Panoptikum 2025, 33: 60-79 https://doi.org/10.26881/Pan.2025.33.05

**Krzysztof Stachowiak**
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
ORCID: 0000-0002 -1257-4090

**Malwina Balcerak**
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
ORCID: 0000-0002-1050-0514

# Festiwal filmowy jako doświadczenie. Uczestnictwo, przestrzeń i lokalny wymiar Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni

## Wprowadzenie

Współczesne wydarzenia kulturalne, zwłaszcza festiwale, coraz częściej postrzegane są nie tylko jako element oferty artystycznej czy turystycznej, lecz jako złożone zjawiska społeczne, ekonomiczne i przestrzenne. Ich znaczenie wykracza poza funkcję rozrywkową czy promocyjną, stają się istotnym narzędziem kształtowania doświadczeń, tożsamości i relacji z miejscem. B. Joseph Pine i James H. Gilmore (1999) zaproponowali ideę gospodarki doświadczeń, jako kolejny etap ewolucji gospodarki po gospodarce towarów i usług, w której kluczowym produktem staje się niezapomniane przeżycie. W tym ujęciu wydarzenia, w szczególności festiwale, nie są tylko usługą czy produktem kulturalnym, ale przede wszystkim platformą do tworzenia intensywnych i osobistych doświadczeń uczestników. Taka perspektywa otwiera nowe możliwości

interpretacyjne, pozwalając analizować festiwale nie tylko jako wydarzenia czasowe, lecz jako przestrzenie współtworzenia znaczeń, emocji i wartości, również w wymiarze ekonomicznym i przestrzennym.

Do tej perspektywy nawiązuje również Jacek Schindler (2019), który proponuje krytyczne spojrzenie na relacje między kulturą a gospodarką z punktu widzenia gospodarki doświadczeń. Zwraca on uwagę, że doświadczenie – jako przedmiot konsumpcji – nabiera dziś charakteru wartości ekonomicznej, stając się jednocześnie mechanizmem transformacji jednostkowych tożsamości. W ujęciu badacza wydarzenia kulturalne funkcjonują jako przestrzenie intensywnego urynkowienia przeżyć, w których splatają się elementy estetyczne, emocjonalne i ekonomiczne. Oznacza to, że uczestnictwo w festiwalu nie ogranicza się do odbioru oferty artystycznej, lecz staje się formą uwewnętrznionej konsumpcji symbolicznej, zorientowanej na kreowanie sensów i doznań podporządkowanych logice rynku.

Zastosowanie koncepcji gospodarki doświadczeń do analizy festiwali filmowych znajduje silne uzasadnienie teoretyczne i praktyczne. Jak zauważa Trine Bille (2012), choć nie wszystkie sektory gospodarki doświadczeń rozwijają się równomiernie, to właśnie kino, turystyka i rozrywka należą do najbardziej dynamicznych. Donald Getz i Stephen J. Page (2016) wskazują natomiast, że festiwale stanowią uprzywilejowane przestrzenie kreowania intensywnych i zróżnicowanych doświadczeń, co czyni tę perspektywę szczególnie przydatną w badaniach wydarzeń filmowych. Gospodarka doświadczeń pozwala uchwycić, w jaki sposób festiwal staje się nośnikiem emocji, znaczeń i wartości – zarówno dla uczestników, jak i dla miasta gospodarza.

Jednocześnie należy zachować krytyczną ostrożność wobec niektórych założeń tej koncepcji. Jak zauważają Getz i Page (2016) oraz Emma Pett (2021), gospodarka doświadczeń, wywodząca się z paradygmatu neoliberalnego, często upraszcza złożoność procesów kulturowych, koncentrując się na komercyjnych aspektach przeżycia i marginalizując rolę twórczego udziału, lokalnych kontekstów i nierówności dostępu. W przypadku wydarzeń filmowych doświadczenie nie jest jedynie „produktem" do sprzedaży, ale także przestrzenią negocjacji tożsamości, relacji społecznych i estetycznych form partycypacji, których wartości nie zawsze dają się przeliczyć na parametry rynkowe. Dlatego analiza festiwalu filmowego wymaga nie tyle prostego zastosowania koncepcji Pine'a i Gilmore'a (1999), ile jej refleksyjnej adaptacji – z uwzględnieniem kontekstu kulturowego, instytucjonalnego i przestrzennego.

Celem artykułu jest konceptualne powiązanie modelu gospodarki doświadczeń z refleksją nad przestrzenią festiwalową, rozumianą nie tylko jako tło wy-

darzenia, lecz jako aktywny współtwórca znaczeń, emocji i praktyk miejskich. Dodatkową uwagę poświęcono krytycznej adaptacji koncepcji gospodarki doświadczeń, podkreślając zróżnicowanie przeżyć festiwalowych oraz ich rolę w kształtowaniu wartości symbolicznych i ekonomicznych miejsca.

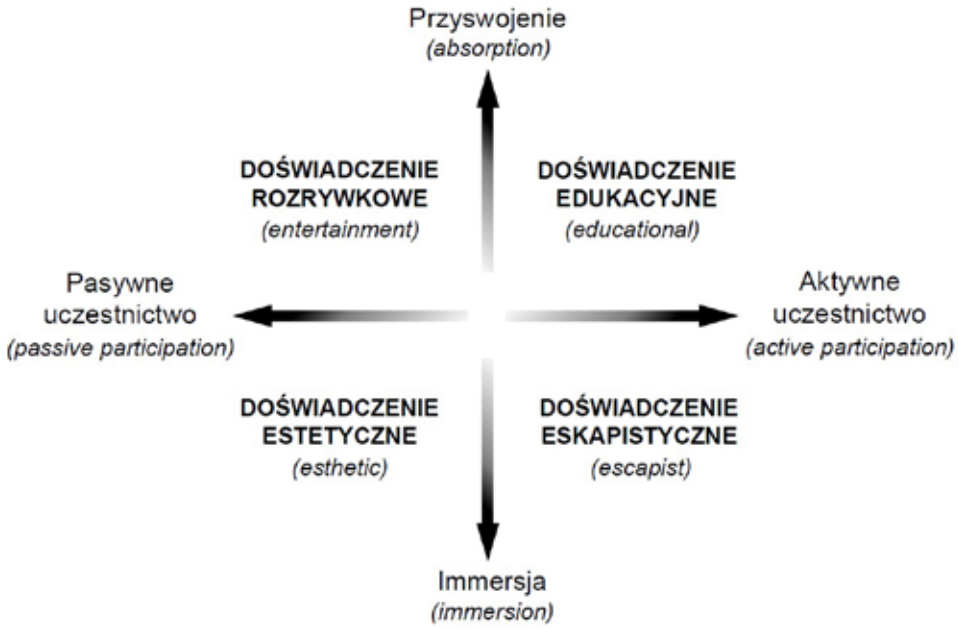
Aby zrealizować ten cel, artykuł podejmuje refleksję nad sposobami doświadczenia wydarzenia kulturalnego w ujęciu gospodarki doświadczeń, koncentrując się na czterech wymiarach zaproponowanych przez Pine'a i Gilmore'a (1999) – rozrywkowym, edukacyjnym, estetycznym oraz eskapistycznym – oraz ich znaczeniu dla lokalnych procesów przestrzennych i ekonomicznych. Przedmiotem zainteresowania jest Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni – jako studium przypadku umożliwiające zbadanie relacji między jakością doświadczenia uczestników a przeobrażeniami miejskimi i zachowaniami konsumenckimi.

W artykule postawiono następujące pytania badawcze:

1. W jaki sposób uczestnicy doświadczają poszczególnych wymiarów festiwalu – rozrywkowego, edukacyjnego, estetycznego i eskapistycznego – oraz jakie motywacje i praktyki są z nimi związane?
2. W jaki sposób festiwalowe doświadczenie wpływa na styl uczestnictwa i codzienne praktyki uczestników w przestrzeni miejskiej?
3. Jak uczestnicy postrzegają i oceniają przestrzeń festiwalową w Gdyni oraz jej wpływ na odbiór wydarzenia?

## Koncepcja gospodarki doświadczeń – ramy teoretyczne

W ostatnich dekadach obserwujemy przesunięcie akcentów w analizie współczesnych wydarzeń – od badań nad ich treścią i formą organizacyjną ku refleksji nad przeżyciem odbiorcy. Jednym z najbardziej wpływowych ujęć tego zwrotu jest koncepcja gospodarki doświadczeń, sformułowana przez Pine'a i Gilmore'a (1999), którzy postulują, że dominującą wartością w gospodarce postindustrialnej staje się nie produkt czy usługa, lecz starannie zaprojektowane, angażujące i zapamiętywalne doświadczenie. Wydarzenia, a szczególnie festiwale, stanowią w tym kontekście uprzywilejowaną formę ekspresji tej logiki, będąc jednocześnie narzędziem oraz nośnikiem przeżyć indywidualnych i zbiorowych. Model ten opiera się na dwóch osiach – aktywności uczestnika oraz rodzaju zaangażowania – które wyznaczają cztery wymiary doświadczenia: rozrywkowe, edukacyjne, estetyczne i eskapistyczne (ryc. 1).




*Ryc. 1. Model czterech wymiarów doświadczenia*
*Źródło: opracowanie własne na podstawie: Pine i Gilmore (1999, s. 45)*

Wymiar doświadczenia rozrywkowego odnosi się do biernego uczestnictwa, którego głównym celem jest zapewnienie przyjemności oraz zaangażowanie uwagi odbiorcy poprzez atrakcyjne bodźce zmysłowe (Pine i Gilmore, 1999). W kontekście festiwalu filmowego dotyczy to przede wszystkim seansów, koncertów i wydarzeń artystycznych, które oferują uczestnikom możliwość zrelaksowania się i emocjonalnego zaangażowania. Choć rola odbiorcy pozostaje głównie obserwacyjna, istotne jest, aby projektowane elementy wydarzenia wzmacniały pozytywne przeżycia i budowały przywiązanie do festiwalu.

Wymiar doświadczenia edukacyjnego opiera się na aktywnym zaangażowaniu uczestnika w proces zdobywania wiedzy i rozwijania kompetencji. Festiwal staje się w tym ujęciu przestrzenią nie tylko odbioru treści, lecz także interakcji, poprzez warsztaty, spotkania z twórcami czy panele dyskusyjne. Tego rodzaju działania sprzyjają samodzielnemu odkrywaniu, pogłębianiu wiedzy oraz tworzeniu wartości edukacyjnej zarówno dla jednostek, jak i dla wspólnoty.

Doświadczenie estetyczne odnosi się do biernego, lecz immersyjnego zanurzenia uczestnika w atmosferze wydarzenia, kształtowanej przez bodźce wizualne, dźwiękowe i przestrzenne. W przypadku festiwalu filmowego estetyka prze-

jawia się m.in. w scenografii, lokalizacji oraz aranżacji przestrzeni, które budują unikalny klimat i wzmacniają emocjonalny odbiór całości wydarzenia.

Doświadczenie eskapistyczne (związane z ucieczką od codzienności) wiąże się z aktywnym uczestnictwem i głębokim zanurzeniem w alternatywną rzeczywistość wydarzenia. Uczestnik staje się współtwórcą przeżycia, co umożliwia mu oderwanie się od codzienności i doświadczenie intensywnych emocji. Jak podkreślają Pine i Gilmore (1999, s. 50), „uczestnicy stają się aktorami, mającymi wpływ na rzeczywisty przebieg wydarzenia". Doświadczenie eskapistyczne pozwala uczestnikowi uciec od codzienności poprzez pełne, fizyczne i emocjonalne zanurzenie w alternatywnej rzeczywistości wydarzenia. W festiwalach filmowych może to obejmować elementy interaktywne, takie jak możliwość udziału w spontanicznych działaniach, interakcje z innymi uczestnikami czy udział w wydarzeniach towarzyszących, które umożliwiają aktywne kształtowanie wspólnej narracji.

W odniesieniu do wydarzeń kulturalnych, a zwłaszcza festiwali, Getz i Page (2016) rozwijają koncepcję gospodarki doświadczeń, akcentując znaczenie angażowania uczestników w opisane wcześniej wymiary przeżycia. Jednocześnie podkreślają, że to nie sama forma organizacyjna, lecz starannie zaprojektowane środowisko wydarzenia umożliwia pełne zaangażowanie, emocjonalną intensywność i oderwanie od codzienności. Wydarzenia te funkcjonują jako przestrzenie liminalne, symbolicznie lub rytualnie wyodrębnione z codziennego życia – w których uczestnicy mogą doświadczyć „innego świata" (Getz i Page, 2016, s. 230), zawieszając codzienne role społeczne i uczestnicząc w przeżyciu o wyjątkowym charakterze. Projektowanie wydarzenia polega na budowaniu symbolicznej oprawy – przestrzennej i narracyjnej – która wzmacnia zanurzenie i sprzyja „efektowi odłączenia". Jak zaznaczają autorzy, każde doświadczenie ma charakter subiektywny i wewnętrzny – „każde wydarzenie będzie doświadczeniem unikalnym dla danej osoby, ponieważ doświadczenia są wewnętrznymi stanami psychologicznymi" (Getz i Page, 2016, s. 11).

Nie bez znaczenia pozostaje także fizyczna lokalizacja wydarzenia, która w istotny sposób wpływa na to, jak uczestnicy przeżywają festiwal. Potwierdza to badanie Marian H. Wooten i Williama C. Normana (2008), w którym wykazano, że uczestnicy przypisywali większe znaczenie miejscu festiwalu niż samej jego tematyce. Wynik ten sugeruje, że otoczenie nie może być traktowane jako element drugorzędny wobec zagadnień związanych z wydarzeniem, lecz że oba te składniki, przestrzeń i treść, współtworzą atrakcyjność festiwalu oraz budują jego znaczenie symboliczne. Sceneria ma zdolność nie tylko wzmacniania narracji tematycznej, ale także samodzielnego generowania znaczeń oraz wartości

emocjonalnej dla odbiorców. W tym kontekście Getz i Page (2016) argumentują, że przestrzeń, w której odbywa się wydarzenie, może być kluczowym czynnikiem kształtującym doświadczenie uczestnika i powinna być postrzegana jako integralny element projektowania wydarzeń festiwalowych.

Wszystkie te elementy, tj. projektowanie przestrzeni, symboliczne oddzielenie od codzienności, emocjonalne zaangażowanie, prowadzą do generowania wartości emocjonalnej, która jest jednym z najważniejszych efektów udanego wydarzenia. Doświadczenie festiwalowe może prowadzić do zmiany w sposobie postrzegania siebie (*personal transformation*) lub otoczenia, ale także do długofalowego wpływu na relacje uczestników z miastem czy regionem, w którym wydarzenie się odbywa (Getz i Page, 2016, s. 353–356). W ten sposób liminalność wydarzeń staje się nie tylko narzędziem do budowania przeżyć, ale również potencjalnie silnym impulsem dla przemian społecznych, przestrzennych i ekonomicznych, będących rezultatem budowania relacji uczestników z przestrzenią i wspólnotą lokalną.

Doświadczenie festiwalowe – szczególnie wtedy, gdy jest pozytywne i angażujące – może wpływać na decyzje uczestników: sprzyjać wydłużaniu pobytu, korzystaniu z lokalnych usług czy budowaniu lojalności wobec miejsca i wydarzenia (Getz i Page, 2016). Jak pokazali Dwayne A. Baker i John L. Crompton (2000), postrzegana jakość wydarzenia, zwłaszcza jego walory emocjonalne i rozrywkowe, znacząco oddziałuje na zamiar powrotu, rekomendacje i akceptację wyższych kosztów uczestnictwa – nawet gdy nie wszystkie elementy wydarzenia są oceniane najwyżej. W rezultacie doświadczenie to może generować lokalne efekty gospodarcze i wzmacniać długofalowe związki uczestników z miastem.

Choć koncepcja gospodarki doświadczeń Pine'a i Gilmore'a (1999) stała się ramą interpretacyjną powszechnie wykorzystywaną w analizie wydarzeń kulturalnych, warto zwrócić uwagę na jej ograniczenia. Jak zauważa Pett (2021), która analizuje kino jako przestrzeń doświadczeniową i bada różnorodne formy uczestnictwa w wydarzeniach filmowych, model ten – zakorzeniony w podejściu marketingowym – nie w pełni oddaje złożoność przeżyć odbiorców w kontekstach kulturowych i przestrzennych. Wskazuje ona, że kino i jego praktyki należały do gospodarki doświadczeń na długo przed ukonstytuowaniem tej koncepcji jako narzędzia analitycznego. Co więcej, Pine i Gilmore (1999) koncentrują się na „projektowaniu" doświadczenia, pomijając często oddolne, spontaniczne i społecznie zakorzenione formy uczestnictwa, które wymykają się prostemu modelowi absorpcji i immersji. Dlatego w analizie wydarzeń takich jak festiwale filmowe, w których łączą się sfery komercyjne, artystyczne i wspólnotowe, bardziej adekwatne wydaje się refleksyjne i krytyczne podejście

do tej koncepcji – uwzględniające różnorodność praktyk uczestnictwa, nierówności w dostępie oraz kontekst lokalny.

## Metody i źródła danych

Aby odpowiedzieć na postawione pytania badawcze przeprowadzono badanie jakościowe, czyli indywidualne wywiady pogłębione (IDIs – *individual in-depth interviews*). Metoda ta polega na bezpośredniej interakcji między respondentem a prowadzącym wywiad, który nadaje rozmowie ogólny kierunek, kładąc szczególny nacisk na konkretne tematy poruszane przez respondenta (Babbie, 2003). Dzięki temu służy ona zbieraniu informacji jakościowej – pozwala na ustalenie zjawisk, które umknęłyby podczas badania narzędziem standaryzowanym (Kotus, 2001). Wywiady charakteryzują się dużą elastycznością – respondent jest zachęcany do swobodnego opisywania swoich doświadczeń, a pytania mogą być zadawane w różnej kolejności lub formułowane w sposób dostosowany do przebiegu rozmowy.

W ramach badania przeprowadzono 59 indywidualnych wywiadów pogłębionych wśród uczestników 49. edycji Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni w dniach 23–28 września 2024 roku. Scenariusz wywiadów obejmował siedem głównych kategorii tematycznych. W niniejszym artykule przedstawiono wyniki dotyczące trzech z nich:

1. Roli festiwalu fimowego w życiu uczestników.
2. Organizacji wydarzenia.
3. Wpływu festiwalu na miasto.

Wśród respondentów liczniejszą grupę stanowiły kobiety, których było 40. Zdecydowana większość uczestników (85%) posiadała wyższe wykształcenie. Największą grupę stanowili respondenci w przedziale 46–55 lat (30,5%), a najmniejszą osoby powyżej 55. roku życia (10,2%). W przedziale 18–25 lat znajdowało się 10 respondentów (16,9%), natomiast w grupie 26–35 lat – 15 osób (25,4%). Znacząca większość uczestniczących w badaniu to osoby pracujące (83,1%), przy czym w próbie znalazły się również osoby uczące się (11,9%), emeryci i renciści (3,4%) oraz jedna osoba niepracująca.

Zebrany materiał został poddany analizie jakościowej, obejmującej cztery etapy. W pierwszej kolejności dokonano identyfikacji wątków tematycznych zgodnych z pytaniami badawczymi. Następnie opracowano zestaw kodów i przypisano je do poszczególnych wypowiedzi. Kodowanie polegało na kategoryzowaniu tekstu poprzez wyodrębnienie spójnych znaczeniowo segmentów odpowiadających okre-

ślonym tematom badawczym (Gibbs, 2011). Do analizy treści odpowiedzi posłużył program Weft QDA.

## Doświadczenie festiwalowe i jego wpływ na rozwój lokalny: wyniki badań

W tej części artykułu przedstawione zostaną wyniki przeprowadzonych indywidualnych wywiadów pogłębionych, dotyczące tego, w jaki sposób uczestnicy Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni doświadczają czterech kluczowych wymiarów doświadczenia festiwalu: rozrywkowego, edukacyjnego, estetycznego oraz eskapistycznego (ucieczki od codzienności). Celem tej części jest uchwycenie, jak te różnorodne aspekty wydarzenia są postrzegane i przeżywane przez uczestników oraz jakie motywacje kierują ich obecnością i aktywnością w przestrzeni festiwalowej. Analiza koncentruje się zarówno na indywidualnych narracjach, jak i powtarzających się wzorcach praktyk, pozwalając zrozumieć, w jaki sposób festiwal funkcjonuje jako wielowymiarowe doświadczenie kulturowe. W analizie wypowiedzi uczestników przyjęto perspektywę skoncentrowaną na przeżywaniu wydarzenia. Doświadczenie festiwalowe traktowane jest tu jako dynamiczna konfiguracja wrażeń, emocji i praktyk, które mogą przybierać różne formy, od biernego odbioru po głębokie zaangażowanie i uczestnictwo. Przestrzeń festiwalu rozumiana jest jako aktywne środowisko współtworzenia tych przeżyć.

### Doświadczenie rozrywkowe

Przeprowadzone w 2023 roku badania dotyczące profilu uczestnika festiwalu filmowego w Gdyni (Festiwal Polskich Filmów Fabularnych, 2024) wskazały, że średnio ogląda on podczas tej imprezy ok. 6,8 filmu, spędzając na festiwalu średnio prawie cztery dni. Pokazuje to, że osoby uczestniczące w gdyńskim festiwalu wykazują się dużą aktywnością przez cały czas jego trwania. FPFF w Gdyni, jako jedna z największych imprez filmowych w Polsce, posiada stałą grupę uczestników, ale potrafi przyciągnąć także nowych widzów. Wielu uczestników ceni festiwal za szeroki wybór filmów, w tym produkcje, które trudno zobaczyć w kinach. Tego rodzaju intensywne, choć niekoniecznie refleksyjne uczestnictwo wskazuje na dominację funkcji rozrywkowej – festiwalowicze skupiają się na odbiorze treści i czerpaniu przyjemności z kontaktu z kulturą. Festiwal staje się dla nich źródłem emocji, relaksu i ucieczki od codziennych obowiązków. Inni traktują wydarzenie jako stały element corocznych planów, co obrazują poniższe wypowiedzi:

> Ogólnie jestem z Gdyni i od dziecka […] chodziliśmy na festiwal. To była taka tradycja. Rok szkolny się zaczynał i szliśmy przeważnie na krótkie

> metraże, [na] filmy dla dzieci. Potem jakoś w liceum też zawsze się chodziło i potem już przez moją przyjaciółkę, która była w klasie filmowej. Kupiła mi akredytację, i tak się wkręciłam, [że] już od kilku lat chodzę. […] Można powiedzieć, że kultywuję tę tradycję chodzenia na festiwal (R11[1]: kobieta, 46–55 lat).

> Dla mnie to jest już jakiś taki […] rytuał i myślę, że gdzieś tam w najbliższych latach się to nie zmieni, więc […] to jest taka moja tradycja. Ja się zawsze śmieję, że nie obchodzę żadnych świąt poza festiwalem w Gdyni (R5: mężczyzna, 36–45 lat).

> To już jest taka świecka tradycja. Przyjeżdżam tutaj prawie od 15 lat. [Z] blisk[a], bo z Gdańska. Ale filmy i kultura zawsze były czymś […], co mnie interesowało (R16: kobieta, 46–55 lat).

Festiwal jawi się w tych wypowiedziach jako czas szczególny, odmienny od codziennego rytmu, symbolicznie wyodrębniony, a udział w imprezie pełni funkcję regularnie powtarzanego rytuału. To pokazuje trwałe przywiązanie i postrzeganie FPFF jako znaczącego punktu odniesienia w życiu uczestnika. Niektórzy traktują festiwal jako przedłużenie wakacji lub ważny punkt w swoim kalendarzu kulturalnym. Starsi widzowie doceniają możliwość aktywnego uczestnictwa w kulturze po przejściu na emeryturę. Dla części widzów to także okazja do nadrobienia zaległości z polskiego kina, z którym na co dzień mają mniejszy kontakt. Tego rodzaju przywiązanie do formy może jednak wzmacniać przewidywalność przeżycia, ograniczając potencjał festiwalu do bycia przestrzenią kontestacji czy innowacji społeczno-kulturowej (por. Pett 2021).

Gdyńska impreza oferuje różnorodne filmy fabularne twórców z całego kraju, łącząc tradycję z nowoczesnym kinem. Przeprowadzone badania wskazały jednak, że niektórzy widzowie chcieliby większej różnorodności w repertuarze, zwłaszcza większej obecności kina gatunkowego, filmów takich jak thrillery, kryminały czy komedie, na co wskazuje m.in. jeden z respondentów:

> Oczekuję czegoś, czego tutaj chyba nie ma i ostatnio w ogóle jest bardzo mało. Myślę, że na festiwalu i w ogóle w kinie polskim jest za mało dobrego kina gatunkowego. […] Mam na myśli thriller, mam na myśli kryminał, mam na myśli komedię. Takie filmy na festiwalach też zdobywają nagrody i na całym świecie dzisiaj [są] niezwykle szanowane. A my tak się troszeczkę dusimy w takim trochę polskim kompleksie, że film musi być artystyczny, musi być raczej smutno (R9: kobieta, 26–35 lat).

[1] Oznaczenie to wskazuje na numer respondenta biorącego udział w badaniu.

Istotne jest również zapewnienie szerokiego przekroju filmów, by unikać wrażenia powtarzalności i zachować różnorodność tematyczną. Inny aspekt, który byłby pożądany, to obecność filmów emocjonalnie angażujących, które nie tylko rozliczają przeszłość, ale także dają nowe spojrzenie na przyszłość:

> Brakuje mi na festiwalu w Gdyni emocjonalnych filmów. Tego bym sobie życzył, żeby właśnie były takie rzeczy, które przerabiają trochę przeszłość i coś może nowego na przyszłość też pokażą (R22: mężczyzna, 46–55 lat).

Tego typu oczekiwania wskazują na silną potrzebę emocjonalnego zaangażowania, lecz jednocześnie mogą wzmacniać presję na dostarczanie przeżyć łatwo przyswajalnych, często podporządkowanych logice efektu i przyjemności, co ogranicza przestrzeń dla kina bardziej wymagającego.

Uczestnicy festiwalu najczęściej wskazywali Konkurs Filmów Krótkometrażowych jako najbardziej interesujące wydarzenie poza Konkursem Głównym. Ubolewają jednak nad tym, że często nie mają czasu obejrzeć filmów z tej sekcji – a seansów jest niewiele. Wielu respondentów ceni także nową kategorię Perspektywy, dostrzegając jej wartość dla młodych twórców i oryginalne podejście do kinematografii.

Spotkania z twórcami i aktorami były kolejnym często wymienianym wydarzeniem, które wzbogaca doświadczenie festiwalowe. Niektórzy uczestnicy chętnie oglądają klasykę polskiego kina, podkreślając unikalność możliwości zobaczenia starszych filmów na dużym ekranie:

> Wydaje mi się, że ta nowa kategoria jest ciekawa, „Perspektywy", dobrze pamiętam? Jest interesująca, na pewno kilka filmów z tej puli jest dla mnie ciekawych, w ogóle sama koncepcja. Na pewno te krótkie formy, przez to, że gdzieś tam sam będę poszukiwał własnych inspiracji i [możliwości] zrealizowania własnych krótkich filmów, toteż te krótsze metraże mnie pochłaniają i bardzo się cieszę, że one tutaj są (R18: mężczyzna, 26–35 lat).

Festiwal w Gdyni wywołuje szeroką gamę emocji, od ciekawości po wzruszenie i ekscytację. Projekcje dostarczają przeróżnych wrażeń – niektóre filmy poruszają, inne zaskakują swoją świeżością i nowatorstwem. Festiwal buduje poczucie wspólnoty, a także tworzy magiczną atmosferę. Emocje zmieniają się dynamicznie – od radości po frustrację, w zależności od oglądanych filmów i festiwalowych doświadczeń. To także czas intensywnych przeżyć – zarówno na poziomie filmowym, jak i społecznym. Emocjonalne doświadczanie festiwalu potwierdzają poniższe wypowiedzi:

> Od frustracji po radość. Cała gama emocji. I to jest właśnie to, dlaczego człowiek tu przychodzi (R11: kobieta, 46–55 lat).

> Na pewno wzruszenia, na pewno zaskoczenia. Te filmy, które obejrzałem, były bardzo takie ożywcze, świeże, więc to było fajne. Na pewno czuję się taki podekscytowany, to jest też coś, co mi towarzyszy (R18: mężczyzna, 26–35 lat).

Uczestnicy podkreślają także wyjątkowy klimat wydarzenia, który sprawia, że festiwal staje się czymś więcej niż tylko serią pokazów filmowych. Wspólne rozmowy z innymi (często obcymi sobie) uczestnikami, spotkania i wydarzenia towarzyszące wzmacniają poczucie bliskości i zaangażowania. Całość składa się na tydzień pełen niezapomnianych emocji i przeżyć:

> Totalnie się zakochałam [w tej atmosferze, filmach i całej organizacji], więc będę jeździła na pewno co roku (R4: kobieta, 36–45 lat).

> Klimat to twórcy i ludzie, którzy ten festiwal organizują, […] powiedziałbym kameralny, bo tak go traktuję, jeżeli chodzi o bliskość z twórcami i nawet wielkość sali i tak dalej (R12: mężczyzna, 26–35 lat).

Wyjątkowa oprawa wizualna, lokalizacja wydarzenia i jego scenografia budują silne poczucie immersji. Przestrzeń przestaje być jedynie tłem, a staje się integralną częścią przeżycia – wpływa na nastrój i jakość odbioru. Niektórzy festiwalowicze traktują FPFF jako sposób na wspólne przeżywanie kultury i uczestnictwo w filmowej społeczności. Możliwość spotkań z twórcami i pogłębione dyskusje o filmach z innymi uczestnikami rozszerzają doświadczenie rozrywkowe o społeczną wartość festiwalu jako przestrzeni relacji międzyludzkich i wspólnego spędzania czasu, co wzmacnia zaangażowanie uczestników:

> Podoba mi się taki ruch, ta atmosfera. Ja nie chodzę tam sama, chodzę z koleżankami.

> I to chyba dla mnie jest tylko takie wydarzenie towarzyskie. Takie, że przez cały tydzień się spotykamy, dzień po dniu rozmawiamy sobie o tych filmach, wspólnie je oglądamy. […] Więc mnie przyciąga […] po prostu […] życie towarzyskie wokół [tej imprezy] (R48: kobieta, 18–25 lat).

Wydarzenie sprzyja też nawiązywaniu znajomości z innymi pasjonatami kina:

> Można poznać nowe osoby, można rozmawiać dużo na temat filmów, jakie tutaj obejrzymy (R55: mężczyzna, 26–35 lat).

> Nawiązywanie nowych znajomości, poznawanie ludzi. To jest ogromna korzyść uczestnictwa w tym festiwalu. (R41: mężczyzna, 46–55 lat). FPFF w Gdyni oferuje intensywne przeżycia filmowe, umożliwia zbliżenie się do świata kina i twórców. Ma także niepowtarzalny charakter, który

> sprawia, że chce się tam wracać. Wydarzenie staje się nie tylko przestrzenią kontaktu z kulturą i filmem, lecz również wyjątkową formą doświadczenia rozrywki, angażującą i pełną pozytywnych emocji. To właśnie m.in. ten rozrywkowy wymiar sprawia, że dla wielu osób festiwal staje się nieodłącznym, wyczekiwanym momentem w roku. Dla wielu uczestników to po prostu przyjemnie spędzony czas, który nie wymaga doszukiwania się konkretnych korzyści.

Warto jednak zauważyć, że dominacja rozrywkowego aspektu festiwalu, choć atrakcyjna dla szerokiej publiczności, może prowadzić do uproszczenia doświadczenia uczestnictwa. Jak podkreśla Pett (2021), logika gospodarki doświadczeń często sprzyja komercjalizacji przeżycia i jego estetyzacji, marginalizując nieformalne, oddolne formy uczestnictwa i krytycznego zaangażowania. W przypadku FPFF widoczna jest pewna standaryzacja rytuałów festiwalowych, która może wzmacniać powtarzalność i konformizm, zamiast wspierać różnorodność przeżywania kultury.

## Doświadczenie edukacyjne

Festiwal Polskich Filmów Fabularnych to nie tylko rozrywka, lecz także cenna przestrzeń do poszerzania wiedzy i rozwijania umiejętności. Beneficjentów edukacyjnego wymiaru doświadczenia festiwalu można podzielić na dwie grupy. Po pierwsze są to osoby z branży filmowej, dla których festiwal pełni funkcję rozwojową – uczestnictwo w warsztatach czy panelach pozwala im poszerzać wiedzę i kompetencje zawodowe:

> Jestem scenarzystką, początkującą, i uważam, że to jest takie miejsce, które warto odwiedzić, żeby zobaczyć, co się dzieje w branży […]. W tym roku jeszcze dodatkowo brałam udział w warsztatach. Tutaj po prostu mieliśmy zaplanowane też wydarzenia, więc to jeszcze tak mnie przyciągnęło (R45: kobieta, 26–35 lat).

Edukacyjne doświadczenia są tym silniejsze, im bardziej uczestnik wchodzi w rolę aktywnego „ucznia", przyswajając wiedzę nie tylko poprzez słuchanie, ale i praktykę. Wszelkiego rodzaju warsztaty i inne wydarzenia branżowe podczas festiwalu w Gdyni doskonale to ilustrują, wspierając jednocześnie rozwój zawodowy i osobisty. FPFF to również platforma dla wymiany doświadczeń, która umożliwia budowanie sieci kontaktów. Pine i Gilmore (1999) zwracają uwagę, że edukacyjny wymiar doświadczenia kultury często zachodzi poprzez interakcję z innymi uczestnikami i praktykami. Nieformalne rozmowy o tzw. networkingu mogą być równie cenne jak zaplanowane wykłady.

Jednocześnie wśród uczestników występuje potrzeba większej transparentności co do dostępności takich wydarzeń (niekoniecznie dla osób z branży):

> Wiem, że jest coś takiego jak Gdynia Industry, ale nawet nie wiem, czy ja, posiadając karnet, mam na to wstęp. […] Mnie coś takiego by interesowało (R50: mężczyzna, 46–55 lat).

Taka sytuacja pokazuje, że komponenty edukacyjne bywają słabiej dostępne dla mniej zorientowanych uczestników, co może pogłębiać symboliczne wykluczenie i hierarchizację odbiorców festiwalu. Wypowiedź mężczyzny wskazuje na potrzebę większej czytelności informacji o wydarzeniach edukacyjnych. Niektórzy festiwalowicze wyrażają zainteresowanie konkretnymi tematami (np. scenopisarstwo, montaż, efekty specjalne), pokazując, że tego typu wydarzenia stanowią realną wartość dodaną. Brak przejrzystości dostępu do komponentów edukacyjnych obniża ich efektywność. Doświadczenie edukacyjne wymaga świadomego wyboru i zaangażowania – ale niezbędne są jasna informacja i dostępność. W przeciwnym razie edukacja pozostaje potencjalną, a nie realną wartością.

Wielokrotnie powtarza się, że FPFF nie jest wyłącznie wydarzeniem dla branży. Stąd drugą grupą, która doświadcza edukacyjnego wymiaru festiwalu, są także – a może przede wszystkim – uczestnicy niezwiązani zawodowo z branżą filmową. Gdyńska impreza daje możliwość obejrzenia przedpremierowo wielu polskich filmów, co pozwala lepiej orientować się w nadchodzących premierach. Festiwal wzbogaca wiedzę filmową i dostarcza inspiracji:

> Moja wiedza filmowa bardzo się zwiększyła od czasu, kiedy pierwszy raz pojawiłam się na festiwalu. Jestem w stanie się wypowiedzieć i w ogóle interesuję się bardziej tematem (R11: kobieta, 46–55 lat).

> Jestem miłośnikiem kina, polskiego […] również. Szczególnie w takim wydaniu właśnie festiwalowym, czyli niekoniecznie mainstreamowym, bo wiele doskonałych filmów, które widzę na festiwalu, później [jest] niedostępn[ych] w kinach (R12: mężczyzna, 36–45 lat).

Niektórzy traktują festiwal jako sposób na wspólne przeżywanie kultury i uczestnictwo w filmowej społeczności.

> Tu jest zupełnie inna publiczność. Nagromadzenie ludzi, którzy naprawdę chcą, którzy przeżywają, którzy rozmawiają o tym (R26: kobieta, 18 lat).

Uczestnik nie tylko biernie ogląda, ale angażuje się w dyskusję. To świadczy o głębokim poznawczym przeżyciu, którego celem są zrozumienie i dialog.

Spotkania z twórcami, które odbywają się podczas festiwalu w Gdyni, stanowią jedno z kluczowych wydarzeń wspierających rozwój jego wymiaru edukacyjnego. Pomagają one lepiej zrozumieć filmy i poznać kulisy ich powstawania:

> Dla mnie bardzo ciekawe są spotkania z twórcami po filmach. Ciekawie jest posłuchać, co oni mają do powiedzenia. I to też świadczy o szacunku dla widza, że nie tylko idziemy na pokaz prasowy, nie tylko idziemy na spotkanie branżowe, ale idziemy na spotkanie ze zwykłym widzem (R24: kobieta, 46–55 lat).

Wypowiedź ta podkreśla wartość merytoryczną spotkań z twórcami – są one przestrzenią do zdobywania wiedzy, inspiracji i kontaktu z procesem twórczym, także w aspekcie technicznym powstawania dzieła filmowego (np. rozmowy z operatorami czy dźwiękowcami). Doświadczenie edukacyjne polega na aktywnym zaangażowaniu uczestnika w proces poznawczy. Tu uczestnik festiwalu zyskuje dostęp do wiedzy z pierwszej ręki, co zmienia jego pozycję z biernego odbiorcy na świadomego uczestnika. Możliwość spotkania z twórcami nadaje festiwalowi wyjątkowego charakteru.

FPFF niewątpliwie wpływa na festiwalowiczów, dostarczając im intensywnych emocji i refleksji – nad filmem czy też nad własnym życiem. Umożliwia odkrywanie nowych form narracji i zmian zachodzących w polskim kinie, to zaś daje poczucie uczestniczenia w jego ewolucji, ale również w rozwoju festiwalu:

> Czuję się jakby częścią jakiegoś bardzo ważnego wydarzenia. Dużo się tutaj uczę, naprawdę, mimo że to jest też czas, który spędzam sama ze sobą, […] dużo refleksji, dużo wniosków (R4: kobieta, 36–45 lat).

> Tutaj, jak idzie się do Teatru Muzycznego, i często nawet aktorzy i w ogóle cała produkcja ogląda[ją] film po raz pierwszy, to człowiek czuje się częścią tego sukcesu (R11: kobieta, 46–55 lat).

Festiwalowa atmosfera sprawia, że widzowie czują się częścią ważnego wydarzenia kulturalnego. Często zmienia to podejście uczestników do filmu i wzmacnia filmową pasję. To przykład edukacji immersyjnej – festiwalowicz nie tylko zdobywa wiedzę, ale też przeżywa ją emocjonalnie. Można powiedzieć, że edukacyjne doświadczenie nabiera mocy, gdy łączy się z osobistym zaangażowaniem, emocją i interakcją.

Wielu widzów zaczęło oglądać więcej polskich filmów niż wcześniej, doceniając twórców krajowych. Niektórzy uczestnicy podkreślają, że festiwal daje im szansę na niespodziewane odkrycia filmowe, których normalnie by nie doświadczyli:

> To jest jedyna możliwość zobaczenia, co jest nowego w polskim kinie, zwłaszcza że ja mam słaby dostęp do polskiego kina za granicą (R53: mężczyzna, 46–55 lat).

W przeciwieństwie do publiczności standardowego seansu kinowego publiczność festiwalowa jest świadoma i zaangażowana – raczej nikt tu nie przychodzi przypadkowo, ale najczęściej z pasji do filmu. Seanse są intensywniejsze – filmy ogląda się jeden po drugim, co potrafi być fizycznie męczące, ale jednocześnie wciąga i angażuje widza. Wydarzeniu towarzyszy poczucie ekskluzywności. Festiwalowa atmosfera obejmuje także wystawy i wydarzenia towarzyszące, które wzbogacają doświadczenie. Ostatecznie to święto kina, które pozwala nie tylko oglądać filmy, ale też je przeżywać, analizować i współtworzyć filmową rzeczywistość.

## Doświadczenie estetyczne

Festiwal w Gdyni przyciąga widzów z różnych powodów, ale wśród najczęściej wymienianych są: miłość do kina, unikalna atmosfera imprezy i tradycja przyjeżdżania na festiwal. Uczestnictwo w FPFF w Gdyni różni się od zwykłego wyjścia do kina przede wszystkim nastrojem, poczuciem wspólnoty i wyjątkowości wydarzenia. Poniższa wypowiedź wskazuje na to, że uczestnik zanurza się w całe otoczenie, co wpisuje się w estetyczne, immersyjne doświadczenie.

> Ta atmosfera właśnie, [wydarzenia w] Teatrze Muzycznym […], wystawy różne, to wszystko należy do […] festiwalu. I nie tylko […] film w kinie, […] wszystko, co dookoła, […] podoba mi się (R21: mężczyzna, 46–55).

Wielu uczestników wskazuje jednak na pewien dysonans w kontekście estetycznego doświadczania festiwalu w Centrum Handlowym Riviera, w którym znajduje się kino Helios – główny obiekt FPFF w Gdyni. Konsekwentnie podkreśla się brak spójności estetycznej i niedostatki atmosfery, które wynikają z rozbieżności pomiędzy przestrzenią festiwalu a jego rangą:

> To, co jest teraz w Rivierze, w centrum handlowym – to kompletnie zabija klimat. Wychodzi się z sali kinowej galerii handlowej do ludzi, którzy kupowali sobie przed chwilą np. parę skarpetek […]. Więc ten klimat został chyba tylko wyłącznie w Teatrze Muzycznym i ewentualnie […] w Gdyńskim Centrum Filmowym (R5: mężczyzna, 36–45 lat).

> Ja uwielbiam to też w tym festiwalu, że on ma ogromny potencjał, jeżeli chodzi o przestrzeń. Teatr Muzyczny, Gdyńskie Centrum Filmowe i to miasteczko festiwalowe pomiędzy (R49: kobieta, 18–25 lat).

Wypowiedzi te wskazują na różnicę w „klimacie wydarzenia" pomiędzy Gdyńskim Centrum Filmowym i Teatrem Muzycznym a kinem Helios w centrum handlowym. Te dwa pierwsze postrzegane są jako miejsca z duszą, kulturowo nasycone. Natomiast przestrzeń w galerii handlowej ma być pozbawiona festiwalowej atmosfery, zbyt codzienna, komercyjna. Obecność przestrzeni handlowych w strukturze festiwalu ilustruje, jak łatwo doświadczenie kultury zostaje wchłonięte przez mechanizmy konsumpcji, zacierając granice między sferą estetyczną a komercyjną. Przede wszystkim negatywne wypowiedzi odnoszą się do problematycznej przestrzeni „Sceny Riviera", gdzie odbywają się spotkania z twórcami. Została ona opisana jako miejsce „nieodpowiednie do powagi festiwalu":

> Te rozmowy z twórcami – wydaje mi się, że to też nie było fajne dla samych twórców, bo […] scena [stała] naprzeciwko kawiarni i było po prostu głośno. Szum ekspresu do kawy przeszkadzał, potem z lewej i z prawej strony chodzili ludzie, którzy nie mieli nic wspólnego z festiwalem i zbytnio nie przejmowali się tym wydarzeniem, krzycząc coś jeden do drugiego (R36: kobieta, 18–25 lat).

> Z takich mankamentów to te spotkania z twórcami […] na Scenie Riviera. One [odbywają się] gdzieś pomiędzy poszczególnymi sklepami i ludźmi, którzy […] przypadkowo się pojawiają z jedzeniem, więc to pewnie trochę odbiera […] magii tych spotkań (R31: kobieta 26–35 lat).

Według respondentów miejsce to nie stwarza odpowiedniego klimatu dla spotkań z twórcami, zarówno z perspektywy publiczności, jak i artystów. Estetyczne doświadczenie zostało zakłócone przez nieharmonijne połączenie przestrzeni komercyjnej (centrum handlowe, kawiarnia) z przestrzenią festiwalową. Zamiast tworzyć atmosferę skupienia i celebracji sztuki, miejsce dawało wrażenie przypadkowości i chaosu. Jeden z uczestników badania zarekomendował, by spotkania przenieść do przestrzeni kinowej (jak miało to miejsce w poprzednich latach), w której odbywają się zarówno seanse, jak i rozmowy – co zapewniłoby ciągłość i dodało dramaturgii wydarzeniu oraz wzmacniałoby poczucie wyjątkowości uczestnictwa w imprezie. Jak wskazują wypowiedzi, estetyka przestrzeni wpływa na postrzeganie jakości całego festiwalu. Uczestnicy dostrzegają większą wartość w wydarzeniu, które zachowuje wizualną, dźwiękową i symboliczną spójność. Co więcej, jedna z wypowiedzi porusza problem braku klarownej informacji o funkcjonowaniu Sceny Riviera. W samym centrum handlowym brakuje widocznych oznaczeń i jasnych komunikatów o dostępności i lokalizacji przestrzeni festiwalowej. Brak spójnej nawigacji i informacji wpływa negatywnie na doświadczenie festiwalu – uczestnik czuje się zagubiony, co obniża jego komfort i odbiór imprezy.

Lokalizacja festiwalu i jej symboliczne znaczenie odgrywają kluczową rolę w budowaniu jego atmosfery – według respondentów przestrzeń powinna podkreślać wyjątkowość i rangę wydarzenia. Jednak nawet przestrzenie o silnym ładunku symbolicznym mogą być reprodukowane w sposób niekrytyczny, wzmacniając istniejące narracje o festiwalu jako „produkcie miejskim", służącym bardziej promocji miejsca niż kulturowej emancypacji. Wszystkie wypowiedzi wyraźnie pokazują, że estetyczne doświadczenie festiwalu jest uwarunkowane: spójnością przestrzenną i dźwiękową, symbolicznym charakterem lokalizacji, czytelnością organizacyjną oraz ogólnym klimatem sprzyjającym skupieniu i celebrowaniu kultury.

Festiwal w Gdyni wyróżnia się wyjątkowym położeniem, co niewątpliwie wpływa na jego estetyczne doświadczanie. Bliskość morza, wrześniowa aura i wakacyjny jeszcze klimat nadają mu niepowtarzalny charakter. Wielu respondentów uważa bliskość morza za ogromną zaletę, podkreślając jego wpływ na atmosferę wydarzenia i możliwość odpoczynku między seansami. Niektórzy jednak przyznają, że mimo atrakcyjnej lokalizacji rzadko korzystają z plaży, skupiając się głównie na oglądaniu filmów. Wskazują, że intensywny harmonogram festiwalu ogranicza czas na eksplorowanie nadmorskich uroków Gdyni. Jednocześnie podkreślają, że samo miasto jest świetnie przystosowane do organizacji wydarzenia, oferując dogodną infrastrukturę i małe odległości między miejscami festiwalowymi. Niektórzy traktują Gdynię jako integralną część festiwalu, uznając, że jego przeniesienie do innego miasta negatywnie wpłynęłoby na jego tożsamość:

> Festiwal kojarzy się z Gdynią. I uważam, jako Gdynianka, że to jest bardzo duża część naszej tożsamości. […] Nie powinno się tego zmieniać. Bo festiwal też wtedy straciłby swoją tożsamość. To jest taka symbioza (R11: kobieta, 46–55 lat).

Pojawiają się też bardzo nieliczne głosy, że choć festiwal w Gdyni ma swój urok, to dla niektórych jego nadmorskie usytuowanie nie ma większego znaczenia. Niemniej jednak wielu respondentów wskazuje, że miasto jest w pewnym sensie wizualnym tłem dla wydarzenia, a rytm życia Gdyni ulega na czas imprezy zmianie, co wzmacnia wrażenie zanurzenia się uczestnika w festiwal.

### Doświadczenie eskapistyczne (ucieczki od codzienności)

Festiwal w Gdyni to czas, kiedy można oderwać się od codzienności, zanurzyć w świecie opowieści, a jednocześnie cieszyć atmosferą wspólnego świętowania:

> W pewien sposób to czuję się trochę taka oderwana od rzeczywistości w tym momencie, bo faktycznie tutaj, jak się jest jeszcze z karnetem, gdzie tak naprawdę można chodzić [na] film za filmem, to się wchodzi po prostu

> w tę rzeczywistość. Nawet nie wiem, co się dzieje teraz w moim telefonie (R34: kobieta, 26–35 lat).

Festiwal jest przestrzenią oderwania od rutyny, pracy czy codziennych obowiązków. Takie doświadczenie, choć wartościowe z perspektywy jednostki, może zarazem maskować społeczne nierówności w dostępie do wydarzeń kultury. Doświadczenie eskapistyczne staje się przywilejem tych, którzy mogą sobie pozwolić na uczestnictwo w wyselekcjonowanym świecie przeżyć. Udział w wydarzeniu ma też w pewnym sensie wartość regeneracyjną dla zdrowia psychicznego:

> Ten czas festiwalowy jest takim czasem świętym, więc tak się czuję luksusowo, bo mogę nic nie robić i mieć takie całkowite oderwanie i się po prostu [w to wszystko] zanurzyć (R47: kobieta, 46–55 lat).

> Dla mnie to jest takie trochę wejście […] jak do bajki (R40: kobieta, 36–45 lat).

Druga wypowiedź, będąca swoistą metaforą, ukazuje festiwal jako przestrzeń oderwaną od rzeczywistości, w którą można się zagłębić niczym w alternatywny świat. Taka narracja odpowiada koncepcji doświadczenia eskapistycznego jako przejścia do świata przeżyć, emocji i fantazji. Wypowiedzi uczestników festiwalu filmowego w Gdyni wskazują często na intensywnie emocjonalny odbiór tego wydarzenia, co świadczy o głębokim zanurzeniu się w jego doświadczanie. Emocje te mogą prowadzić do osobistej transformacji i dostarczyć przeżyć, które zostają z uczestnikiem na długo po zakończeniu imprezy.

Co więcej, w wypowiedziach respondentów pojawia się element zaangażowania symbolicznego – nawet bierny uczestnik ma poczucie wpływu na imprezę (np. przez głosowanie w ramach nagrody publiczności). To buduje poczucie przynależności i unikalności doświadczenia, na co już wyżej zwracano uwagę. Następuje swego rodzaju przejście z pozycji biernego widza do aktywnego uczestnika wydarzenia. Festiwalowicz czuje się zaangażowany w premierowe projekcje i związany z twórcami, co wzmacnia poczucie współuczestnictwa i wpływu na atmosferę wydarzenia, a to z kolei potęguje oderwanie jego myśli od rzeczywistości.

Branie udziału w seansach oraz w wydarzeniach towarzyszących pozwala na budowanie wspólnoty i narracji z innymi uczestnikami. Tego typu działania pogłębiają immersję i umożliwiają bardziej aktywne uczestnictwo, oddalające uczestnika od codzienności, tworząc przy tym „przestrzeń eskapistyczną".

## Podsumowanie

Festiwal filmowy w Gdyni stanowi złożoną przestrzeń doświadczeń, wykraczającą poza ramy typowego wydarzenia kulturalnego. Jak pokazała analiza narracji uczestników, impreza angażuje odbiorców na wielu poziomach, tworząc dynamiczną konfigurację emocji, znaczeń oraz interakcji społecznych i przestrzennych. Uczestnicy nie tylko biernie konsumują treści filmowe, lecz także aktywnie współtworzą atmosferę festiwalową poprzez własne praktyki, interakcje i rytuały, które wyrażają się zarówno w intensywności przeżywania, jak i w powtarzalności uczestnictwa. Festiwal staje się przestrzenią performatywną, w której estetyka wydarzenia, możliwość edukacji, elementy rozrywkowe oraz eskapistyczne oderwanie od codzienności splatają się w unikalne doświadczenia, będące dla wielu uczestników ważnym punktem odniesienia w życiu osobistym i społecznym.

Zastosowanie koncepcji gospodarki doświadczeń pozwoliło uchwycić sposób, w jaki wydarzenie to kształtuje relacje jednostek z przestrzenią i kulturą. Jednocześnie badanie ujawniło ryzyka związane z komercjalizacją przeżyć i ich standaryzacją. Przykład umiejscowienia festiwalu w przestrzeni centrum handlowego wskazuje, że nawet uzasadnione decyzje organizacyjne mogą w niezamierzony sposób wzmacniać wrażenie zawłaszczenia kultury przez dominację konsumpcyjnych wzorców. Również intensyfikacja emocjonalnych bodźców może prowadzić do uproszczenia form uczestnictwa, osłabiając potencjał krytycznej refleksji. W tym kontekście warto postulować rozwój takich praktyk programowych i przestrzennych, które wspierałyby większą różnorodność form uczestnictwa.

Ostatecznie Festiwal Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni jawi się jako przestrzeń znaczeń i negocjacji – miejsce, w którym przeplatają się osobiste emocje, społeczne rytuały i lokalne tożsamości. To złożone zjawisko przestrzenno-kulturowe nie tylko wzmacnia relację uczestników z miastem, lecz także otwiera pole do refleksji nad współczesnymi formami uczestnictwa w kulturze. W tym świetle festiwal może być postrzegany jako swoista soczewka, w której skupiają się napięcia między rynkowym charakterem wydarzeń a potrzebą autentycznego, zakorzenionego w lokalności przeżycia kultury, wymagającego nie tylko sprawnej organizacji, lecz także kulturowej wrażliwości i refleksyjnego projektowania przestrzeni doświadczenia.

## Bibliografia

Babbie, E. (2003). *Badania społeczne w praktyce*, przeł. W. Betkiewicz i in., red. nauk. A. Kloskowska-Dudzińska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Baker, D.A., Crompton, J.L. (2000). *Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions*. „Annals of Tourism Research", Vol. 27, No. 3.

Bille, T. (2012). *The Scandinavian Approach to the Experience Economy – Does It Make Sense?.* „International Journal of Cultural Policy", Vol. 18, No. 1.

Getz, D., Page, S.J. (2016). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events.* Abingdon: Routledge.

Gibbs, G. (2011). *Analizowanie danych jakościowych*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Festiwal Polskich Filmów Fabularnych (2024). *Kim jest gdyński festiwalowicz? Wyniki badania widowni 48. FPFF w Gdyni*. https://festiwalgdynia.pl/aktualnosci/kim-jest-gdynski-festiwalowicz-wyniki-badania-widowni-48-ffpf-w-gdyni/ [dostęp: 1.04.2025].

Kotus, J. (2001). *Badania socjologiczne w poznaniu struktur i procesów społecznych dla potrzeb gospodarki przestrzennej*, [w:] H. Rogacki (red.), *Koncepcje teoretyczne i metody badań geografii społeczno-ekonomicznej i gospodarki przestrzennej.* Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe.

Pett, E. (2021). *Experiencing Cinema: Participatory Film Cultures, Immersive Media and the Experience Economy.* New York: Bloomsbury Academic.

Pine, B.J., Gilmore, J.H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage.* Boston: Harvard Business School Press.

Schindler, J. (2019). *Kultura i gospodarka z perspektywy gospodarki doświadczeń*. „Prace Kulturoznawcze", t. 23, nr 1.

Wooten, M.H., Norman, W.C. (2008). *Interpreting and Managing Special Events and Festivals*, [w:] A.G. Woodside, D. Martin (eds), *Tourism Management: Analysis, Behaviour and Strategy.* Cambridge, MA: CABI.

## Abstract

The purpose of this article is to conceptually link the experience economy model with a reflection on festival space, understood not merely as the backdrop to an event, but as an active co-creator of meanings, emotions, and urban practices. The article examines the Gdynia Film Festival through the lens of the experience economy, focusing on four key dimensions: entertainment, educational, esthetic, and escapist. The festival is more than just a cultural event – it functions as a space for emotional engagement, identity formation, and social interaction. Based on 59 in-depth interviews, the study reveals that attendees value the unique atmosphere, film selection, and opportunities for learning and connection. Particular attention is given to a critical adaptation of the experience economy concept, emphasizing the diversity of festival experiences and their role in shaping a place's symbolic and economic value. The study underscores the importance of inclusive, immersive design and critically reflects on the commercialisation of cultural experiences.

**Słowa kluczowe**: gospodarka doświadczeń, FPFF, festiwal filmowy, przestrzeń festiwalowa

**Keywords**: experience economy, Polish Film Festival, film festival, festival space