

SYLWIA SZOSTAK
MARCIN ZABORSKI

MARVEL ZZA ŻELAZNEJ KURTYNY – POLSKA HISTORIA W UJĘCIU NETFLIXA

MARVEL FROM BEHIND THE IRON CURTAIN: POLISH HISTORY ON NETFLIX

Abstract. Films are an important element of memory formation. They can affect memory – both the collective and the individual discourse. They serve as an arena for disputes over existing and sometimes contradictory narratives of the past. In the global memory boom, the past additionally adds diversity to available programming output and serves as visual eye candy that is seemingly devoid of its political capital. Focusing on the production context of “Mr. Car and the Knights Templar”, the article describes how Polish history can be exploited commercially in the global economy of streaming services. When utilized by Netflix, Polish history becomes a veneer subjected to cultural negotiation that must address the local viewer, but at the same time, must be accessible on a symbolic level to a wide array of global audiences.

Keywords: streaming services; politics of history; socialism; nostalgia.

WPROWADZENIE

To, że filmy odgrywają rolę pamięciotwórczą, pozostaje bezdyskusyjne (Greiner, 2021, s. 24). Są one nie tylko uwikłane, ale wręcz znajdują się niekiedy w centrum wielomedialnej sieci pamięci; toczą się na ich temat debaty publiczne i polemiki o charakterze politycznym czy akademickim. Bywa, że obraz filmowy jest zabranem głosu w dyskusji czy sporze pomiędzy pamięcią oficjalną i nieoficjalną, czyli pomiędzy pamięcią funkcjonującą w przestrzeni publicznej wspieraną

Dr SYLWIA SZOSTAK – Uniwersytet SWPS, Katedra Kultury i Mediów; adres do korespondencji: ul. Chodakowska 19/31, 03-815 Warszawa; e-mail: sszostak@swps.edu.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9119-1874>.

Dr MARCIN ZABORSKI – Uniwersytet SWPS, Katedra Kultury i Mediów; adres do korespondencji: ul. Chodakowska 19/31, 03-815 Warszawa; e-mail: mzaborski@swps.edu.pl; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9746-9670>.

Artykuły są objęte licencją Creative Commons Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 4.0 Międzynarodowe (CC BY-NC-ND 4.0)

przez podmioty władzy lub w grupach kontestujących wykładnię historii narzuconą przez narrację władzy (Zaborski, 2011, s. 213). Popularyzując określone tematy oraz proponując lub narzucając sposoby ich interpretacji, filmy mogą zarówno wspierać, jak i dyskredytować oficjalną politykę historyczną, kształtując stosunek odbiorców do określonego wydarzenia (Korzeniewski, 2014, s. 197-198)¹.

Świadomość tak istotnej pamięciotwórczej roli kina sprawia, że jest ono jednym z narzędzi w obszarze polityki historycznej². W praktyce może manifestować się to w dążeniu do tworzenia określonych dzieł filmowych pożądanых lub oczekiwanych przez różne podmioty polityczne, zainteresowane modelowaniem tożsamości w wymiarze zbiorowym. Kinematografia traktowana jest wtedy jako „narzędzie ideologicznej indoktrynacji i pas propagandowej transmisji” (Werner, 2014, s. 264). Dzieje się tak nie tylko w państwach, w których władza kontroluje sferę kultury, czyli w systemie totalitarnym lub autorytarnym. Kino tworzone w systemach demokratycznych nie jest wolne od podobnych procesów, gdyż tutaj również dzieła filmowe często prezentują oficjalną wykładnię historyczną lub wyobrażenia o przeszłości stymulowane i promowane przez aparat państwa (Werner, 2014, s. 268).

Niniejszy artykuł jest próbą opisaną nowych zjawisk obserwowanych w ramach polityki historycznej, która rozgrywa się w obszarze polskiej produkcji audiowizualnej. Wraz z wejściem na polski rynek serwisów streamingowych dla lokalnych twórców otworzyło się zupełnie nowe źródło finansowania, niezależne od państwowych dotacji, bez których, jak dotychczas, nie dało się w Polsce wyprodukować filmu pełnometrażowego. Oprócz gotówki ze streamingu, polscy twórcy mają po raz pierwszy w historii polskiej kinematografii możliwość dotarcia do wielomilionowej globalnej widowni. Dzieje się tak, ponieważ filmy i seriale produkowane w Polsce na zlecenie Netflix'a mają swoją premierę jednocześnie na wszystkich 190 globalnych rynkach, na których operuje serwis.

¹ W naszej refleksji odwołujemy się do pojęcia pamięci społecznej, którą – za Haraldem Welzerem – rozumiemy jako zbiór praktyk mających na celu stworzenie w społeczeństwie wspólnego wyobrażenia przeszłości oraz wykreowanie tożsamości zbiorowej. Zakładamy, że nasze wspomnienia i wyobrażenia dotyczące przeszłości są ściśle związane z ramami społecznymi, w których funkcjonujemy, a pamięć jest utrwalana poprzez zorganizowaną i mającą formę ceremoniału komunikację o minionych wydarzeniach. Istotną rolę w tych procesach odgrywają media, które wspierają rozmowę o przeszłości oraz mają znaczenie w konstytuowaniu i kształtowaniu świadomości historycznej. Zob. Welzer, 2011, s. 11-19.

² Spośród wielu koncepcji polityki historycznej – kompleksowo przeanalizowanych np. przez Rafała Chwedoruka – wybieramy propozycję niemieckiego politologa Edgara Wolfruma, który politykę historyczną opisał jako „publiczny i medialny zróżnicowany proces, w którym wiodące siły występują i zmagają się w różnych sprawach o hegemonię dyskursu i o wzorce interpretacji”. Cyt. za Chwedoruk, 2018, s. 189.

Artykuł ten zatem bada, jak nowe źródło finansowania, czyli gotówka od zagranicznego emitenta, i jednoczesna globalna ekspozycja zmienia sposób, w jaki reprezentowana jest polska historia. Badanie reprezentacji polskiej historii w filmach i serialach produkowanych na zlecenie Netflixa jest obszarem interesującym i płodnym badawczo, gdyż emitent ten wydaje się dostrzegać w polskiej historii duży potencjał. Spojrzenie na dotychczasowe produkcje fabularne na platformie tego nadawcy pozwala stwierdzić, że treści osadzone w różnych okresach polskiej historii są ważnym elementem strategii programowej Netflixa.

Pierwszą polską produkcją stworzoną na zlecenie giganta streamingowego jest serial *1983* (reż. A. Holland, K. Adamik, O. Chajdas, A. Smoczyńska, 2018), w którym mamy do czynienia z alternatywną wersją historii Polski; taką, w której żelazna kurtyna nigdy nie upadła, a kraj nadal jest rządzony przez reżim totalitarny – partię, milicję i Służbę Bezpieczeństwa. Od tamtego czasu w serwisie pojawiło się kilka produkcji osadzonych w okresie polskiego socjalizmu. Serial *Brokat* (reż. A. Kazejak, M. Lechki, R. Skalski, J. Kolberger, 2022), określony przez recenzentów jako frywolna historia PRL-u i sentymentalna pocztówka, opowiada historię seksworkerek z lat siedemdziesiątych XX w. W podobnym okresie osadzona jest najnowsza ekranizacja powieści Zbigniewa Nienackiego, czyli *Pan Samochodzik i Templariusze* (reż. A. Nykowski, 2023). Spojrzenie na treści, których produkcję zleca Netflix, pokazuje jasno, że polska historia jest dla emitenta istotnym elementem strategii programowej.

W niniejszym artykule skupiono się na jednym spośród wcześniej wymienionych tytułów, który stanowi studium przypadku. Film *Pan Samochodzik i Templariusze* staje się tu punktem wyjścia do rozważań na temat dyskursu polityki historycznej w obszarze produkcji audiowizualnej, którego powstanie umożliwił nowy, i jak dotychczas niespotykany na polskim rynku, kontekst produkcyjny. W publikacji analizie poddano, jak nowy rodzaj źródeł finansowania oraz nowy model dystrybucyjny przyczynia się do aktualizacji reprezentacji historii do nowych warunków instytucjonalno-ekonomicznych. Osadzenie autorefleksyjnej perspektywy twórców filmu *Pan Samochodzik i Templariusze* w ramie interpretacyjnej nostalgii³, wsparte analizą tekstu, pokaże jak polska historia ulega komercjalizacji na potrzeby globalnej dystrybucji Netflixa. Zastrzec należy jednak, że opracowanie to dalekie jest od stygmatyzacji opisanych w nim zjawisk. Komercjalizacja polskiej historii traktowana jest w niniejszym artykule jako nowy dyskurs historyczny, wyłaniający

³ W tej przestrzeni istotna jest dla nas refleksja Svetlany Boym, która analizując zjawisko nostalgii, dostrzegła w niej emocję historyczną, posługującą się bodźcami wspomnień i symboli. Opisała ją jako pragnienie innego czasu, chęć powrotu do utraconej rzeczywistości. Pojawia się tu potrzeba, by „odwiedzić ponownie czas tak jak odwiedza się przestrzeń, odmawiając ukorzenia się przed nieodwracalnością czasu, która jest zmorą kondycji ludzkiej” (Boym, 2019, s. 100).

się w odpowiedzi na zmiany zachodzące w polskiej branży audiowizualnej i jako taki staje się obszarem dociekań badawczych. Nie podlega on ocenie czy ewaluacji pod kątem prawdy historycznej, gdyż nawet oficjalny, dominujący dyskurs w obszarze polityki historycznej traktuje historię instrumentalnie do tworzenia narracji historycznej spełniającej potrzeby tych, którzy takowy dyskurs kontrolują. Tym, co wydaje się autorom tego artykułu płodne badawczo, jest spojrzenie na to, jak polityka historyczna może być uprawiana, w mniej lub bardziej świadomy sposób, przez globalny serwis streamingowy i czy koresponduje ona z lokalną pamięcią oficjalną, czy raczej od niej odbiega.

1. KULTURA AUDIOWIZUALNA W SŁUŻBIE NARODU

Wyraźny potencjał polityczny filmu jako medium w kreowaniu polityki historycznej sprawia, że podmioty władzy chętnie sięgały i sięgają nadal po film, wykorzystując „siłę jego wpływu na świadomość historyczną obywateli” (Chwedoruk, 2018, s. 294). Przykładów na to, jak obrazy filmowe czy telewizyjne były (lub wciąż są) używane do promowania propagandowej czy zideologizowanej wersji historii, mamy wiele – w różnych krajach, w różnych dekadach i w różnych systemach politycznych. W ten nurt mogą wpisywać się zarówno wielkoformatowe produkcje kinowe, jak i seriale tworzone na potrzeby nadawców telewizyjnych. Przykładowo, w okresie socjalizmu w Polsce telewizja była ważnym źródłem informacji, edukacji i rozrywki, ale funkcjonowała również jako instrument propagandy, wykorzystywany przez partię do promowania jej programu politycznego, w tym też polityki historycznej. Z tego powodu seriale telewizyjne powstałe w tym okresie rzadko są pamiętane po prostu jako artefakty dziedzictwa kulturowego; zamiast tego stają się platformą sporów o komunistyczną przeszłość i jej znaczenie dla postkomunistycznych społeczeństw. Głośnym przykładem takiego zjawiska jest serial *Czterej Pancerni i Pies*, który po 1990 r. stał się obiektem kontrowersji, krytykowanym zwłaszcza przez konserwatywne frakcje polityczne. Oskarżano go o przedstawianie zniekształconej wersji historii i wyrządzanie szkody w obszarze świadomości historycznej narodu polskiego poprzez pomijanie kluczowych informacji o sowieckich zbrodniach wojennych. Przypadek ten demonstruje, że w Polsce upolitycznione zainteresowanie pamięcią podyktowane jest koniecznością przepracowania XX-wiecznych traum, takich jak chociażby II wojna światowa, doświadczenie totalitaryzmu w obliczu zmiany ustroju, pokoleń i odchodzenia świadków historii. Przywołany tu przykład serialu *Czterej Pancerni i Pies* pokazuje również, że nawet reprezentacje historii

w gatunkach tradycyjnie kojarzonych z rozrywką są istotnym narzędziem służącym do odtwarzania kwestii zgoła o wiele ważniejszych, takich jak chociażby pamięć, prawda i polityka historyczna (Szostak, Mihelj, 2017, s. 324-340).

Pod koniec lat osiemdziesiątych i w latach dziewięćdziesiątych XX w. stopniowe osłabianie rządów komunistycznych w Europie Wschodniej i związany z tym narodowy imperatyw polityczny, jak i wzrost znaczenia polityki tożsamościowej, wywołał wzmożone zainteresowanie reprezentacjami przeszłości. W tym sensie można powiedzieć, że Europa Wschodnia dołączyła do trendu, który w odniesieniu do Europy Zachodniej Andreas Huyssen określa mianem „memory boom” (Huyssen, 1995). Tenże „boom pamięciowy” przejawia się w sferze publicznej poprzez rosnącą liczbę publicznych debat nad przeszłością, oficjalnych upamiętnień, powstających muzeów i miejsc pamięci w postkomunistycznej Europie Wschodniej. Ta „współczesna obsesja na punkcie pamięci” (Huyssen, 1995, s. 5-6) w równym stopniu przejawia się w kulturze popularnej, w tym również w filmie.

Zjawisko ekspansji zainteresowania pamięcią widoczne jest także w polskiej kinematografii. Produkcje uwikłane w praktyki upamiętnienia pojawiały się dotychczas na antenie Telewizji Polskiej lub w dystrybucji kinowej, w związku z czym finansowane były przez instytucje państwowe. Dobrym przykładem jest tutaj *Raport Pileckiego* (reż. K. Łukaszewicz, 2023) – film, którego produkcja pochłonęła niemal 40 milionów złotych, pochodzących z Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej, Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Wytwórni Filmów Dokumentalnych i Fabularnych oraz od nadawcy publicznego TVP. Ze względu na charakter finansowania produkcje te spójne są z dominującą polityką pamięci, która zakłada kształtowanie świadomości i tożsamości obywatelskiej, patriotycznej czy też narodowej, poprzez odwołanie do wspólnoty dziejów Polski, a tym samym do pamięci zbiorowej społeczeństwa. W filmach mamy zatem do czynienia z przypominaniem ważnych wydarzeń dziejowych, interpretowanych często w sposób subiektywny i zmytizowany, związany z określoną tradycją historyczną i spuścizną dziejową.

2. GOTÓWKA ZE STREAMINGU A WOLNOŚĆ KREATYWNA

Wraz z pojawieniem się Netflixa pojawił się nowy sposób finansowania produkcji filmowej, alternatywny wobec dotychczas istniejących źródeł finansowania instytucjonalno-publicznego. Przed uruchomieniem tej platformy na polskim rynku wyprodukowanie filmu wymagało szukania pieniędzy w różnych źródłach. Z reguły producenci ubiegali się o dofinansowanie PISF, które w oparciu na

przepisach europejskich wynosi co do zasady 50%, a w przypadku filmów tzw. trudnych, co definiuje ustawa o kinematografii – 70%. Brakujące pieniądze pozyskiwano z rynku od prywatnych podmiotów. Tymczasem w przypadku Netflixu jest on w stanie sfinansować określone produkcje na zlecenie bez wsparcia dodatkowych podmiotów. Według danych prezentowanych przez firmę w latach 2020-2021 przeznaczył 890 milionów złotych na rozwój własnej oferty polskich tytułów, w tym produkcji oryginalnych i tytułów na licencji. Mamy zatem do czynienia z nowym zjawiskiem, gdzie Netflix staje się jednym z głównych producentów treści, które sam finansuje. Dodatkowo, treści w streamingu podlegają mniejszej kontroli instytucjonalnej. Żaden inny emitent nie funkcjonuje w takim stopniu niezależności na polskim rynku. Nawet liberalna stacja TVN, która była w stanie obronić się przed naciskami pravicowych środowisk politycznych na przestrzeni 8 lat rządów Prawa i Sprawiedliwości, uzależniona była od decyzji administracyjnych Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji (co zresztą miesiące walki o koncesje dla kanałów TVN24 i TVN7 pokazały dosadnie).

Dzięki Netflixowi polscy producenci nie muszą bazować na dofinansowaniu instytucji publicznych, bez których jak dotychczas trudno było zrealizować projekt. Dla rynku jest to odświeżenie pewnych układów i wpływów. Niezależność platformy od publicznych pieniędzy, ale również operowanie poza systemem licencyjnym i kontrolą KRRiT, sprawia, że Netflix może zlecać produkcję treści o tematyce, którą możemy uznać za kontrowersyjną lub zbyt ryzykowną dla tradycyjnych nadawców. I jest to zjawisko obserwowane w skali globalnej. Przykładowo, w Brazylii Netflix wyprodukował, bardzo zresztą popularny, serial *The Mechanism* (reż. J. Padilha, F. Prado, M. Prado, D. Rezende, 2018-2019), ukazujący korupcję rządu brazylijskiego. Z oczywistych powodów żaden brazylijski emitent w jakimkolwiek stopniu zależny od licencji bądź podlegający kontroli instytucjonalnej nie zdecydowałby się na tak ryzykowny temat. W Polsce takim przykładem jest serial *Sexify* (reż. K. Alabrudzińska, P. Domalewski, 2021), w bardzo otwarty sposób podejmujący tematy seksu oraz związków nieheteronormatywnych, które w polskich realiach – mimo postępujących zmian – wciąż są zagadnieniem silnie tabuizowanym. Podobnie polaryzujący wątek pojawia się w serialu *Królowa* (reż. Ł. Kościcki, 2022), w którym grający główną rolę Andrzej Seweryn wciela się w homoseksualistę i przez dużą część serialu występuje jako *drag queen*. Produkcje w streamingu podlegają mniejszej kontroli, a więc mogą zawierać dużo bardziej kontrowersyjne treści oraz poruszać tematy niegdys uważane za wyjęte poza nawias oficjalnego dyskursu.

Pozycjonowanie Netflixu jako emitenta znajdującego się poza wpływami polskich instytucji sprawia, że może on zlecać produkcję treści dotyczących

polskiej historii, które nie podlegają wymogom dyskursu dominującego. Przez polskich praktyków zainteresowanie platformy historią Polski postrzegane jest jako pozytywny trend, gdyż pozwala im na tworzenie treści, na które dotychczas nie było w Polsce miejsca. O nowym podejściu do polskiej historii w produkcjach audiowizualnych opowiada reżyser Antoni Nykowski⁴: *Okazuje się, że historię można skomercjalizować, pokazać ją w sposób, który odbiega od instytucjonalnej wersji historii, przyjętego sposobu, w którym powinniśmy o niej opowiadać. Platformy streamingowe sprawiły, że popłynął strumień pieniędzy, który jest obok finansowania z narodowych instytucji. Filmy finansowane z państwowych środków trzymają się spojrzenia na historię, jakie znamy od wielu lat, a platformy pozwoliły na komercjalizację historii, co według mnie jest korzystnym i ciekawym zjawiskiem* (Nykowski). Przedstawiciele polskiego środowiska twórczego dostrzegają, że wraz z pieniędzmi ze streamingu pojawia się pewnego rodzaju „wolność kreatywna”, na którą nie było miejsca, kiedy o tematyce i charakterze filmów decydowały jedynie instytucje państwowe.

W kontekście polityki historycznej, oznacza to, że polskie instytucje straciły obecnie monopol na kreowanie filmowych i serialowych reprezentacji historii, dopuszczając do dominującego dyskursu nowe głosy i perspektywy. Jest to możliwe, gdyż pamięć w wymiarze społecznym jest zjawiskiem dynamicznym i podlega ciągłym zmianom. Pod wpływem nowych okoliczności czy interesów grupy lub poszczególnych jej członków dochodzi do erozji, modyfikacji czy wręcz zerwania ciągłości pamięci – zarówno na poziomie indywidualnym, jak i zbiorowym. (Whitehead, 2009, s. 128) Ma to wyraźny związek z kontekstowością i zmiennością pamięci, która tworzona jest pod wpływem różnorodnych czynników społecznych. Niniejszy artykuł za studium przypadku przyjmuje film *Pan Samochodzik i Templariusze*, ponieważ daje on możliwość obserwacji tego, jak nowo powstały kontekst produkcyjny pozwala na modyfikację filmowych obrazów polskiej historii i stworzenie nowej medialnej reprezentacji.

3. PRL W OBRAZACH POLSKIEJ KINEMATOGRAFII

12 lipca 2023 roku serwis streamingowy Netflix udostępnił nową ekranizację dobrze znanej w Polsce powieści Zbigniewa Nienackiego o dzielnym łowcy

⁴ Na potrzeby niniejszego artykułu zostały przeprowadzone rozmowy przez Sylwię Szostak z twórcami filmu *Pan Samochodzik i Templariusze* – Antonim Nykowskim, Jerzym Dzięgielewskim, Kaliną Lach i Pauliną Sieniarską. Będą one oznaczone w tekście za pomocą nazwisk rozmówców, odpowiednio: Nykowski; Dzięgielewski; Lach, Sieniarska. Były to rozmowy osobiste przeprowadzone w 2023 roku w trakcie przygotowywania artykułu.

skarbow, znanym jako Pan Samochodzik. Film wyprodukowany na zlecenie Netflixa jest ciekawym obiektem badań, gdyż przedstawia reprezentację polskiego socjalizmu stworzoną na zlecenie globalnej firmy, a nie, jak dotychczas, lokalnego emitenta lub z myślą o tradycyjnej dystrybucji kinowej. Co więcej – jego premiera miała miejsce nie tylko w Polsce, ale na 190 globalnych rynkach jednocześnie. Reżyser filmu Antoni Nykowski wspomina, że kontekst historyczny tej opowieści był tematem wielu dyskusji. *Po przeczytaniu scenariusza, moim pierwszym pytaniem do producentów było, czy my nie powinniśmy ulokować tego filmu współcześnie? Producenci „Pana Samochodzika” i przedstawiciele Netflixa chcieli, aby akcja rozgrywała się w latach 70-tych licząc na to, że zyskają dużo widzów właśnie przez pokazanie nostalgii tamtego okresu* (Nykowski). Zainteresowanie polskiego Netflixu nostalgią nie powinno zaskakiwać, gdyż jest ona istotnym elementem kultury popularnej, który ma duży potencjał monetyzacji. Wraz z powtórkami, *reboot’ami*, nowymi adaptacjami i obszernymi bibliotekami serwisów streamingowych, które zapewniają łatwy jak nigdy dotąd dostęp do starych filmów i emitowanych dawniej seriali, wyłonił się nawet nowy typ oferty programowej znany jako „nostalgia TV” (Sirianni, 2019, s. 185-202). Netflix nie wymyślił nostalgii, ale obecne technologie dystrybucji bez wątpienia napędzają popularność tego typu treści. Opisywana platforma ma na tym polu szczególne osiągnięcia, gdyż umożliwia użytkownikom nie tylko ponowne obejrzenie dobrze znanych obrazów z przeszłości, ale też przygotowuje produkcje o nostalgicznym charakterze i retro klimacie, podsycając zainteresowanie odbiorców i tworząc rynek popytu na takie treści. Amerykański magazyn branżowy *Variety* określa działania Netflixa w tym wymiarze jako *nostalgia strategy* (Schwindt, 2016), czyli politykę programową nastawioną na wzbudzanie w widzach chęci do powrotu do minionych czasów, często okresu własnego dzieciństwa i młodości, poprzez medialne reprezentacje minionych dekad. Netflix odniósł już nawet kilka spektakularnych sukcesów w tym zakresie, ponieważ nostalgia z pewnością przyczyniła się do globalnego sukcesu seriali, takich jak: *Stranger Things* czy też *Sex Education*. Osadzenie fabuły netflixowego *Pana Samochodzika* w okresie socjalizmu, zgodnie z pierwowzorem książkowym, było zatem decyzją świadomą, a historyczne tło traktowano jako potencjalny atut filmu, który przyciągnie widzów.

Wśród dotychczasowych licznych obrazów osadzonych w okresie PRL-u wiele jest produkcji biograficznych, których narracja została zorganizowana wokół losu bohaterów życia społecznego lub politycznego Polski Ludowej. Wśród nich są takie filmy, które mają wyraźnie heroizujący charakter; przypominają rolę dziejową, jaką odegrały przywoływane w nich postaci. W zbiorze tym są również produkcje, które wpisują się w kontekst współczesnych sporów o przeszłość

i w dyskusje na temat historii, operujące faktami historycznymi, oczywiście poddany interpretacji, umieszczonymi w określonym kontekście czy ujętymi w pewnej perspektywie. Mamy tu więc na przykład filmy o związku zawodowym „Solidarność” i zderzeniu protestujących robotników z aparatem władzy, w których portretowany jest kontekst polityczny (np. *Strajk*, reż. V. Schlöndorff, 2006; *80 milionów*, reż. W. Krzystek, 2011; *Wałęsa. Człowiek z nadziei*, reż. A. Wajda, 2013). Inne obrazy ukazują opresyjność reżimu komunistycznego, którego ofiarami stają się konkretni ludzie, ginący z rąk przedstawicieli aparatu władzy i represji (*Czarny czwartek*, reż. A. Krauze, 2011; *Żeby nie było śladów*, reż. J.P. Matuszyński, 2021). Są też filmy przedstawiające rolę Kościoła katolickiego w opozycji przeciwko państwowemu reżimowi, co ukazane jest poprzez opowieść o konkretnych postaciach (*Popiełuszko. Wolność jest w nas*, reż. R. Wiecziński, 2009; *Prymas. Trzy lata z tysiąca*, reż. T. Kotlarczyk, 2000). Filmy te wpisują się w nurt rozliczeń z przeszłością, wyraźnie ją oceniają i wartościują postawy obserwowane w omawianym czasie.

Obok tych produkcji należy jednak wskazać i takie, w których PRL-u ukazany zostaje przy użyciu ironiczno-nostalgicznego filtru mitologizującego tamtą epokę (np. *Ile waży koń trojański*, reż. J. Machulski, 2008; *Wszystko, co kocham*, reż. J. Borcuch, 2009; *Zupa nic*, reż. K. Dębska, 2021). W filmach obierających taką optykę „opowieść o PRL-u – z zaledwie kontekstowym obrazem negatywnych zjawisk systemowych – zostaje przefiltrowana przez pryzmat młodości, poszukiwania przygody i nostalgii za przeszłymi czasami” (Urbańska, 2022, s. 199). Nostalgia ta ma związek z pewnego rodzaju podziwem wyrażanym wobec minionej rzeczywistości. Jak bowiem zauważa Patrycja Włodek, „nostalgizacja wymaga (...) już nie tylko selekcji, ale też jednoznacznej idealizacji, postrzegania przeszłości jako czasów lepszych, prostszych i stabilniejszych, niezależnie od kontekstu politycznego, społecznego bądź ekonomicznego” (Włodek, 2021, s. 60). Badając nostalgię i wybiórczość prowadzącą do popkulturyzacji Polski Ludowej, Magdalena Urbańska dochodzi do wniosku, że w kinematografii „selektywną pamięć o PRL-u przejawia się za pośrednictwem dwóch praktyk: ironii (głównie młodsze pokolenie) oraz idealizacji (starsze generacje), a filmy wpisujące się w owo odbiorcze wyobrażenia – podsycają i ugruntowują przefiltrowaną przez nie zbiorową pamięć” (Urbańska, 2022, s. 199).

4. NOSTALGIA ZA PRL-em

Pan Samochodzik i Templariusze wpisuje się w tenże nurt nostalgicznego i wyidealizowanego portretu socjalizmu w polskim kinie. Jerzy Dzięgielewski, *Head of Production* w firmie Orphan Studio, producent kreatywny *Pana Samochodzika* opisuje to zjawisko, odwołując się do popularnego serialu Netflixa *Stranger Things*, którego akcja osadzona jest w klimacie Ameryki z lat osiemdziesiątych: *Chcieliśmy korzystać z tak zwanej zapożyczonej nostalgii, czyli czegoś, co bracia Duffer opanowali do perfekcji przy okazji „Stranger Things”*. *Bracia Duffer, którzy nie mają prawa pamiętać, jak wyglądały lata 80. w Ameryce, robią serial osadzony w tym okresie. Oczywiście nie mogą oni czerpać z własnych doświadczeń, dlatego nazywam to zapożyczoną nostalgią, bo bazują oni na symbolach, które przetrwały test czasu. Takich jak gra *Dungeons & Dragons*, która została spopularyzowana w latach 80. na całym świecie i pojawia się w serialu już od pierwszych scen. Podobnie użyto motywu rowerów BMX, na których dzieciaki ze „Stranger Things” jeżdżą w serialu. To są kulturowo supermocne symbole, które znamy już od czasów filmu „ET” i wywołują one bardzo pozytywne konotacje* (Dzięgielewski). Nostalgia, o której wspomina producent kreatywny *Pana Samochodzika*, w zmedializowanych społeczeństwach opiera się na reprodukcji utrwalonych symboli oddziałujących na zbiorową wyobraźnię. Magdalena Saryusz-Wolska nazywa je ikonami przeszłości, które na poziomie indywidualnym i zbiorowym, dzięki wielokrotnym powtórzeniom stają się „ikoną pamięci kolektywnej” (Saryusz-Wolska, 2006, s. 105).

Ikonografia epoki może być stworzona za pomocą charakterystycznego kostiumu, modelu architektonicznego, wzornictwa, ale też znanych w tamtym czasie przedmiotów i marek (samochody, rowery, sprzęt AGD i RTV), które z czasem – po latach – zyskały status kultowych (Urbańska, 2022, s. 195-198). Według reżysera *Pana Samochodzika*, klimat nostalgii zbudowany został za pomocą rekwizytów, takich jak *retro radio, z którego słycać program „Lato z radiem”, samochód głównego bohatera, czyli Fiat 125p połączony z Ursusem w estetyce preppersa z Camel Trophy. Netflix uważał, że to właśnie będą rzeczy, które przyciągną widzów. W filmie widzimy Muzeum Narodowe, które dzięki swojej surowej architekturze kojarzy się ludziom z agenturalnością tamtego okresu. Tytułowy bohater ma skórzaną kurtkę, która mi się zawsze kojarzy z ubecją. Obóz harcerski, dzisiaj może się wydawać archaiczny, ale skauting i harcerstwo jest znakiem tamtego czasu. To są czasem małe symbole, które powinny widza od razu osadzić w tamtych czasach. Z taką partyturą do dyspozycji, mieliśmy nadzieję, że uda nam się ukazać tę epokę tak, jak chcemy, czyli w pewien umowny sposób, jakby wymarzone wakacje* (Nykowski).

Wybór konkretnych symboli, za pomocą których komunikowano okres historyczny – PRL, nie był podyktowany prawdą historyczną w sensie dosłownym, tylko raczej ich bagażem emocjonalnym. Producent kreatywny filmu *Pan Samochodzik i Templariusze* podkreśla, że jego twórcom przyświecał cel wyzwolenia i uruchamiania jedynie emocji pozytywnych, tak jak zrobili to bracia Duffer przy okazji „*Stranger Things*”. *My chcieliśmy iść tą samą drogą, czyli nie odzwierciedlać siemniężności PRL-u, wszechobecnej szarzyzny, bo to wydało nam się nieatrakcyjne. Te lata 70. wydały się nam adekwatne, bo była to chyba najbardziej kolorowa dekada, jeśli chodzi o kraje zza żelaznej kurtyny, gdzie kapitalizm i osiągnięcia zachodniej popkultury zaczęły do nas docierać. I mam nadzieję, że to widać w filmie, widać spodnie wranglery, kurtki skórzane, fascynację Zachodem obecną w tamtym okresie PRL-u. Komunikowaliśmy jasno twórcom zaproszonym do współpracy, zwłaszcza tym przywiązanym szczególnie do prawdy historycznej, tłumaczyliśmy scenografom czy kostiumografom, że nie jest to istotne, czy dany model butów był dostępny w 1971 w Polsce, czy nie, to nas nie interesuje. Ważne było, czy pojawił się on mniej więcej w przybliżonym przedziale czasowym, to było dla nas wystarczające. Nie przywiązywaliśmy się niepotrzebnie do szczegółów, braliśmy wszystko, co wydawało nam się fajne, to, co uruchamiało w nas pozytywne emocje. Jeśli taką rzeczą okazał się turystyczny stolik z aluminiową lamówką, to używaliśmy go (Dzięgielewski). Relacja producenta kreatywnego świadczy o pewnym świadomym zabiegu, mianowicie intencjonalnej reinterpretacji socjalizmu jako doświadczenia skrajnie pozytywnego, co prowadzi z kolei do mitologizacji i sentymentalizacji tego okresu. Wpisuje się to w widoczny nurt w polskiej kulturze popularnej.*

W polskich realiach dokonujące się pod wpływem procesu opisanego przez Dzięgielewskiego odkształcenie przeszłości ma tak silny zasięg, że PRL jest traktowany wręcz jak „gwiazda kultury masowej” (Kapiszewski, 2012). Elementy, które zaburzają konstrukcję tak zbudowanego – mocno uproszczonego – świata, są wyłączone ze zbioru służącego przypomnieniu dawnej rzeczywistości. Opisując te procesy, Violetta Sajkiewicz stwierdza, że życie codzienne w PRL-u podlega współcześnie swoistej muzealizacji. Do głosu dochodzi „mechanizm mitologizacji sentymentalnej” (Sajkiewicz, 2008, s. 31), który należy widzieć w kategoriach mechanizmu obronnego. Wspomnienie doświadczenia komunizmu staje się pewnego rodzaju atrapą, która dopuszcza do głosu jedynie pozytywne emocje. Negatywy – jeśli w ogóle są odnotowywane – ukazywane są w kostiumie absurdu, paradoksu, ironii i groteski. Ta sentymentalna mitologizacja wybrzmiewa wyraźnie również w relacji reżysera filmu *Pan Samochodzik*. Nykowski traktuje tę historię jako *nostalgiczny throwback pamięciowy*, gdzie socjalizm jest *jak wyidealizowane wspomnienie, gdzie odsuwamy na bok ubecję, tyrańskie rządy. W końcu każda*

osoba, która żyła w tamtych czasach, też miała przyjemne wakacje na kajaku, niezależnie od opresyjnego systemu wokół. Liczyłem, że rodzice będą chcieli pokazać swoim dzieciom taką fantazję o tamtym czasie. Oglądając z dziećmi „Pana Samochodzika”, dzisiejsi czterdziestolatkowie mogą się odnieść do doświadczeń z ich młodości, opowiedzieć, jak to jeździli na obozy harcerskie. Nie miał to być wiernie oddany świat z tamtych czasów. Coś jakbym miał zamknąć oczy i przypomnieć sobie swoje wakacje z 1971 roku, jak byłem małym dzieckiem. Taka forma nostalgii też zasługuje na uwzględnienie i na tej nostalgii coś można budować, bez zła, jakie znamy z klasycznego dyskursu. W taki sposób wplotłem polską historię w formułę entertainmentu (Nykowski).

Proces, w którym „Polska Ludowa coraz rzadziej jawi się jako kraj totalitarny, bez swobód demokratycznych, z wszechwładną monopartią na czele”, gdzie „zapomina się, iż była cenzura, dyktatura proletariatu i Służba Bezpieczeństwa niczym nieskrępowana w swoich działaniach” (Pietrasik, 2018), nazywa się niekiedy „kabaretyzacją PRL” – czyli idealizacją obrazu przeszłości. Podlegają temu poszczególne osoby, wydarzenia i całe dekady polskich dziejów powojennych. W przypadku *Pana Samochodzika* proces ten odnosi się konkretnie do epoki gierkowskiej. W tym wymiarze film Nykowskiego odzwierciedla obserwację Witolda Głowackiego, że „gierkowska propaganda sukcesu okazała się najbardziej skuteczna dopiero po upadku komunizmu. (...) Czasy Gierka uważane są – wbrew faktom historycznym – za dekadę dobrobytu” (Głowacki, 2022). Tak rozumiana nostalgia powoduje, że miniony czas jest pamiętany w sposób wybiórczy, a w efekcie dochodzi do silnego upiększenia i idealizacji przeszłości. Prowadzi nas to do wniosku, że *Pan Samochodzik* – jak ujmuje to Sharon Macdonald – sanityzuje przeszłość, „wypierając z pamięci brutalność i zbrodnie reżimu, skupiwszy się w zamian na bezrefleksyjnej i płytkiej konsumpcji określonych produktów oraz kultury popularnej” (Macdonald, 2021, s. 158). W efekcie, w przypadku *Pana Samochodzika*, mamy do czynienia z czysto estetycznym podejściem do przeszłości. Historia jako tło w filmie odtworzona jest na poziomie symbolicznym, nie znajdziemy tu żadnych odwołań do konkretnych historycznych wydarzeń czy postaci. W tym wymiarze odtworzona zostaje jedynie przestrzeń symboliczna. Produkcja *Pan Samochodzik i Templariusze* posiada znamiona zjawisk, które możemy obserwować w polskiej sztuce czy kinematografii, czyli wpisuje się w popularne współcześnie trendy obrazowania okresu PRL-u. We współczesnej polskiej sztuce „Polska Ludowa i jej kultura postrzegane są dziś przede wszystkim jako neutralny aksjologicznie zbiór atrakcyjnych, bo dobrze zakorzenionych w świadomości zbiorowej, symboli wizualnych, klisz językowych, motywów dźwiękowych, powiedzeń i anegdot” (Sajkiewicz, 2008, s. 27).

Twórcy filmu nie rekonstruują faktów historycznych ustalonych przez historyków, nie odtwarzają realnej historii, tylko tworzą „wyobrażone krajobrazy przeszłości, oddając (poprzez kostiumy, scenografię, charakteryzację) wygląd danego okresu historycznego” (Klejsa, 2014, s. 133). W tym aspekcie film w reżyserii Nykowskiego wpisuje się w dominujące obecnie trendy. Jednak, jeśli rozważymy unikalny, jak na chwilę obecną, kontekst emisyjny *Pana Samochodzika*, ujawni się być może specyficzna optyka, którą na twórcach wymusiła globalna strategia dystrybucyjna Netflixa.

5. MARVEL ZZA ŻELAZNEJ KURTYNY – DELOKALIZACJA NOSTALGII

Realizowanie produkcji z myślą o widzu globalnym sprawiło, że środki użyte w filmie *Pan Samochodzik i Templariusze* musiały być czytelne nie tylko dla odbiorcy znającego polską historię i potrafiącego dekodować treści z uwzględnieniem kontekstu Polski Ludowej. Wykorzystane w filmie narzędzia pozwalają na to, by zgodnie z kontekstem globalnego kapitalizmu, także widz zagraniczny odnalazł w prezentowanej narracji pewne symbole, które wpisują się w ogólny kontekst rzeczywistości socjalistycznej. Z relacji Jerzego Dziegielewskiego wyłania się wniosek, że stworzona reprezentacja PRL-u nie wynika z chęci narzucenia określonego sposobu interpretacji tego okresu, a raczej z praktycznego podejścia, w którego centrum jest umożliwienie odczytania filmu widzom o różnym poziomie kompetencji. *Netflix umożliwia polskim twórcom niesamowitą ekspozycję na cały świat. Myśleliśmy o tym globalnym widzu cały czas. Pilnowaliśmy, aby nie zaszywać w filmie informacji, nie dotykać tematów, które byłyby nieczytelne dla międzynarodowego widza. Scenariusz miał kilka wersji i we wcześniejszych wersjach były kwestie dotyczące milicji i SB, ale szybko od tego odeszliśmy. Bo dla widza międzynarodowego to byłby odstraszacz, coś czego on nie zrozumie. A w dzisiejszych czasach, a w streamingu szczególnie, jeśli widz czegoś nie rozumie, rozpocznie oglądanie czegoś innego. Streaming jest pod tym względem dużo bardziej wymagającym środowiskiem niż telewizja linearna, gdzie widz jest zależny od ramówki i godzin rozpoczęcia. W streamingu mamy do czynienia z twardą grą o widza. Z tego powodu zdecydowaliśmy, że ograniczamy wszystkie trudne tematy* (Dziegielewski).

Kontekst globalnej dystrybucji miał zatem znaczący wpływ na reprezentację socjalizmu w filmie, gdzie zmediatyzowany obraz tego okresu musiał być uproszczony i czytelny dla widzów z różnym poziomem kapitału kulturowego i wiedzy pozwalającej zrozumieć świat przedstawiony. Twórcy odwołują się do ogólnego kanonu kulturowego, by swoją narracją wpisać się w przestrzeń

globalnej pamięci zbiorowej na temat socjalizmu, co ma sprawić, że film będzie czytelny dla globalnego widza. Ta filozofia – jak przyznają kostiumografki Kalina Lach i Paulina Sieniarska – wpłynęła na wizualną oprawę filmu w obszarze projektowania kostiumów. *Główny bohater miał być jak męskie archetypy, takie jak James Dean czy Steve McQueen. To był punkt referencyjny, taki Marlboro Man, poszukiwacz skarbów. Jeansy, biały t-shirt, skóra, bardzo ikoniczny. Ciężko byłoby oprzeć Pana Samochodzika na polskich bohaterach, takich jak Borewicz. Film „Pan Samochodzik” miał nie być w stylistyce gospodarki niedoboru, więc ciężko się było odwoływać do jakichkolwiek polskich przykładów z tamtego okresu. W związku z tym odwoływałyśmy się do ikonicznej figury faceta, który jest pewny siebie, przystojny, czerpie inspiracje z Zachodu, ogarnia co to jest moda, jest w nim trochę toksycznej męskości, wie, że dobrze wygląda. Musiałyśmy dopilnować, aby to było wizualnie atrakcyjnie i rozumiane jako atrakcyjne teraz, czytelne, na Netflixie w naszych czasach* (Lach, Sieniarska). W filmie nie ma zatem bezpośrednich odwołań do wizualnego klimatu Polski z okresu socjalizmu, ponieważ wspomniana gospodarka niedoboru nie pasowała do wizji zapożyczonej nostalgii, ale też mogłaby nie być wystarczająco atrakcyjna wizualnie i dobrze odczytana przez globalnego widza. Bezpieczniejszą opcją było użycie symboli kultury popularnej na poziomie globalnym – stylizowanie głównego bohatera w oparciu o takie ikony, jak James Dean czy Steve McQueen, a nie niszowi bohaterowie polskiej popkultury.

Imperatyw, aby film był odczytany na świecie, wpłynął również na reżyserską wizję świata przedstawionego. *Stworzyłem coś, co zaczęliśmy nazywać „Marvel z żelaznej kurtyny”, czyli uniwersum Pana Samochodzika, do którego napisałem całą biblię, składającą się ze szczegółowych opisów postaci, scenografii, rekwizytów. I tak powstał świat Pana Samochodzika, który miał rządzić się swoimi zasadami. Netflix bardzo mocno naciskał, aby film był inkluzywny na poziomie symboliki. Dlatego świetnie wpisywało się w to hasło „Marvel z żelaznej kurtyny”, bo mechanika Marvela jest znana, czyli bierzemy Kapitana Amerykę przykładowo, wrzucamy go do tła drugiej wojny światowej. I wcale dziwnym nie jest, kiedy jakiś gość z tarczą wyskakuje i w dziwnym stroju zaczyna walczyć z nazistowskimi Niemcami. To jest zrozumiałe, bo kontekst drugiej wojny światowej jest łatwy do przyswojenia, a mechanika Marvelowska jest znana. Przy „Panu Samochodziku” było podobnie, to znaczy posługiwaliśmy się takimi symbolami, które mieszczą się w jakimś ogólnym archetypowym podejściu do komunistycznej rzeczywistości z żelaznej kurtyny, a zatem będą czytelne. Główny bohater miał mieć gadżety w stylu Bonda – tą konwencją się kierowałem – ale te jego zasoby musiały być „z żelaznej kurtyny”, czyli używaliśmy tylko przedmiotów, które były w tamtym czasie dostępne* (Nykowski).

Reżyser, tworząc wizję świata przedstawionego, kierował się mechaniką znaną z Filmowego Uniwersum Marvela, gdzie mamy do czynienia z pewnym charakterystycznym stylem oraz wypracowanymi, dobrze rozpoznawalnymi na poziomie globalnym, konwencjami i podstawami świata przedstawionego. MCU nie było jedyną inspiracją reżysera z globalnej kultury popularnej. Znaczącym elementem, który w odczuciu twórców osadza film w epoce socjalizmu, był motyw harcerstwa, nad którym dużo debatowano. Nykowski wspomina, że *harcerstwo było socjalistyczne, ale zastanawialiśmy się, czy międzynarodowy widz zrozumie ten klimat. Postanowiliśmy, że nie będziemy zagłębiać się w ten wątek zbyt, aby nie komplikować sprawy. Ubraliśmy bohaterów w mundurki, bo mundurki działają – pokazał nam to Wes Anderson. Postanowiliśmy zrobić z wątku harcerstwa wizualny hommage do Wesa Andersona, mając nadzieję, że to przejdzie globalnie, że ludzie odczytają te kody kulturowe.*

Nie tylko reżyser wzorował się na zagranicznych produktach kultury audiowizualnej. Podobnie producent kreatywny inspirował się serialem *Stranger Things*, a kostiumografki filmami, takimi jak wczesne produkcje o Jamesie Bondzie czy *Bullitt*. Można zatem stwierdzić, że twórcy filmu, aby dopasować stylistykę *Pana Samochodzika* do ekosystemu emitenta, czyli w tym przypadku globalnego nadawcy w obszarze streamingu, wzorowali świat fikcyjny *Pana Samochodzika* na dobrze znanych globalnemu widzowi produktach kultury audiowizualnej. Ma to znaczące reperkusje dla przedstawionej wizji polskiego socjalizmu, która nie ma wiele wspólnego z prawdą historyczną. Zgodność z realiami tamtego okresu ustąpiła miejsca przystępności i łatwości konsumpcji dla zróżnicowanej widowni globalnej.

Taka optyka sprawia, że możemy mówić o praktyce delokalizacji, którą wymusza ekonomia globalnej dystrybucji. Nie ma bowiem w filmie żadnych identyfikatorów, które bezpośrednio określają miejsce akcji jako Polskę w okresie socjalizmu. Zdjęcia do filmu były realizowane nie tylko w Polsce, ale też na Łotwie, a dokładniej w Rydze i Lipawie. Nie stanowiło to logistycznego wyzwania dla produkcji, gdyż założenie było takie, że Ryga ma udawać Warszawę. *Nie przejmowaliśmy się, realizując zdjęcia w Rydze, że miasto wygląda trochę inaczej niż Warszawa i nie ma tam Pałacu Kultury przykładowo, bo wydzźwięk wizualny, podprogowy sygnał dla publiczności był taki sam, czyli, że to nie jest zachodnia Europa. A to widać w obrazku. Patrzyliśmy głównie na to, czy obraz wygląda jak zza żelaznej kurtyny? I to musiało wystarczyć. Ta rama interpretacyjna „żelazna kurtyna” musiała wystarczyć dla widzów zagranicznych (Nykowski).* Możemy zatem stwierdzić, że globalny kontekst dystrybucji *Pana Samochodzika* w znaczący sposób wpłynął na sposób, w jaki została w filmie sportretowana epoka

socjalizmu. Aby dopasować film do ekosystemu Netflix, świat przedstawiony musiał być czytelny dla każdego widza na świecie, zdelokalizowany i przystępny.

WNIOSKI

Autorzy filmu *Pan Samochodzik i Templariusze* nie skupiają się na przedstawieniu wiernie odtworzonego obrazu minionej rzeczywistości. Poruszają się raczej w przestrzeni symbolicznej, tworząc wyraźnie uproszczony wizerunek świata, będący efektem wybiórczego pamiętania i idealizacji przeszłości. Użyli przy tym symboli o charakterze umownym – odwołujących się do nie tyle do faktów i rzeczywistości, co do skojarzeń i emocji z tą rzeczywistością związanych. Co ważne – chodziło tu o odwołanie się do wyobraźni globalnego widza, będącego w stanie dekodować określone znaki wizualne, co wymagało dodatkowego unikania wyraźnie lokalnych symboli. W dużej mierze przeszłość stała się tu swego rodzaju „kostiumem”, odtworzeniem dawnej scenografii socrealistycznej, która nie ma wyzwalać pogłębionej refleksji.

Do szerokiego spektrum funkcji, jakie może pełnić filmowa reprezentacja historii, czas dodać komercjalizację polskiej historii jako atrakcyjny produkt eksportowy dla globalnego widza, gdzie realia historyczne pełnią funkcję atrakcji wizualnej, pozbawionej wzniosłości i funkcji kulturotwórczej w obszarze polityki historycznej. Taka forma potraktowania polskiej historii nie jest z pewnością pozbawiona wymiaru politycznego, gdyż pokazuje oblicze drapieżnego kapitalizmu, który przeobraża lokalną historię na potrzeby giganta streamingowego w okresie globalizacji. Przeszłość i historia podlegają utowarowieniu w globalnej koniunkturze pamięci, co przejawia się w coraz popularniejszym sloganie *history sells*, a argument o komercyjnym aspekcie *memory boomu* wydaje się adekwatnie opisywać nowe zjawisko w polskiej kinematografii, gdzie ten, kto płaci, kontroluje dyskurs historyczny. Ta krótka rozprawa pokazuje również, że produkcja lokalnych treści na potrzeby globalnej dystrybucji Netflix w niektórych przypadkach wymaga znacznego stopnia *delokalizacji*. W dynamicznym krajobrazie współczesnych mediów, charakteryzującym się skłonnością widza do szybkiej zmiany usług w odpowiedzi na dysonans poznawczy, wykluczanie złożoności fabularnej i tworzenie dzieła o uniwersalnej dostępności to fundamentalne cechy każdej produkcji, która przeznaczona jest do globalnej dystrybucji w streamingu. Twórcy *Pana Samochodzika* świadomie i celowo bazowali na globalnym kanonie kultury, a obraz socjalizmu osadzili w ramie interpretacyjnej globalnej pamięci zbiorowej, licząc, że w ten sposób film stanie się kulturowo przy-

stępny dla globalnej publiczności. Opisane w niniejszym artykule studium przypadku podaje w wątpliwość PR-ową narrację Netflixa, który twierdzi, że polskie seriale i filmy tworzy jedynie dla lokalnej publiczności. Kontekst produkcyjny *Pana Samochodzika* powinien skłonić nas do refleksji, jak *lokalne* są w rzeczywistości polskie produkcje Netflixa?

Zaprezentowana w tym miejscu refleksja może być potraktowana jako zaproszenie do dalszych analiz, w których warto bardziej szczegółowo i kompleksowo skupić się na politycznych kontekstach przedstawiania polskiej rzeczywistości w wydaniu tego serwisu streamingowego. Można zapytać – jaka jest relacja między linią programową Netflixa a polityką historyczną prowadzoną przez rozmaite podmioty, realizujące własne cele i nierzadko konkurujące ze sobą na rynku idei. Interesujące jest to, czy globalny emitent ma w tym obszarze jednolitą strategię i czy stoi ona w opozycji do celów i kierunków lokalnej polityki historycznej, nakierowanej na budowanie, pielęgnowanie lub modelowanie tożsamości określonych grup lub na legitymizowanie władzy czy jej działań. Próba znalezienia odpowiedzi na te pytania wymaga jednak umieszczenia w polu badawczym innych tytułów wyprodukowanych przez Netflix, albowiem analiza tylko jednego z nich – choć dostarczająca nam istotnych wskazówek – nie może rzecz jasna prowadzić do sformułowania ostatecznych wniosków.

BIBLIOGRAFIA

- Boym S. (2019), *Nostalgia jako źródło cierpień*, Ruch Literacki, nr 1, s. 99-112.
- Chwedoruk R. (2018), *Polityka historyczna*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Głowacki W. (22.11.2020), *Gierek, wróć, czyli dziwna polska nostalgia za PRL-em*, Dziennik Łódzki, <https://plus.dzienniklodzki.pl/gierek-wroc-czyli-dziwna-polska-nostalgia-za-prlem/ar/c3-15299717> [dostęp: 15.04.2024].
- Greiner R. (2021), *Cinematic Histospheres. On the Theory and Practice of Historical Films*, Cham: Palgrave Macmillan.
- Huyssen A. (1995), *Twilight Memories: Making Time in a Culture of Amnesia*, New York: Routledge.
- Kapiszewski K. (16.09.2012), *Nostalgia za PRL*, Przegląd, <https://www.tygodnikprzeglad.pl/fascynacja-prl/> [dostęp: 15.04.2024].
- Klejsa K. (2014), *Film*, [w:] M. Saryusz-Wolska, R. Traba (red.), *Modi memorandi. Leksykon kultury pamięci*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 132-134.
- Korzeniewski B. (2014), *Status kreacji filmowych w obrazie przeszłości współczesnych społeczeństw na przykładzie Katynia Andrzeja Wajdy*, [w:] R. Kostro, K. Wóycicki, M. Wysocki (red.), *Historia Polski od-nowa. Nowe narracje historii i muzealne reprezentacje przeszłości*, Warszawa: Muzeum Historii Polski, s. 188-206.
- Macdonald S. (2021), *Krainy pamięci. O dziedzictwie i tożsamości we współczesnej Europie*, tłum. R. Kusek, Kraków: Międzynarodowe Centrum Kultury.

- Pietrasik Z. (20.07.2018), *Dlaczego Polacy tęsknią za PRL?*, Polityka, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/klasykipolityki/1755698,1,dlaczego-polacy-tesknia-za-prl.read>. [dostęp: 15.04.2024].
- Sajkiewicz V. (2008), *Czar (nie)pamięci. Nostalgia za PRL-em w najnowszej sztuce polskiej*, Postscriptum Polonistyczne, nr 2, s. 27-42.
- Saryusz-Wolska M. (2006), *Filmowe obrazy pamięci zbiorowej – perspektywa teoretyczna*, Kultura Współczesna, nr 4, s. 100-109.
- Schwindt O. (25.07.2016), *Stranger Things Tests Limits of Netflix's Nostalgia Strategy*, Variety, <https://variety.com/2016/tv/news/stranger-things-netflix-fullerhouse-nostalgia-strategy-1201822075/> [dostęp: 15.04.2024].
- Sirianni J. (2019), *Nostalgic Things: Stranger Things and the Pervasiveness of Nostalgic Television*, [w:] Kathryn Pallister (red.), *Netflix Nostalgia: Screening the Past on Demand*, Lanham: Lexington Books, s. 185-202.
- Szostak S., Mihelj S. (2017), *Coming to terms with Communist propaganda: Post-communism, memory and generation*, European Journal of Cultural Studies 20, nr 3, s. 324-340.
- Urbańska M. (2022), *Filmowe zarządzanie pamięcią. Kino polskie 2005-2020 o historii najnowszej*, Kraków: Universitas.
- Welzer H. (2001), *Das soziale Gedächtnis*, [w:] H. Welzer (red.), *Das soziale Gedächtnis. Geschichte, Erinnerung, Tradierung*, Hamburg: Institut für Sozialforschung, s. 9-24.
- Werner M. (2014), *Kino, polityka i historia*, [w:] R. Kostro, K. Wóycicki, M. Wysocki (red.), *Historia Polski od-nowa. Nowe narracje historii i muzealne reprezentacje przeszłości*, Warszawa: Muzeum Historii Polski, s. 264-283.
- Whitehead A. (2009), *Memory*, Abingdon: Routledge.
- Włodek P. (2021), *Memory studies i kino nostalgiczne*, Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia de Arte et Educatione, nr 16, s. 53-65.
- Zaborski M. (2011), *Mapy pamięci. Kategoria przeszłości w polskiej kulturze politycznej*, Athenaeum. Polskie Studia Politologiczne, nr 28, s. 210-231.

MARVEL ZZA ŻELAZNEJ KURTYNY – POLSKA HISTORIA W UJĘCIU NETFLIXA

Streszczenie

Filmy są ważnym elementem pamięci publicznej, oddziałują na pamięć – zarówno prywatną, jak i oficjalną. Mogą stanowić arenę sporów o istniejące i niekiedy sprzeczne wersje przeszłości. W globalnej koniunkturze pamięci przeszłość dodatkowo staje się atrakcją programową na pozór pozbawioną kulturotwórczego kapitału politycznego. W artykule, koncentrując się na kontekście produkcyjnym filmu „Pan Samochodzik i Templariusze”, opisano nowy sposób wykorzystania polskiej historii – taki, który pozwala na globalną cyrkulację treści w serwisach streamingowych. Na potrzeby globalnego serwisu Netflix polska historia staje się pozbawionym wymiaru politycznego *kostiumem*, który musi być poddany negocjacjom kulturowym, odnoszącym się w równym stopniu nie tylko do lokalnego widza, ale także do symboliki na poziomie globalnym.

Słowa kluczowe: serwisy streamingowe; polityka historyczna; socjalizm; nostalgia.