogą utrzymywać się z rolnictwa pośrednio, obsługując produkcję rolną. Dla niektórych rolnictwo jest jedynie dodatkowym źródłem utrzymania. Wreszcie, tożsamość chłopską można w sobie pielęgnować na długo po opuszczeniu wsi, wychodząc z założenia, że społeczne korzenie są kluczowym czynnikiem określającym obraz własnej osoby. Ekranową czy artystyczną ilustracją takiej postawy był np. Wojciech Siemion jako osoba publiczna.

Socjologowie polscy dobrze rozpoznali zarówno demograficzne, jak i kulturowe aspekty powojennych procesów urbanizacyjnych. Socjologia wsi jest i była istotną częścią nauk społecznych. W okresie PRL-u badania dotyczące tego zagadnienia prowadzili najwybitniejsi przedstawiciele tej dyscypliny. Warto tylko przykładowo wspomnieć o takich postaciach jak np. Józef Chałasiński⁴, Jan Szczepański⁵, później Maria Halamska⁶, Jacek

⁴ J. Chałasiński, *Społeczna genealogia inteligencji polskiej*, Warszawa 1946.

⁵ J. Szczepański, *Zmiany społeczeństwa polskiego w procesie uprzemysłowienia*, Warszawa 1973.

⁶ M. Halamska, *Wiejska Polska na początku XXI wieku: rozważania o gospodarce i społeczeństwie*, Warszawa 2013.

Wasilewski⁷ czy Krzysztof Gorlach i Zygmunt Seręga⁸. We współczesnych naukach społecznych powróciło zainteresowanie tą dziedziną. Badacze tacy jak Andrzej Leder⁹ czy ostatnio Adam Leszczyński¹⁰ podejmują temat wiejskości w sposób polemiczny, nacechowany aksjologicznie – starają się brać udział w kształtowaniu dyskursu publicznego. Zainteresowanie socjologów chłopstwem jest oczywiste z powodów czysto demograficznych. Przed II wojną światową przeszło 70% ludności Polski mieszkało na wsi¹¹, przy czym znaczną część mieszkańców miast stanowiły osoby narodowości żydowskiej, w dużej części wymordowane w czasie wojny (np. w Warszawie stanowiły one przed wojną około jednej trzeciej mieszkańców¹²), a wiele miast było niewielkimi ośrodkami mało różniącymi się od wsi i opartymi na rolnictwie. Po II wojnie światowej proporcja ludności wiejskiej w stosunku do ogółu była zbliżona (68% w 1946 roku), a spadła poniżej 50% dopiero pod koniec lat 60. XX wieku. Jak twierdził Jacek Wasilewski, „jedyną warstwą, która wyszła z wojny, zachowując swoją tożsamość i dotychczasowy stan posiadania, była ludność chłopska. Ofiar wojny wszędzie było bardzo dużo, ale wśród ludności chłopskiej, czy ogólniej: wiejskiej, było ich relatywnie najmniej. Zatem chłopci stali się bazą społeczną dla nowego systemu”¹³. Podsumowując wyniki badań empirycznych, autor pisze:

w latach 1946–1983, a więc w okresie krótszym niż dwa pokolenia, migracje ze wsi do miast objęły sześć milionów osób, co stanowi 42% przyrostu ludności miast w tym okresie. Dodajmy do tego wcale liczną kategorię ludności podmiejskich wsi, włączonych administracyjnie w granice miast (i z tego względu ujmowanych w statystykach jako ludność miejska), oraz ogromną liczbę mieszczan w pierwszym pokoleniu, synów i córek migrantów ze wsi, a będziemy mieli właściwy

⁷ J. Wasilewski, *Spółczesność polskie, społeczeństwo chłopskie*, „Studia Socjologiczne” 1986, nr 3; M. Duch-Dyngosz, J. Wasilewski, *Jesteśmy potomkami chłopów*, „Znak” 2012, nr 5(684), <https://www.miesiecznik.znak.com.pl/6842012z-prof-jackiem-wasilewskim-o-genealogii-polskiego-spolesczenstwa-rozmawia-marta-duch-dyngoszjesteśmy-potomkami-chlopow/> (dostęp 12.01.2024).

⁸ K. Gorlach, Z. Seręga, *Chłopstwo jako kategoria społeczna: dwa ujęcia*, „Studia Socjologiczne” 1984, nr 3.

⁹ A. Leder, *Przeżniona rewolucja. Ćwiczenia z logiki historycznej*, Warszawa 2014.

¹⁰ A. Leszczyński, *Ludowa historia Polski*, Warszawa 2020.

¹¹ *Polska 1918–2018. Ludność Polski w liczbach*, Warszawa 2018.

¹² A. Gawryszewski, *Ludność Warszawy w XX wieku*, Warszawa 2009, s. 182.

¹³ M. Duch-Dyngosz, J. Wasilewski, *Jesteśmy potomkami...*, op. cit.

obraz polskich miast. Badania ruchliwości społecznej pokazują, że w latach siedemdziesiątych z rodzin rolników i robotników rolnych rekrutowało się blisko 30% elity administracyjnej i gospodarczej, 33% inteligencji, 40% wyższej i średniej kadry kierowniczej, 50% robotników wykwalifikowanych, 61% robotników półwykwalifikowanych, 85% robotników rolnych i leśnych, 94% rolników. W okresach wcześniejszych, w latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych, udział osób pochodzących z rodzin rolników i robotników rolnych musiał być większy. Gdy za wskaźnik „wiejskości” przyjmiemy zamieszkiwanie na wsi w okresie dzieciństwa, odsetki będą wyższe; np. na wsi wychowywało się 35% elity gospodarczej i administracyjnej i ponad 60% robotników wykwalifikowanych. Dane demograficzne i z badań mobilności społecznej dostarczają informacji odnoszących się co najwyżej do dwóch pokoleń. Gdybyśmy uwzględnili pokolenie dziadków, okazałoby się z pewnością, że zaledwie ok. 15% współczesnych [pod koniec PRL-u – przyp. B.G., M.W.] polskich rodzin nie ma wiejskich bądź chłopskich korzeni¹⁴.

Jednak współczesna wieś się dezagraruje, co oznacza, że udział rolników wśród osób mieszkających na wsi maleje. Jak zauważa Maria Halamska, procesowi temu towarzyszy z jednej strony wejście wielu mieszkańców wsi na wyższe piętra struktury społecznej, z drugiej jednak proletaryzacja wsi¹⁵.

Wszegobecność elementów wiejskich i chłopskich w życiu powojennej Polski spowodowała, że zjawisko to stało się istotnym wymiarem analizy socjologicznej w wielu różnych subdyscyplinach – socjologii gospodarki (m.in. ze względu na liczebność chłopów jako grupy zawodowej), socjologii rodziny, religii *etc.* Dla nas najistotniejsze jest określenie specyfiki stylu życia ludności wiejskiej.

Badania stylów życia mają w Polsce długą historię – zapoczątkował je w latach 70. XX wieku Andrzej Siciński i z jego definicji korzystamy: „Proponujemy, aby przez określenie styl życia rozumieć zakres i formy codziennych zachowań jednostek lub grup, specyficzne dla ich usytuowania społecznego, tzn. manifestujące położenie społeczne oraz postrzegane jako charakterystyczne dla tego położenia, a dzięki temu umożliwiające szeroko rozumianą społeczną lokalizację innych ludzi”¹⁶.

¹⁴ J. Wasilewski, *Spółczesność polskie...*, op. cit., s. 362.

¹⁵ M. Halamska, *Zmiany struktury społecznej wiejskiej Polski* „Studia Socjologiczne” 2016, nr 1(220), 37–66.

¹⁶ A. Siciński, *Styl życia. Koncepcje i propozycje*, Warszawa 1976, s. 15.

Współcześnie styl życia ludności wiejskiej (szczególnie rolników) różni się w pewnych swoich przejawach od życia miejskiego. Halamska zauważa, że ludność wiejska jest słabo wyposażona w kapitały: kulturowy, społeczny i ekonomiczny. Podsumowując istniejące badania, stwierdza, że około połowy mieszkańców wsi jest w stanie normalnie funkcjonować w świecie konsumpcji, natomiast pozostali to konsumenci ułomni, co przekłada się na indywidualne i społeczne frustracje. Halamska zwraca np. uwagę na mniejszą dbałość o wygląd zewnętrzny, co przejawia się niższymi niż w mieście wydatkami na sport oraz higienę osobistą. Mieszkańcy wsi są często wykluczeni cyfrowo, rzadziej korzystają z nowoczesnych urządzeń telekomunikacyjnych. Osoby te, zwłaszcza rolnicy, w większości uskarżają się na nadmiar obowiązków i uważają, że ich praca jest brudna i niebezpieczna¹⁷.

Jest jednak i druga strona medalu. Obecność elementów premodernistycznych, życie zgodne z rytmem wyznaczonym przez przyrodę w świecie tradycyjnych wartości mogą skutkować pożądanym stylem życia: postkonsumpcyjnym, nastawionym na kontakt z naturą, ekologicznym. Przykładowo, znacznie łatwiejsze niż w mieście jest swobodne kształtowanie własnego rytmu dnia – w tym decydowanie o przerwach w pracy czy przeplatanie obowiązków zawodowych i osobistych. Na ten dualizm zwraca uwagę Hanna Podedworna:

W obiegu społecznym funkcjonują różne narracje wiejskości, które wyrażają dwa odmienne sposoby postrzegania wiejskiego świata. Jedna, określana jako sielankowa, post-modernistyczna, zawiera wysoko społecznie wartościowane elementy wiejskiego stylu życia. Zalicza się do nich współcześnie możliwość bliskiego kontaktu z przyrodą, brak zagrożeń ekologicznych, brak uciążliwości życia w wielkim mieście i różnorodne doznania estetyczne, jakich to obcowanie z przyrodą dostarcza. Druga narracja, premodernistyczna, obejmuje elementy negatywne, zapóźnienie, niedorozwój, zastój i towarzyszące im negatywne zjawiska społeczne, takie jak: bieda, bezrobocie, braki infrastruktury technicznej i ograniczony dostęp do usług publicznych. Pomiędzy tymi krańcowymi obrazami można skonstruować wiele różnych obrazów pośrednich, wśród których znajdzie się także wizerunek wsi jako oferenta wyższej jakości życia dla wybranych kategorii społecznych, takich jak twórcy, emeryci, osoby niepełnosprawne¹⁸.

¹⁷ M. Halamska, *Życie na wsi: elementy stylu życia*, „Wieś i Rolnictwo” 2013, nr 1(158), 25–43.

¹⁸ H. Podedworna, *Styl życia mieszkańców wsi*, w: *Polskie style życia. Między miastem a wsią*, red. B. Łaciak. Gdańsk 2010, s. 41.

Wieś i ludowość w filmie

Przedstawiony w filmie polskim okresu PRL-u wizerunek wsi i chłopskiego bohatera był elementem ówczesnej społecznej mitologii, tworzonej na potrzeby aktualnej polityki kulturalnej państwa¹⁹, która zakładała szereg postulatów, często – jak się okazywało – niemożliwych do spełnienia. W mitologii tej bardzo istotną rolę odgrywała kwestia ludowości, kultury ludowej i relacji pomiędzy kulturą wsi i miasta, w tym szczególnie kwestia awansu społecznego, który stanowił jedno z kluczowych pojęć powojennej ideologii. Narzucała ona wyobrażenia o konieczności zmiany ustrojowej, której wyraźnym rezultatem miał być właśnie awans. Miał on polegać na wyjeździe ze wsi do miasta, a następnie na osiągnięciu sukcesu najpierw na wielkich socjalistycznych budowach, potem zaś w administracji państwowej²⁰.

Trzeba podkreślić, że zasadniczo w okresie PRL-u kultura ludowa stała się jednym z ważniejszych pojęć, co wynikało z ideologicznej wizji świata narzuconej społeczeństwu po wojnie wraz z nowym systemem politycznym. Wieś miała się stać obszarem wielkich zmian społecznych o podłożu ideologicznym. Konsekwencją było wszak unicestwienie rzeczywistości kultury ludowej na rzecz wyobrażenia o niej, które miało służyć „uwiarygodnieniu politycznej mitologii. [Kultura ludowa – przyp. B.G., M.W.] jest rodzajem lustra, w którym przegląda się PRL, jest – jego obrazem”²¹. Obraz, pojęcie czy idea – nie zaś rzeczywistość – były przedmiotem działania polityki kulturalnej PRL-u, a w kulturze lat 70. mechanizm ten stał się dominujący.

Co jednak istotne:

romantycznej idealizacji wspierającej legitymizację systemu politycznego, towarzyszy [...] pozytywistyczna wizja zapóźnienia cywilizacyjnego wsi. [...] Ambiwalentny obraz wsi, zawieszenie między idealizacją jej tradycji i dowartościowaniem sztuki [...] a deprecjacją jej cywilizacyjnego dorobku, zawieszenie między zabytkiem a przeżytkiem, zrodziło poczucie wstydlivosti własnych zachowań i przekonań wśród jej mieszkańców. Zwykle ów wstyd wiąże się

¹⁹ Por. G. Pełczyński, *Dziesiąta Muza w stroju ludowym. O wizerunkach kultury chłopskiej w kinie PRL*, Poznań 2002; J. Hučková, *Od Wiertowa do Skoniecznego. „Chłopski los” według kronikarzy, pamiętnikarzy i dokumentalistów*, Kraków 2023.

²⁰ Por. W. Tomasiak, *Awansu społecznego temat*, w: *Słownik realizmu socjalistycznego*, red. Z. Łapiński, W. Tomasiak, Kraków 2004.

²¹ I. Topp, *Od przeżytku do zabytku. Szkic do obrazu kultury ludowej w PRL-u*, w: *Nim będzie zapomniana. Szkice o kulturze PRL-u*, red. S. Bednarek, Wrocław 1997, s. 123.

z konfrontacją kulturowych wzorów wiejskości i miejskości oraz dewaluacją wsi, zawartą w modelu społecznego awansu. Chłopskie ambicje mogły bowiem być realizowane zgodnie z tym modelem pod warunkiem, że chłop przestanie być chłopem (a zostanie urzędnikiem bądź pracującym inteligentem)²².

Pojęcie awansu społecznego – jakkolwiek ówczasie bardzo nośne – wiązało się zatem w konsekwencji ze szczególnego rodzaju tabu, odnoszącym się do kwestii zderzenia kultur, a w jego wyniku do zmiany tożsamości na tę „inną”, „lepszą”, przy czym zmiana ta mogła się dokonać pod warunkiem odrzucenia tożsamości poprzedniej jako gorszej i wstydlivej.

W wypadku filmu podejmującego tematykę społecznego awansu sprawa stawała się tym bardziej problematyczna, że medium filmowe jako żywioł obrazu zmuszone było szukać takich formuł, które jednocześnie odnosiłyby się do idei awansu społecznego jako wartości kulturowej, potwierdzając oficjalnie obowiązującą linię polityczną, i operowało realizmem, którego tak bardzo się od tego typu filmów wymagało. Efektem był brak w kinie polskim do końcówki lat 60. obrazów filmowych, które w przekonujący sposób odnosiłyby się do tematyki wiejskiej, a zwłaszcza do cywilizacyjnego exodusu ludności wiejskiej do miasta. Tworzyło to sytuację pewnego braku po stronie widowni i generowało potrzebę znalezienia sposobu na „wypowiedzenie się” w tej sprawie w formule artystycznej, aby ten problem najpierw nazwać, potem zaś „oswoić”.

W wypadku filmu podjęcie tematu wiejskiego wiąże się na ogół z przyjęciem specyficznego sposobu opowiadania, funkcjonującego zresztą do dzisiaj: wieś staje się ideą, pojęciem czy własnym obrazem, nie zaś światem ujętym w jakikolwiek realistyczny sposób. Zaludniają ją najczęściej postaci – symbole, typy – a nie prawdziwi ludzie, stanowi zamknięte, statyczne środowisko, w którym jednostka na ogół podporządkowana jest zbiorowości, a życie ludzi wyznaczają cyklicznie upływający czas i magiczna wizja świata. Sytuacja ta istnieje w polskim filmie niezmiennie, nie zmienił jej upadek komunizmu ani inne przemiany społeczne, ludowość nadal stanowi temat, po który stosunkowo często sięga polskie kino po 2000 roku (*Ranczo23*, *Siedlisko*, *Dom zły to tylko kilka ostatnich wyrazistych przykładów tej „mody”*).

²² Ibidem, s. 127.

²³ Popularność serialu *Ranczo* jest tematem wnikliwego opracowania Łucji Demby (*O wyższości Rancza nad Małyszem? Fenomen serialu Wojciecha Adamczyka i jego recepcja w prasie*

Z punktu widzenia filmoznawczego mamy zatem do czynienia z wizjami określonymi przez ideologię czy sposób potraktowania tematu ludowego, podyktowany – jak nietrudno się domyślić – w przeważającej części inteligentnym pochodzeniem twórców filmowych (scenarzystów, reżyserów, aktorów itd.). Ludowość jest w polskim filmie rodzajem „koncepcji”, sposobu widzenia świata, zestawem określonych skojarzeń. Jednak w niniejszym artykule chcemy zapytać o postawy odbiorcze wobec tak ujętej ludowości, o to, jak na ową konceptualizację reagują widzowie i od czego ich preferencje zależą, tym bardziej że – jak wskazują wyniki przedstawionego poniżej badania – właśnie film o tematyce wiejskiej, ujętej w konwencji komediowej, zajmuje czołowe miejsce na liście preferencji polskiej widowni.

Widownia w świetle badań

Pytania badawcze i metodologia

W badaniu staramy się połączyć analizę przekazu (treści filmów) z wyjaśnieniami o charakterze socjologicznymi. Wychodzimy z założenia, że hierarchia popularności filmów ukształtowana jest przez genealogię społeczną, zwłaszcza chłopskie pochodzenie. Łączymy więc analizę treści filmów z socjologiczną analizą preferencji. Nasza podstawowa hipoteza dotyczy charakterystyki obrazu wsi uzyskującego najwyższe miejsca w rankingach popularności – naszym zdaniem jest to wizerunek znacznie bliższy sielskości niż podejściu krytycznemu. Wiążemy to zjawisko ze specyficznym charakterem wiejskiej genealogii Polaków – są oni pochodzenia chłopskiego, ale na wsi już w większości nie mieszkają, a więc ich stosunek do wsi staje się wyidealizowany. Jest ona krainą dzieciństwa (własnego lub przodków), nie zaś obszarem codziennych zmagania. Jednocześnie bliskość korzeni ułatwia rozpoznanie autentyczności realiów, stąd – zakładamy – przewaga obrazów realistycznych. Realizm połączony z afirmacją to zestaw podstawowych czynników.

W badaniu formułujemy koncepcję „filmu wiejskiego”. Jego cechy wyróżniające są następujące: 1. wiejskie realia są podstawową scenerią ukazaną w filmie. Nie chodzi o statystyczną przewagę czasu, w którym wieś pojawia się na ekranie, lecz o znaczenie dla rozwoju fabuły; 2. główny bohater bądź jeden z głównych bohaterów jest chłopem lub mieszkańcem wsi; 3. obraz

i Internecie, w: Polskie seriale telewizyjne, red. P. Zwierzchowski et al., Bydgoszcz 2014).

jest współczesny, a więc przedstawia realia rozpoznawalne dla widza. Mowa tu zarówno o współczesności w momencie produkcji obrazu, jak i w chwili jego emisji. Oczywiście jest to kategoria nieostra – realia rozpoznawalne dla starszych mogą być obce dla młodzieży, a różne elementy wiejskiego krajobrazu zmieniają się w innym tempie. Przyjęliśmy definicję szeroką – za współczesne uznaliśmy obrazy przedstawiające Polskę po II wojnie światowej. Aby uznać film za wiejski, spełnione muszą być wszystkie trzy kryteria. Przykładowo więc, zakwalifikowaliśmy jako wiejski film *Kogel-mogel* (akcja w dużej części rozgrywa się w mieście, lecz wiejskie pochodzenie bohaterki jest kluczem narracyjnym), odrzuciliśmy natomiast film *Znachor* (fabuła w realiach przedwojennych).

Nasza analiza ma charakter opisowy. Wyróżnić w niej można dwa etapy:

1. Pierwszy krok to analiza widowni telewizyjnej wybranych filmów. W tej części badamy poziom nasycenia widowni obrazami wiejskich realiów. Naszym celem jest ustalenie miejsca obrazów wsi i wiejskiego bohatera w hierarchii popularności polskich filmów. Ta część analiz zostanie dokonana w oparciu o dane telemetryczne dostarczone przez firmę Nielsen Audience Measurement²⁴.
2. Po drugie, ustaliśmy preferencje filmowe, aby określić miejsce filmu wiejskiego w hierarchii widza wiejskiego i miejskiego. W tej części korzystamy z wyników sondażu na próbie ogólnopolskiej.

Widownia

Spośród sześćdziesięciu czterech filmów, które znalazły się w pierwszej dziesiątce emisji telewizyjnych w latach 2004–2021, szesnaście to „filmy wiejskie”, jednak to właśnie one przyciągały z reguły najliczniejszą widownię. Wśród dziesięciu najpopularniejszych obrazów tego okresu aż osiem zakwalifikowaliśmy do tej kategorii. Są to: *Sami swoi* i kontynuacje (*Nie ma mocnych*, *Kochaj albo rzuć*), *Kogel-Mogel* oraz jego sequel *Galimatias*, *U Pana Boga za piecem* (kontynuacje również cieszyły się wielką popularnością), *Zróbmy sobie wnuka* oraz *Ranczo Wilkowyje*.

²⁴ Zob. Aneks.

Tab. 1. Całkowita widownia telewizyjna filmów polskich, 2004–2019²⁵. Wyróżniono filmy wiejskie

Film	Widownia
<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
<i>Tylko mnie kochaj</i>	13 151 736
<i>Znachor</i>	12 279 714
<i>Sprawa się rypla</i>	11 947 386
<i>Kariera Nikosia Dyzmy</i>	9 987 853
<i>Niespotkanie spokojny człowiek</i>	9 763 753
<i>Chłopaki nie płaczą</i>	9 260 513
<i>Ja wam pokażę!</i>	9 155 497
<i>Show</i>	8 941 918
<i>Dlaczego nie!</i>	8 071 290
<i>U Pana Boga w ogródku</i>	7 096 183
<i>E=mc²</i>	6 535 722
<i>Katyń</i>	6 048 134
<i>U Pana Boga za miedzą</i>	5 857 185
<i>Nad życie</i>	5 595 446
<i>Atrakcyjny pozna panią...</i>	5 196 303
<i>Quo vadis</i>	5 145 801
<i>Listy do M. 2</i>	5 023 675
<i>Przybyli ułani</i>	4 720 143
<i>Żurek</i>	4 706 921
<i>Łowcy skór</i>	4 626 406

²⁵ Uwzględniono tylko dziesięć pierwszych filmów dla każdego roku. Całkowita widownia filmów może być więc większa, jeśli film był wyświetlany, lecz w którymś roku nie pojawił się w pierwszej dziesiątce. Oznacza to, że przedstawione liczby to wartości minimalne.

Film	Widownia
<i>Nie lubię poniedziałku</i>	4 133 127
<i>Tato</i>	4 059 851
<i>Prawo ojca</i>	4 046 345
<i>Ciało</i>	4 010 656
<i>Wyjście awaryjne</i>	3 980 929
<i>Pieć i niebo</i>	3 974 747
<i>Nie kłam, kochanie</i>	3 959 834
<i>Och, Karol 2</i>	3 589 291
<i>7 rzeczy, których nie wiecie o facetach</i>	3 286 378
<i>Wałęsa. Człowiek z nadziei</i>	3 239 081
<i>1920. Bitwa warszawska</i>	3 180 046
<i>Bogowie</i>	3 159 920
<i>Sztos</i>	3 129 581
<i>Wołyń</i>	3 059 816
<i>Pieniądze to nie wszystko</i>	2 596 592
<i>Wkręcen</i>	2 387 665
<i>Planeta singli</i>	2 364 255
<i>Kamerdyner</i>	2 314 155
<i>Pokłosie</i>	2 256 498
<i>Dzień dobry, Kocham cię!</i>	2 216 930
<i>Potop (film pol.)</i>	2 170 123
<i>Sprawiedliwi – Wydział kryminalny. Wszystko się może zdarzyć</i>	2 128 026
<i>Lincz</i>	2 081 066
<i>Kamienie na szaniec</i>	2 078 230
<i>Nigdy nie mów nigdy</i>	2 073 679
<i>Smoleńsk</i>	2 065 156
<i>Wkręcen 2</i>	2 038 632
<i>Last minute</i>	2 016 067
<i>Miłość na wybiegu</i>	1 948 077
<i>Układ zamknięty</i>	1 920 100
<i>Seksmisja</i>	1 903 519
<i>Sztuka kochania. Historia Michaliny Wisłockiej</i>	1 868 860
<i>Botoks</i>	1 766 269
<i>Kurier</i>	1 762 896

Skala dominacji filmów wiejskich w gustach widowni jest jeszcze wyraźniejsza, jeśli cykle filmów potraktować łącznie. Okazuje się wtedy, że *Samych swoich* i kontynuacje obejrzano przeszło 134 mln razy, *Kogel-mogel* i *Galimatias* miały łącznie ponad 77 mln widzów, natomiast *U Pana Boga...* obejrzało w telewizji ponad 37 mln osób.

Tab. 2. Całkowita widownia telewizyjna filmów, 2004–2019 z uwzględnieniem cykli filmowych. Wyróżniono filmy wiejskie

Film	Widownia
<i>Sami swoi + Nie ma mocnych + Kochaj albo rzuć</i>	134 861 112
<i>Kogel-mogel + Galimatias</i>	77 529 876
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	47 925 805
<i>U Pana Boga za piecem / ... za miedzą / ... w ogródku</i>	37 324 201
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	26 884 377
<i>Ranczo Wilkowyje</i>	20 243 474
<i>Listy do M., List do M. 2</i>	18 610 032
<i>Tylko mnie kochaj</i>	13 151 736
<i>Znachor</i>	12 279 714
<i>Sprawa się rypla</i>	11 947 386

Łącznie szesnaście filmów wiejskich z pierwszej dziesiątki miało przeszło 332 mln widzów, natomiast wszystkie pozostałe – niespełna 259 mln. Oznacza to, że filmy ukazujące współczesne realia wiejskie zajęły 56% całego czasu antenowego wypełnionego przez najbardziej popularne polskie filmy fabularne na antenach telewizyjnych.

Tab. 3. Realia przedstawione w filmie (pierwsza dziesiątka, 2004–2019)

	Całkowita widownia	Liczba filmów
Wiejskie	332 409 069	16
Pozostałe (miejskie, historyczne, zagraniczne, wojenne, fantastyczne)	258 870 741	48

Najchętniej oglądamy komedie – większość z najpopularniejszych filmów (trzydzieści pięć z sześćdziesięciu czterech) zalicza się do tego gatunku.

W przypadku filmów wiejskich przewaga jest przytłaczająca. Tylko jeden obraz nie był komedią (*Lincz*, reż. K. Łukaszewicz).

Tab. 4. Gatunki filmowe

Filmy w pierwszej dziesiątce ogółem	Liczba filmów
Komedia	35
Inne	29
Filmy wiejskie w pierwszej dziesiątce	
Komedia	15
Inne	1

Podsumowując tę część, należy postawić pytanie: jakie filmy ogląda najchętniej w telewizji polski widz? Odpowiedź jest zasadniczo zgodna z naszymi wstępnymi hipotezami. Niemal wszystkie filmy wiejskie to komedie ukazujące realia wsi w świetle aprobującym. Społeczeństwo wiejskie jest afirmowane. Pojawiają się oczywiście elementy satyry, jest ona jednak zwykle dobrotliwa, łagodna. Przesady wynikające z tradycji i zacofanie cywilizacyjne istnieją w filmie wiejskim, lecz są drugorzędnym elementem życia społeczności – są kolorytem. Filmy te pokazują ludność wsi jako autentycznych, niewyidealizowanych ludzi mających wady. Tak autorsko ujmujemy część wspólną wielu różnych przecież obrazów.

Powyższa synteza dotyczy zarówno filmów nakręconych w głębokim PRL-u (*Sami swoi*), jak i u schyłku minionego ustroju (*Kogel-mogel*, *Sprawa się rypla*, *Wyjście awaryjne*). Pozostaje też aktualna w III RP: popularne filmy wiejskie z tego czasu w zasadniczych zarysach prezentują podobny obraz wsi. Najpopularniejszy jest tu cykl *U Pana Boga...* Jak pisze Joanna Pawluśkiewicz, jego reżyser Jacek Bromski „pokazuje ludzi w ciepły, życzliwy sposób, wydobywa na wierzch polskie przywary, ale opowiada o nich przez pryzmat filozofii pogranicza, językiem ludzi z kresów, z charakterystycznym wschodnim zaśpiewem”²⁶.

Oczywiście obraz polskiej wsi w filmie jest zróżnicowany i powstało wiele filmów, w których na pierwszy plan wysuwają się właśnie „przywary” ludności

²⁶ J. Pawluśkiewicz, *U Pana Boga za piecem*, <https://culture.pl/pl/dzielo/u-pana-boga-za-piecem> (dostęp 8.03.2021).

wiejskiej, przybierające często postać skrajnej patologii (*Wesele, Dom zły*). Takie filmy, z jednym wyjątkiem (*Lincz*), nie pojawiły się wśród najchętniej oglądanych. Polski widz nie lubi, aby wieś, z której (najczęściej) pochodzi w pierwszym, drugim lub najdalej trzecim pokoleniu, pokazywać w złym świetle, obrazować za pomocą ciemnych barw.

Widz miejski i widz wiejski: preferencje filmowe

Porównania preferencji widowni wiejskiej i miejskiej dokonujemy, korzystając z wyników sondażu przeprowadzonego metodą CAWI²⁷. W ankiecie badani poproszeni zostali o wskazanie trzech ulubionych polskich filmów fabularnych (mogli wpisać maksimum trzy odpowiedzi). Było to pytanie otwarte – respondenci wymieniali je spontanicznie. Ogółem podali 308 tytułów. W tabeli 5 przedstawiony jest ranking tytułów podanych przez mieszkańców miast i wsi.

Ranking ulubionych filmów dopełnia hierarchię obrazów ułożonych według wielkości widowni telewizyjnej. Niektóre filmy mogły nie być emitowane z różnych powodów, np. ze względu na ograniczenia prawne bądź politykę stacji. Ponadto wybranie ulubionego filmu zakłada świadomy wysiłek widza poczyniony w celu nadania własnym doświadczeniom porządku – nie wszystkie filmy, które oglądamy, uważamy za równie wartościowe.

Pierwszy wynik jest jednoznaczny – pozycja *Samych swoich* jako ulubionego filmu polskiego widza nie ulega wątpliwości. Jest to zdecydowanie najczęściej wymieniany tytuł, zarówno w Polsce ogółem, jak i na wsi. Jest on wskazywany dwukrotnie częściej niż kolejne w hierarchii *Psy* (reż. W. Pasikowski) oraz – potraktowana łącznie – ekranizacja *Trylogii Sienkiewicza* (reż. J. Hoffman); zdecydowanie najczęściej spośród jej trzech części wskazywano *Potop*.

W rankingu ułożonym przez widzów zwraca uwagę niezwykle silna pozycja filmów Juliusza Machulskiego. W pierwszej dziesiątce znalazły się trzy jego komedie: *Seksmisja, Kiler* i *Vabank*.

Jeśli chodzi o przedstawicieli kina wiejskiego (według przyjętych przez nas kryteriów), tytuły w znaczącej części są zbieżne na liście uporządkowanej według widowni i w rankingu ułożonym przez widzów. Dominują *Sami swoi*, wielu widzów wymienia *Kogel-mogel*. Pozostałe filmy na obu listach to *Pieniądze to nie wszystko* i *Zróbmy sobie wnuka*. Za film wiejski można uznać *Boże Ciało*. Jest to jednak obraz nietypowy w tej kategorii, nie jest

²⁷ Zob. Aneks.

komedią, nie afirmuje wiejskości. Rzadko natomiast wymieniano mające nieodmiennie wielką widownię telewizyjną *U Pana Boga...*

Tab. 5. Ulubione polskie filmy

Film	Ogółem [proc.]	Mieszkańcy wsi [proc.]
<i>Sami swoi</i> (wszystkie części cyklu) w tym:	16	15
<i>Sami swoi</i>	14	13
<i>Nie ma mocnych</i>	1	1
<i>Kochaj albo rzuć</i>	1	2
<i>Psy</i>	7	7
<i>Trylogia</i> (któryś z filmów lub wspomniana ogólnie)	7	6
w tym:		
<i>Potop</i>	5	5
<i>Ogniem i mieczem</i>	2	1
<i>Pan Wołodyjowski</i>	1	1
<i>Seksmisja</i>	6	6
<i>Listy do M.</i>	5	8
<i>Kogel-mogel</i>	5	6
<i>Kiler</i>	5	3
<i>Vabank</i>	4	4
<i>Chłopaki nie płaczą</i>	4	3
<i>Miś</i>	4	3
<i>Planeta singli</i>	4	5
<i>Kobiety mafii</i>	3	2
<i>Kler</i>	3	3
<i>Pitbull</i>	3	3
<i>Tylko mnie kochaj</i>	3	4
<i>Jak rozpętałem II wojnę światową</i>	3	2
<i>Wesele</i> ²⁸	3	2
<i>Znachor</i>	3	3
<i>Krzyżacy</i>	2	2

²⁸ Film pod tym tytułem nakręcili zarówno A. Wajda, jak i W. Smarzowski. Nie jesteśmy w stanie ustalić, w jakich proporcjach rozłożone są preferencje widzów pomiędzy te obrazy.

Film	Ogółem [proc.]	Mieszkańcy wsi [proc.]
<i>Dzień świra</i>	2	2
<i>Bogowie</i>	2	1
<i>Poranek kojota</i>	2	2
<i>Boże Ciało</i>	2	2
<i>Rejs</i>	2	2
<i>Wkręcenie</i>	2	2
<i>Botoks</i>	2	1
<i>Katyń</i>	1	1
<i>Pieniądze to nie wszystko</i>	1	1
<i>Noce i dnie</i>	1	2
<i>Zróbmy sobie wnuka</i>	1	1
Filmy uzyskujące powyżej 1 proc. wskazań ogółem lub na wsi		

Podsumowując przedstawione analizy, można stwierdzić, że preferencje filmowe polskiej widowni ilustrują aktualność problemu społecznego, jakim jest adaptacja społeczeństwa wiejskiego do zmieniających się warunków politycznych i gospodarczych. Z badań socjologów wynika, że wiejskie korzenie są odczuwalnym elementem tożsamości zdecydowanej większości Polaków; są oni – w jakiejś części i w jakimś sensie – ciągle częścią wsi. Nie należy więc oczekiwać wielkich różnic pomiędzy osobami mieszkającymi obecnie na wsi i tymi, które się tam wychowały, a także tymi, które wieś regularnie odwiedzają z wizytą u rodziny *etc.*

Ludowy bohater i ludowy widz – podsumowanie

Dla przyjętego tu sposobu ujmowania podejmowanych zagadnień istotne znaczenie ma, jak się zdaje, wypowiedź Andrzeja Mularczyka, scenarzysty trylogii *Sami swoi* (1967, 1974, 1977), która stała się fenomenem pod względem popularności wśród widowni, o czym szerzej napiszemy w dalszej części niniejszego tekstu. W filmie dokumentalnym *Andrzej Mularczyk. Czym ja żyłem życiem?*²⁹ pisarz opowiada o autobiograficznym podłożu trylogii, której bohaterowi – Kazimierzowi Pawlakowi – rysów dostarczył jego mieszkający na wsi stryj, postać niezwykle barwna, posługująca się pięknym kresowym

²⁹ Film z 2024 roku w reżyserii A. Wyżyńskiego i B. Gizy.

językiem. Jednak w odniesieniu do ogromnego sukcesu filmu *Sami swoi*, który dał początek trylogii, Mularczyk przyznaje, że był on dla niego dużym zaskoczeniem. Zrozumiał natomiast, że u podłoża tak wielkiego powodzenia obrazu leżała „wspólnota śmiechu”, na które to pojęcie warto zdecydowanie zwrócić uwagę. Wprowadził je Kazimierz Żygulski w książce *Wspólnota śmiechu. Studium socjologiczne komizmu*³⁰ z zamiarem ukazania śmiechu jako czynnika integrującego i wzmacniającego relacje wewnątrz grupy społecznej. Wspólnota budowana jest na świadomości wzajemnego porozumienia, u którego podłoża leżą obyczajowość, poglądy oraz obowiązujący paradygmat moralno-obyczajowy. Jako nośnik więzi śmiech implikuje powstanie wspólnoty, która „wymaga od jej uczestników afirmacji dla tematyki, kształtu, języka i podmiotów śmiechu. Ukazuje także zgodę interpretacyjną, która powoduje, że śmiech przez wszystkich członków wspólnoty odczytywany jest w ten sam sposób”³¹. Odnosząc pojęcie „wspólnoty śmiechu” do rozważań o preferencjach polskiej widowni filmowej, którą – jak powiedziano – charakteryzuje w większości pochodzenie chłopskie, należałoby zastanowić się nad modelem owej wspólnoty. Wśród jej cech znajduje się upodobanie do wiejskich komedii filmowych, które od lat 60. (kiedy stanowiły nowość) były produkowane w wyniku: z jednej strony – zachęty i życzenia władz oczekujących od filmu podejmowania tematyki współczesnej, z drugiej zaś – ze względu na wyjątkową rolę tego gatunku w warunkach ostrej cenzury uniemożliwiającej podejmowanie tematów kontrowersyjnych, co w praktyce oznaczało niemożność realizacji obrazów prawdziwie realistycznych. Komedie zaś stanowiły obszar pod tym względem mniej narażony na cenzuralne ingerencje, dlatego filmowcy traktowali ją jako „wentyl społeczny”, ze świadomością, że prezentują stan rzeczy możliwie najbardziej odpowiadający prawdzie. „Jest więc komedia zapisem swoich czasów, często wnikliwszym i dokładniejszym niż ten zawarty w innych filmach”³². Komedie wiejskie stworzyły zatem obszar, w którym mogła powstać wspólnota, na którą oczekiwały rzesze polskich widzów. Odpowiedziały na zapotrzebowanie dotyczące tak formy – choćby symbolicznego – powrotu (w wypadku migrantów, którzy opuścili wieś na

³⁰ K. Żygulski, *Wspólnota śmiechu. Studium socjologiczne komizmu*, Warszawa 1976.

³¹ T. Rawski, *Śmiech a władza. Przegląd społecznych funkcji komizmu*, „Studia Politolologiczne” 2016, vol. 41, s. 243–244.

³² D. Skotarczak, *Obraz społeczeństwa PRL w komedii filmowej*, Poznań 2004, s. 117.

rzecz miasta) do „swoich” miejsc, obyczajów, mentalności i problemów, jak i sposobu na zdystansowanie się od tego „bagażu” poprzez możliwość obejścia go w komediowej formule. Kształtująca się wtedy nowa tożsamość polskiej widowni, rekrutująca się w ogromnej większości z potomków mieszkańców wsi, stworzyła „wspólnotę śmiechu”, w ramach której z upodobaniem mogła się odnaleźć (rozumiejąc źródła komizmu), jak i „przepracowywać” rozmaite problemy, zarówno indywidualne, jak i zbiorowe, wiążące się np. ze zderzeniem kulturowym (generowanym poprzez zmianę miejsca zamieszkania i kontakt z inną, obcą rzeczywistością), którego na różne sposoby niewątpliwie doświadczali członkowie ówczesnego społeczeństwa i które pozostaje do dziś żywym doświadczeniem kolejnych pokoleń³³. Tym można tłumaczyć powodzenie zarówno trylogii komediowej *Sami swoi*, jak i późniejszego filmu *Kogel-mogel czy nowszego – Rancza*.

Podstawą powodzenia tego procesu był, jak się zdaje, bohater filmowy, stanowiący – ukazaną w życzliwym świetle – emanację wszystkich cech, zarówno pozytywnych, jak i negatywnych, przypisywanych stereotypowo mieszkańcom wsi (przywiązanie do najmniejszego kawałka posiadanej ziemi, pracowitość, szacunek do tradycji, spryt, porywczność, umiejętność radzenia sobie w każdej sytuacji, poczucie humoru, przywiązanie do obyczaju itp.). Bohater ten prezentowany jest w sytuacji zderzenia kulturowego: każda część trylogii *Sami swoi* jest przecież zbudowana na tym właśnie motywie: najpierw przeprowadzka ze Wschodu na Zachód i próba zakorzenienia się w nowej rzeczywistości, potem wyjazd do Ameryki i konfrontacja z tamtejszymi warunkami, a następnie kolizja z nowoczesnością, rozumianą jako mechanizacja wsi czy niechęć do kościelnego ślubu. Charakteryzujące go cechy wynikające z pochodzenia pozwalają mu z powodzeniem uczestniczyć w tych kulturowych zderzeniach i udowodniać, że rodowód ten, komediowo ukazany jako pozorne obciążenie, jest w istocie siłą dającą przewagę w zmieniającym się świecie. Filmowa konfrontacja z innością – rozumianą bardzo szeroko jako warunki i styl życia, mentalność, obyczajowość itp. – z jednej strony uwypukla rodowodowe obciążenia, ale z drugiej – dzięki konwencji komediowej – daje widzowi, który tę konfrontację zna z autopsji, poczucie poznawczej satysfakcji,

³³ Na temat problemów adaptacyjnych w kontekście psychologicznych skutków awansu i migracji ludności ze wsi do miast pisze m.in. Magda Szcześniak (eadem, *Poruszeni. Awans i emocje w socjalistycznej Polsce*, Warszawa 2023).

koherencji, a może nawet emocjonalnego dobrostanu³⁴. „Wspólnota śmiechu” staje się zatem także wspólnotą doświadczenia, które przecież było udziałem całego polskiego społeczeństwa, migrującego, ale też przyjmującego migrantów w miastach, w regionach, na wielkich budowach itp.

Polski widz utożsamia się z bohaterem wiejskim, chłopem lub dzieckiem chłopą. Chłopi w zetknięciu ze współczesnością – to jeden z najczęstszych motywów w popularnych obrazach. Jest to związane z opisywaną przez socjologów chłopską genealogią większości polskiego społeczeństwa, ciągle żywymi tarciami między wiejskim pochodzeniem a miejską współczesnością³⁵.

Obrazy wsi mają trwałą siłę oddziaływania, co – naszym zdaniem – silnie koreluje z chłopskim w większości pochodzeniem polskiej widowni.

ANEKS: ŹRÓDŁA DANYCH

Dane telemetryczne

Badanie telemetryczne przeprowadziła firma Nielsen Audience Measurement. Pomiar przeprowadzono dla grupy celowej: wszystkie osoby w wieku 4+. Badanie objęło okres od 1 stycznia 2004 do 31 grudnia 2019 roku. W badaniu użyto dwóch wskaźników: 1. 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? 2. 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 Wiśła; TV Odra; Polsat2; TVN; Discovery; Cartoon Network/TNT; MTV Music Polska

³⁴ Por. J. Eder, *Understanding Characters*, „Projections”, vol. 4, Issue 1, Summer 2010, s. 16–40, <https://filmoterapia.pl/wp-content/uploads/2015/07/Understanding-characters.pdf> (dostęp 1.07.2024).

³⁵ B. Giza, *Sami swoi. Podsumowanie wyników raportu „Polacy o polskich filmach”*, „Pleograf. Kwartalnik Akademii Polskiego Filmu” 2020, nr 4, <https://akademiapolskiegofilmu.pl/pl/historia-polskiego-filmu/artykuly/z-fina-sami-swoi-podsumowanie-wynikow-raportu-polacy-o-polskich-filmach/753> (dostęp 1.07.2024).

[VIVA Polska]; Eurosport 1 [Eurosport]; TVP3 Gdańsk [TVP Gdańsk]; TVP3 Warszawa [TVP Warszawa]; Nasza TV; TVP3 Poznań [TVP Poznań]; TVP3 Katowice [TVP Katowice]; TVP3 Kraków [TVP Kraków]; TVP3 Łódź [TVP Łódź]; TVP3 Wrocław [TVP Wrocław]; TVP3 Lublin [TVP Lublin]; TVP3 Bydgoszcz [TVP Bydgoszcz]; TVP3 Rzeszów [TVP Rzeszów]; TVP3 Szczecin [TVP Szczecin]; TVP3 Białystok [TVP Białystok]; Wizja TV network (no total, to 020331); Wizja 1; Wizja Sport; TV4; Twoja Telewizja Miejska (to 020331); 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 [FilmBox]; 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; Czwórka 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 Fabuła; Canal+ Dokument [Canal+ Discovery]; 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; Novela TV; Epic Drama; Telewizja WPOLSC.PL; Active Family; Polsat Rodzina; Polsat Games; e-sport tv; Gametoon; TOP KIDS JR; CANAL+ SPORT3; CANAL+ SPORT4; StudioMED TV; inne kablowe/satelitarne; inne.

Sondaż

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 wzorowana była na strukturze demograficznej populacji Polski. Badanie zostało zrealizowane w dniach 27 listopada – 4 grudnia 2019 roku. Kwestionariusz ankiety przygotowano na podstawie kwerendy filmoznawczej oraz danych uzyskanych z badań jakościowych. Autorzy tekstu byli współodpowiedzialni za koncepcję badania, przygotowanie narzędzi, analizę danych i opracowanie wyników.

Bibliografia

Chałasiński Józef, *Społeczna genealogia inteligencji polskiej*, Czytelnik, Warszawa 1946.
Chapman James, *Cinemas of the World. Film and Society from 1895 to the Present*, Reaktion Books, London 2003.

- Demba Łucja, *O wyższości Rancza nad Małyszem? Fenomen serialu Wojciecha Adamczyka i jego recepcja w prasie i Internecie*, w: *Polskie seriale telewizyjne*, red. P. Zwierzchowski, B. Giza, J. Bates, K. Kosińska, Bydgoszcz 2014.
- Duch-Dyngosz Marta, Wasilewski Jacek, *Jesteśmy potomkami chłopów*, Znak, Warszawa 2012.
- Gawryszewski Andrzej, *Ludność Warszawy w XX wieku*, Warszawa 2009.
- Gorlach Krzysztof, Seręga Zygmunt, *Chłostwo jako kategoria społeczna: dwa ujęcia*, „Studia Socjologiczne” 1984, nr 3.
- Halamska Maria, *Wiejska Polska na początku XXI wieku: rozważania o gospodarce i społeczeństwie*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2013.
- Halamska Maria, *Zmiany struktury społecznej wiejskiej Polski*, „Studia Socjologiczne” 2016, nr 1(220).
- Halamska Maria, *Życie na wsi: elementy stylu życia*, „Wieś i Rolnictwo” 2013, nr 1(158).
- Hučkova Jadwiga, *Od Wiertowa do Skoniecznego. „Chłopski los” według kronikarzy, pamiętnikarzy i dokumentalistów*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2023.
- Leder Andrzej, *Przeźniona rewolucja. Ćwiczenia z logiki historycznej*, Krytyka Polityczna, Warszawa 2014.
- Leszczyński Adam, *Ludowa historia Polski*, W.A.B., Warszawa 2020.
- Niemiec Ryan M., Wedding Danny, *Positive psychology at the movies. Using films to build character strength and well-being*, Hogrefe, California 2020.
- Pełczyński Grzegorz, *× Muza w stroju ludowym. O wizerunkach kultury chłopskiej w kinie PRL*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2002.
- Podedworna Hanna, *Styl życia mieszkańców wsi*, w: *Polskie style życia. Między miastem a wsią*, red. B. Łaciak, IBnGR, Gdańsk 2010.
- Polska 1918–2018. Ludność Polski w liczbach*, GUS, Warszawa 2018.
- Rawski Tomasz, *Śmiech a władza. Przegląd społecznych funkcji komizmu*, „Studia Politologiczne” 2016, vol. 41
- Siciński Andrzej (red.), *Styl życia. Koncepcje i propozycje*, PWN, Warszawa 1976.
- Skotarczak Dorota, *Obraz społeczeństwa PRL w komedii filmowej*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2004.
- Szczepeński Jan, *Zmiany społeczeństwa polskiego w procesie uprzemysłowienia*, Instytut Wydawniczy CRZZ, Warszawa 1973.
- Szcześniak Magda, *Poruszeni. Awans i emocje w socjalistycznej Polsce*, Krytyka Polityczna, Warszawa 2023.
- Tomasik Wojciech, *Awansu społecznego temat*, w: *Słownik realizmu socjalistycznego*, red. Z. Łapiński, W. Tomasik, Kraków 2004.
- Topp Izolda, *Od przeżytku do zabytku. Szkic do obrazu kultury ludowej w PRL-u*, w: *Nim będzie zapomniana. Szkice o kulturze PRL-u*, red. S. Bednarek, Wydawnictwo UW, Wrocław 1997.
- Turner Graeme, Duckham Michale F., *Film as Social Practice*, Routledge, London 2006.
- Wolz Birgit, *E-motion Picture Magic: A Movie Lover's Guide to Healing and Transformation*, Glenbridge Publishing Ltd., Centennial 2005.
- Wasilewski Jacek, *Spółczesność polskie, społeczeństwo chłopskie*, „Studia Socjologiczne” 1986, nr 3(102).

Żygulski Kazimierz, *Wspólnota śmiechu. Studium socjologiczne komizmu*, PIW, Warszawa 1976.

Źródła internetowe

- Cześniak Mikołaj, Giza Barbara, Wenzel Michał, Kwiatkowska Agnieszka, Żerkowska-Balas Marta, *Polacy o polskich filmach. Opinie Polaków o polskim kinie i ich postawy wobec polskiej produkcji filmowej. Badania społeczne*, Warszawa 2021, <https://fina.gov.pl/badania/polacy-o-polskich-filmach-raport-z-badan/> (dostęp 12.01.2024).
- Duch-Dyngosz Marta, Wasilewski Jacek, *Jesteśmy potomkami chłopów*, „Znak” 2012, nr 5(684), <https://www miesiecznik.znak.com.pl/6842012z-prof-jackiem-wasilewskim-o-genealogii-polskiego-spoleszczenstwa-rozmawia-marta-duch-dyngoszjestesmy-potomkami-chlowow/> (dostęp 12.01.2024).
- Eder Jens, *Understanding Characters*, „Projections”, vol. 4, Issue 1, Summer 2010, s. 16–40, <https://filmoterapia.pl/wp-content/uploads/2015/07/Understanding-characters.pdf> (dostęp 1.07.2024).
- Giza Barbara, *Sami swoi. Podsumowanie wyników raportu „Polacy o polskich filmach”*, „Pleograf. Kwartalnik Akademii Polskiego Filmu” 2020, nr 4, <https://akademiapolskiegofilmu.pl/pl/historia-polskiego-filmu/artykuly/z-fina-sami-swoi-podsumowanie-wynikow-raportu-polacy-o-polskich-filmach/753> (dostęp 1.07.2024).
- Pawluśkiewicz Joanna, *U Pana Boga za piecem*, <https://culture.pl/pl/dzielo/u-pana-boga-za-piecem> (dostęp 8.03.2021).

The Folk Hero and the Folk Viewer. Social and Cultural Sources of Film Preferences of the Polish Audience

The article presents the results of the study “Poles about Polish films. Opinions of Poles of the Polish Cinema and their Attitudes towards Polish Film Production. Social Research”, which was conducted in 2021 by the National Film Archive – Audiovisual Institute. We focus on the preferences of television viewers, indicating their favorite “countryside” films, especially the trilogy *All Friends Here* by Sylwester Chęciński. We attempt to interpret such audience choices through the strong roots Polish society has in the countryside, both in terms of origin and cultural habits.

Keywords: folk hero, television audience, history of the Polish People’s Republic, comedy during the Polish People’s Republic

Słowa kluczowe: ludowy bohater, widownia telewizyjna, historia PRL-u, komedia PRL-u

Data przesłania tekstu: 5.07.2024

Data zakończenia procesu recenzyjnego: 21.08.2024

Data przyjęcia tekstu do publikacji: 28.08.2024