

**Prof. dr hab. Marek Sokołowski, prof. zw.**  
Katedra Socjologii  
Wydział Nauk Społecznych  
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

## RECENZJA

Pracy doktorskiej Pani Magister Gabrieli Brzozowskiej

*Film fabularny jako element systemu medialnego –*

*socjologiczna analiza oferty kin i telewizji w Polsce*, Rzeszów, 2017, ss.168

Instytut Socjologii, Wydział Socjologiczno-Historyczny Uniwersytetu Rzeszowskiego

Promotor Prof. UR dr hab. Zbigniew Rykiel

I. Uwagi wstępne.

Zobaczyć społeczeństwo, albo dlaczego warto uprawiać socjologię filmu

W historii polskiej socjologii, w tym socjologii kultury, badania nad filmem fabularnym, odrębnie od badań światowych ( o czy wspomnę w dalszej części recenzji), nie były szczególnie popularne, co zastanawia, a nawet zdumiewa w kontekście sporego, jak na warunki europejskie, rynku potencjalnych odbiorców produktów filmowych, mogących generować całkiem sensowne zyski. Klasyczną pozycją z tej kategorii na naszym rynku wydawniczym jest *Socjologia filmu*, Kazimierza Żygulskiego, wydana w 1966 roku w Warszawie przez Centralną Poradnię Amatorskiego Ruchu Artystycznego. Celowo podaję pełną nazwę wydawcy, gdyż to ona najlepiej oddaje istotę zjawiska, jakie mogliśmy obserwować na przestrzeni wielu lat, związaną z przekształcaniem się amatorskiego ruchu Dyskusyjnych Klubów Filmowych, promujących filmy ambitne artystycznie, z seansami filmowymi poprzedzonymi prelekcją krytyka filmowego, historyka sztuki, kulturoznawcy lub filmoznawcy, zakończone często wielogodzinnymi rozmowami twórców filmu z widownią na temat obejrzanego dzieła. (Tu dygresja natury osobistej, Autor niniejszej recenzji swoje zainteresowanie filmem rozwijał i pogłębiał dzięki działalności w kultowym już dziś DKF „ZA”, działającym przy ówczesnym Wojewódzkim Domu Kultury w Olsztynie, powołanym w 1975 roku z inicjatywy Amatorskiego Klubu Filmowego „Grunwald”). W PRL-u były to wówczas jedyne miejsca, gdzie można było obejrzeć filmy nieobecne w oficjalnym repertuarze, tytuły ambitne, wypożyczone z ambasad oraz zagranicznych ośrodków kultury. Rozkwit DKF-ów przypada na lata 80. XX wieku, było ich wówczas 800, ich liczba obecnie spadła zaledwie do kilkudziesięciu, w związku z likwidacją kin w małych, prowincjonalnych miastach, zamykaniem domów kultury przez samorządy lokalne, procesem powolnej, lecz nieuniknionej komercjalizacji kina, związanym z pojawieniem się sieci multipleksów, co samo w sobie jest

interesującym zagadnieniem dla socjologii filmu, niestety, niepodjętym przez socjologów, lecz socjologicznie zorientowanych filmoznawców, kulturoznawców, regionalistów, pedagogów kultury. Inny fenomen tamtych lat to rozwój amatorskich klubów filmowych, (zob. Paulina Haratyk, *Amatorskie Kluby Filmowe. Zapomniany fenomen PRL-u, „EKTRAN-y”*, nr 3-4, 2016), w których zgromadzeni filmowcy mogli realizować swoje filmowe pasje, kręcąc kamerami 8 mm (vide: film *Amator* Krzysztofa Kieślowskiego zrealizowany w 1979 roku). Od klasycznego ujęcia Kazimierza Żygulskiego, podejmującego zagadnienia widowni filmowej, nazywanej jeszcze audytorium, twórców filmów, organizacji produkcji, rozpowszechniania filmów oraz socjologicznej analizy dzieła filmowego, odeszliśmy już daleko, ale czy przybliżyliśmy się do tego, aby lepiej zrozumieć fenomen popularności pewnych filmów oraz całkowity brak zainteresowania widowni danymi produkcjami? Pomimo upływu lat, niestety nie, dlatego też z zainteresowaniem przyjąłem fakt, iż Pani Gabriela Brzozowska postanowiła zająć się nieco zapomnianym w Polsce zagadnieniem socjologii filmu, badając proces oferty filmowej zarówno kin, jak i telewizji. Czy warto dziś, w dobie konwergencji mediów, w drugim dziesięcioleciu XXI wieku zajmować się socjologią filmu, rozrywką oferowaną nie tylko w kinach, ale też na domowych odtwarzaczach wideo, komputerach, odtwarzaczach CD i DVD, telefonach komórkowych, iPadach, tabletach i smartfonach? Zdecydowanie tak, gdyż film jako produkcja artystyczna wciąż pozostaje filmem, poddanym nowoczesnej technologii, zmieniają się jedynie warunki jego oglądania, czynności temu towarzyszące oraz aparatura odtwarzająca czy też umożliwiająca projekcję, zarówno w nowoczesnej, klimatyzowanej, zaciemnionej sali kinowej, jak też w podróży lub w warunkach domowych. Jednakże co wynika z uprawiania socjologii filmu dla samej socjologii, ale też widowni, publiczności, kinomanów, miłośników danych gatunków filmowych lub gwiazd X Muzy? Czy wypływa z niej jakaś praktyczna wiedza, na przykład dla samego środowiska filmowców, w tym scenarzystów, producentów, reżyserów, pracujących w branży show biznesu, będącej jedną z najbardziej dochodowych, ale też ryzykownych. Dwa przykłady, które przytoczę, powinny lepiej naświetlić ów złożony problem, będący po części zagadnieniem, które podejmuje dysertacja.

Kiedy w 1986 roku trafił na ekrany film *Piraci* w reżyserii Romana Polańskiego, kosztujący, jak przystało na tak wystawną produkcję historyczno-kostiumową, 40 mln dolarów, dla którego potrzeb zbudowano replikę prawdziwego statku (dziś byłby zapewne wygenerowany komputerowo), jego producenci liczyli na komercyjny sukces. Film poniósł klęskę, nie zarobił nawet dwóch milionów dolarów i wielu specjalistów, w tym specjalistów od marketingu, szukało odpowiedzi na ów stan rzeczy. Może należało wykonać badania z zakresu socjologii filmu i socjologii kultury, wówczas zamierzenia realizacyjne byłyby zapewne zmodyfikowane. W 1935 r. Errol Flynn wymachiwał szablą w *Kapitanie Blood* Michaela Curtiza i był to zdecydowanie film adresowany do dorosłego widza, podobnie jak niemy *Czarny pirat* z 1926 r. z Douglasem Fairbanksem. Potem mieliśmy *Sokoła morską* z 1940 r. ponownie z Errolem Flynnem, obraz przesycony przygodą, humorem, akcją, pojedynkami, *Wyspę skarbów* z 1950 r.

Roberta Louisa Stevensona (do dziś 10 ekranizacji), w której po raz pierwszy pojawił się w postaci kanonicznej groźny, mroczny, przerażający John Silver. W 1952 r. Burt Lancaster wcielił się w rolę *Karmazynowego pirata*, wyreżyserowanego przez Roberta Siodmaka i co istotne, wszystkie wymienione filmy odniosły sukces komercyjny. Jednakże, czego nie wziął zapewne pod uwagę Roman Polański, już w latach 60., postać pirata, rabującego w okresie XVI-XVII wieku hiszpańskie statki handlowe, przewożące zrabowane w Ameryce Południowej złoto i srebro, powoli przestawała być symbolem romantycznego buntu, obiektem fascynacji, skutecznie podsycanym przez popkulturę: filmy kinowe, telewizyjne, książki przygodowe, komiksy. Popkulturowy archetyp pirata, spopularyzowany przez wymienione wcześniej filmy, zaczął ewoluować od postaci budzącej trwogę do postaci nieco komicznej, funkcjonującej w pastiszu gatunku. Polański poniósł klęskę, artystyczną i finansową, chociaż wcześniejsze realizacje mogły go utwierdzać w przekonaniu, że podąża właściwą drogą, zaś jego realizacja będzie przysłowiowym „strzałem w dziesiątkę”. Nie była. Dlaczego? Doświadczony reżyser, potrafiący realizować melodramaty, horrory, filmy sensacyjne, do pirackiej tematyki zabrał się na serio, tym samym zaskakując tym widzów, którzy oczekiwali beztrudnej zabawy (zapamiętanej z poprzednich produkcji), a otrzymali realistycznie pokazane ludzkie cierpienie. Nastąpiło rozjechanie się oczekiwań twórców z widownią, a w popkulturze nie można ignorować oczekiwań odbiorców, o czym doskonale wiedzą twórcy kolejnych części *Gwiezdných wojen*, bez narażania się na przykre konsekwencje finansowe – widzowie nie pójdą do kin, nie zakupią biletów. Wydawało się, po doświadczeniach Polańskiego, iż mający tak długą tradycję gatunek filmowy odszedł już w zapomnienie, widownia nie jest zainteresowana barwnymi opowieściami o świecie piratów, korsarzy, egzotyką południowych mórz. Nic bardziej błędnego. Reżyser Gore Verbinski wiedział, w którą stronę ma „popłynąć” jego Jack Sparrow (Johnny Depp), aby nie było za straszno, ani za śmieszno, lecz w sam raz, co przyniosło olbrzymie zyski komercyjne w serii pięciu części *Piratów z Karaibów* (najbardziej kasowy cykl dekady). W odróżnieniu od innych filmów na ten temat, *Piraci z Karaibów* nie są ani ekranizacją żadnej klasycznej powieści marynistycznej, ani też oryginalnym scenariuszem. To ekranizacja jednej z atrakcji Disneylandu, gdyż za sukcesem serii stoi... Walt Disney, zaś *Piraci z Karaibów* należą do czołowych atrakcji czterech disnejowskich parków rozrywki na świecie. Kto mógł przeczuwać, że w pirackich archetypach tkwi wciąż ogromny potencjał, nadający się na nową, fabularną narrację. Disney to przeczuwał, filmu nie zrealizował, woląc na początek zbudować „tematyczną” trasę w parku rozrywki.

Przykład drugi, odrębny, o innym charakterze socjologicznym. Wcześniej realizowane filmy, portretujące walki bokserskie, nie odnosiły sukcesu, dlatego żaden producent filmowy nie chciał zainwestować w tego typu produkcję, stąd wieloletnie starania i wędrówka po studiach filmowych ze scenariuszem filmu *Rocky* Sylvestra Stallone. Rezultat? Olbrzymi sukces komercyjny, 10 nominacji do Oscara. Ponownie zabrakło refleksji a może studiów szczegółowych z zakresu socjologii filmu? Badania oczekiwań widowni?

## II. Uwagi natury szczegółowej. Co jest, a czego zabrakło

Od strony konstrukcyjnej recenzowaną rozprawę należy uznać za poprawną. Dysertację można zaliczyć do prac empirycznych, których celem jest prezentacja i dyskusja wyników badania własnego, związanego z repertuarem kin i telewizji od listopada 2014 roku do kwietnia 2015 roku w miastach wojewódzkich w Polsce. W badanym okresie, w sumie w kinach wyświetlono 1758 filmów długometrażowych, w tym 239 premier filmowych. Autorka zanalizowała również dane zastane, cyklicznie publikowane przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz informacje na temat kultury publikowane co roku przez Główny Urząd Statystyczny (s.104).

Rozprawa składa się z trzech części. W części teoretycznej (strony 6- 80), Autorka stwierdza, iż „filmy fabularne są nieodłącznym elementem życia społecznego i odnoszą się do wielu dziedzin nauki” (s.6.), słusznie zauważając, że zarówno kultura popularna, jak i kultura masowa gromadzą wielu odbiorców, dzieli je jednak mechanizm funkcjonowania i komunikowania. Za badaczem kultury popularnej Ernestem van den Haagiem przypomina, że produkcja popularna jest „dostosowana do gustów, a popyt jest rezultatem upodobań konsumentów. Przeciętność oferty medialnej wynika z dążenia producentów medialnych do zaspokojenia potrzeb przeciętnej odbiorcy, nie ma więc mowy o zaspokojeniu indywidualnych gustów. Odbiorca szuka zabawy, rozrywki, romansu, porad życiowych. Film w kontekście kultury popularnej jest jedynie rozrywką rozproszonych i niejednorodnych odbiorców”(s.20). W celu lepszego oddania istoty zmian społeczno-kulturowych, które wpływają na proces funkcjonowania filmu, jego obiegu w społeczeństwie, posłużyła się wieloma teoriami socjologicznymi należącymi do różnych subdyscyplin, wykorzystując m.in. teorię kultury Antoniny Kłoskowskiej, teorię kultury w kapitalizmie Daniela Bella, ponowoczesną teorię społeczeństwa konsumpcyjnego Zygmunta Baumana, teorie konsumpcji zabawy, teorię filmu w przemyśle filmowym w ujęciu Georga Ritza, teorię konwergencji mediów Henry’ego Jenkinsa, sięgając również po socjologię wizualną jako metodę badawczą, przez co konstrukcyjna rama jej pracy ma solidne podstawy.

Część metodologiczna (s.81-103) przedstawia przedmiot i cel badań, problemy, pytania i hipotezy badawcze, metody i techniki badawcze, zmienne i wskaźniki. Jak stwierdza Autorka, „celem niniejszej pracy jest (...) analiza filmów fabularnych jako elementu systemu medialnego, a więc z perspektywy globalnej. Film jako przekaz medialny jest częścią systemu ekonomicznego, społecznego i politycznego. Przedmiotem badań są zarówno same przekazy medialne, jak i reakcja odbiorców na wyświetlone filmy fabularne”(s.83). I w tym miejscu mam z lekturą pracy istotny kłopot. Autorka przyjmuje perspektywę globalną, światową, czy jednak ogólnopolską, jak w tytule pracy „(...) Socjologiczna analiza oferty kin i telewizji w Polsce”, nie odwołuje się przecież do fenomenu ani Hollywoodu (kino amerykańskie), czy też Bollywoodu (kino indyjskie czy też szerzej: azjatyckie). Co prawda w paragrafie 2.10.2 „Historia filmu jako element kinematografii na świecie”

(s.42-53), skrótowo przedstawia historię dziejów kina, wspominając „fabrykę snów”, ale traktując ów fragment jako przejaw wiedzy erudycyjnej Autorki, a nie element służący „globalizacji badań”. To również tytuł zakrojony zbyt szeroko, gdyż przedstawienie historii filmu w ramach 10 stron dysertacji jest zadaniem karkołomnym. Przypomnę, iż np. tom 3 „Historii kina. Kino epoki nowofalowej”, pod red. Tadeusza Lubelskiego, Iwony Sowińskiej i Rafała Syski (Kraków 2015), liczy 1499 stron, a poprzednie były tylko nieco mniej okazałe. Kolejny paragraf 2.10.3. to już „Historia filmu polskiego” (s.54-62), a zatem powrót na lokalny rynek filmowy. I tutaj również uwaga krytyczna, być może należało ów paragraf zatytułować w sposób bardziej wyważony, na przykład „Zarys historii filmu polskiego”, gdyż jaką historię rodzimej kinematografii można przedstawić na zaledwie ośmiu stronach, kiedy całościowe monografie polskich filmoznawców, również cytowanego w dysertacji prof. Tadeusza Lubelskiego „Historia kina polskiego 1895-2014” liczy 793 strony, a po jej lekturze i tak odczuwa się lekki niedosyt. Jak do tej uwagi odnieść się Autorka dysertacji?

Problemem badawczym, który jest najbardziej intrygujący w kontekście pracy mgr Gabrieli Brzozowskiej, było pytanie: czy film fabularny jest obrazem społeczeństwa oraz czy kinomani uważają, że film jest/może być odzwierciedleniem rzeczywistości. Czy zgodnie z teorią kultury, im częściej oglądają filmy, tym bardziej akceptują prezentowany w nich obraz świata? Niestety, co stwierdzam już w tym miejscu, nie odnalazłem w pracy odpowiedzi na ów kluczowy problem, w kontekście uprawiania socjologii filmu. Odpowiedzi respondentów, dlaczego oglądają filmy (dla relaksu, w celach edukacyjnych, ucieczka od rzeczywistości), cytowane na stronach 136-137 nie są wyjaśnieniem, czy film obrazuje społeczeństwo. Jak to możliwe w kontekście stawianych przez Autorkę pytań?

Kolejny problem badawczy wyłaniający się w pracy to zagadnienie, jakie gatunki filmowe są najchętniej oglądane przez krajową widownię w kinach (hipoteza: filmy animowane) oraz odrębnie w telewizji (hipoteza: filmy amerykańskie). W pracy, aby uzyskać całościowe uchwycenie problemu, zastosowano kilka metod badawczych: analizę danych zastanych, analizę treści programu kin i programu telewizyjnego, wywiady indywidualne (15 wywiadów) oraz ankietę audytoryjną, przeprowadzoną w jednym z dwóch Dyskusyjnych Klubów Filmowych w Rzeszowie, jakim jest DKF „Klaps” działający przy Wojewódzkim Domu Kultury (rozdano 100 kwestionariuszy, otrzymano wypełnione 74 ankiety).

Część empiryczna (s. 104-148) zawiera wyniki i interpretację badań. Wykorzystując internetową bazę portalu filmowego filmweb.pl, Autorka m.in. zanalizowała premiery filmowe wyświetlane w kinach w Polsce w badanym okresie pod względem występowania bądź braku schematów bohaterów filmowych i motywów konkretnych gatunków filmowych, proponując typologię 22 gatunków. Wnioski, jakie zawarła doktorantka w paragrafie 4.6 „Porównanie wyników badań i weryfikacja hipotez” (s.145-151) pozostawiają wielki niedosyt, gdyż nie wskazują na umiejętności interpretacyjne uzyskanych w wyniku badań danych. Co ważne dla rodzimej kinematografii, nie potwierdziły się dwie hipotezy postawione przez

Autorce, że widzowie kin najchętniej wybierają filmy wielkich produkcji światowych, w tym filmy amerykańskie, gdyż dane frekwencyjne świadczą na korzyść filmów polskich.

Nim przejdę do konkluzji i wniosków końcowych, chciałbym sformułować swój główny zarzut, jaki formułuję wobec pracy Pani magister Gabrieli Brzozowskiej. Pomimo ambitnego planu badawczego, pewnej interdyscyplinarności tematu, związanego zarówno z socjologią filmu, socjologią kultury, socjologią wizualną, filmoznawstwem, kulturoznawstwem oraz medioznawstwem (vide paragraf 2.8 „Konwergencja mediów – wyzwanie dla badaczy analizujących media”), praca opiera się prawie w całości jedynie na polskich źródłach, zawierając w „Literaturze” (bibliografii prac wykorzystanych w pracy), jedynie dwie pozycje z zakresu socjologii filmu w języku angielskim: przestarzałą już, z racji upływu czasu pracę z 1958r. L. Bailyna *Mass Media and children (...)*, w swojej istocie przypominającą książkę Janiny Koblewskiej – Wróblowej *Dzieci w kinie* (1957) oraz *Introductory Sociology* T. Biltona i innych (1982). Zabrakło w niej pozycji tak klasycznej jak *Sociology of Film: Studies and Documents*, J.P. Mayera (1946, nowe wydanie Stokowski Press 2011), *Image and Fluence: Studies in the Sociology of Film*, Andrew Tudora (1974), *Cinematic Sociology: Social Life in Film*, (2009), Jean-Anne Sutherland i Kathryn M. Feltey, zawierającą 27 esejów na temat jak „czytać” filmy socjologicznie. Z nowszych zaś ujęć *Media/Society: Industries, Images, and Audience* (2011), Davida Croteau, Williama Hoynesa, Stefanii Milan, czy Graeme Turnera, *Film as Social Practise* (2006), których lektura może ułatwić poszukiwania odpowiedzi na pytania, w jaki sposób współczesny film może określić czym jest dziś społeczeństwo? Czy kino może być skutecznym narzędziem diagnozy społecznej, ponieważ interpretuje, wymyśla, ale też zniekształca obiekt socjologicznych dociekań. Filmowanie zachowań społecznych to przecież nic innego, jak dobre kino, potrafiące zainteresować swoją treścią.

### III. Konkluzje i wnioski końcowe

Pomimo zawartych w recenzji uwag krytycznych, oceniam pracę *Film fabularny jako element systemu medialnego – socjologiczna analiza oferty kin i telewizji w Polsce* Pani mgr Gabrieli Brzozowskiej pozytywnie, ufając, iż jej przyszłe projekty badawcze tak w zakresie socjologii filmu, jak i socjologii kultury, będą bardziej dojrzałe i przemyślane. Prowadząc blisko dwuletnie badania Autorka zyskała bezpośrednią znajomość socjologiczną badanych zjawisk, tym samym zrealizowała stawiane przed sobą cele badawcze. Recenzowana praca spełnia ustawowe kryteria stawiane rozprawom doktorskim, dlatego też wnoszę do Komisji Doktorskiej oraz Rady Wydziału Socjologiczno-Historycznego Uniwersytetu Rzeszowskiego o dopuszczenie Pani magister do dalszych etapów przewodu doktorskiego.

Prof. dr hab. Marek Sokołowski

