

RAPORT Z BADANIA

Spis treści

Wprowadzenie.....	2
Metodologia i próba.....	2
Strategie.....	3
Kino vs. internet	5
Oglądanie filmów w internecie	6
Ocena proponowanej usługi	8
Czego brakowało w opisie?	10
Wybór promocji: bilet czy kod?	11
Wnioski	11

Wprowadzenie

Celem badania było ustalenie, jakie są strategie uczęszczania do kina i korzystania z możliwości oglądania filmów w internecie. Jak te poszczególne strategie wiążą się z indywidualnymi stylami życia? Czy oglądanie filmów w kinie i internecie postrzegane są jako alternatywne, ale równoważne formy spędzania czasu, czy też uzupełniające się? Czy można zaobserwować jakies preferencje w tym zakresie? Jakie czynniki istotnie je kształtują? Ważną częścią badania była także ocena koncepcji portalu internetowego oferującego możliwość obejrzenia filmów w internecie oraz ocena promocji, w ramach której można byłoby otrzymać alternatywnie: bilet do kina lub kod dostępu umożliwiający obejrzenie filmu online.

Metodologia i próba

Badanie przeprowadzono **metodą TOMO EMIC**. Polegało ono na przeprowadzeniu serii **37 wywiadów** pogłębionych prowadzonych przez różnego typu komunikatory internetowe (m.in. google chat, GaduGadu). Rekrutację do badania prowadzono głównie na filmowych forach internetowych wśród **osób zainteresowanych tematyką filmową, które w ciągu ostatnich 30 dni były w kinie**. Próbę skonstruowano tak, aby uwzględnić w badaniu zarówno opinie mieszkańców dużych miast, jak i mniejszych ośrodków przy zachowaniu odpowiedniego zróżnicowania ze względu na istotne kryteria demograficzne (dobór celowy). Do badania zaproszono reprezentantów grup wiekowych charakterystycznych dla funkcjonujących modeli społecznych i rozwojowych. Uwzględniono podobny udział kobiet i mężczyzn. Wśród osób, z którymi przeprowadzono rozmowy, znaleźli się zarówno stali bywalcy kina (wizyta co najmniej raz w tygodniu), jak i osoby, które do kina wybierają się tylko kilka razy w roku. Konieczność zachowania tak dużego zróżnicowania ze względu na częstotliwość odwiedzin była podyktowana postawionymi pytaniami badawczymi.

Analizę materiału rozpoczęliśmy od opisu materiału (kodowanie w programie NVIVO służącym do analizy materiałów jakościowych), które umożliwiło wyodrębnienie wspólnych wzorów odpowiedzi i porównywanie różnic. Interesowały nas subiektywne oceny i odczucia. Poszukiwaliśmy znaczeń, które respondenci przypisują w swoich wypowiedziach wyjściu do kina czy oglądaniu filmów w internecie.

Strategie

W toku analizy przeprowadzonych wywiadów wyłoniły się dwie dominujące strategie związane z uczęszczaniem do kina. Pierwsza z nich - nazwiemy ją „towarzyską” - to strategia osób, dla których wyjście do kina to okazja do spotkania się ze znajomymi. To planowane wizyty, gdyż trzeba się z wyprzedzeniem umówić, żeby zgrać grafiki, a bilety często rezerwowane są w internecie. Wyjście „towarzyskie” jest droższe - poza ceną biletu trzeba jeszcze doliczyć przekąski lub wyjście do pubu czy knajpy po projekcji. Ten model dość zdecydowanie dominuje i nierzadko wiąże się z wyjściem kilkuosobowym. Z niektórych wypowiedzi dość jasno wynika, że dla respondentów kino jest jedną z ważniejszych przestrzeni społeczno-kulturalnych.

Strategia „samotnika” - to drugi z wyróżnionych modeli. „Samotnicy” zaglądają do kina przy okazji załatwiania różnych innych spraw czy robienia zakupów, ale są wśród nich także samotnicy-kinomani, którzy wyjście do kina traktują jako osobiste przeżycie. „Wolę przetrwać w samotności”, „lubię samo wyjście do kina jako rytuał, trochę luksusu od dnia codziennego, tak jakbym chodziła do operetki albo filharmonii” [w23] - podkreślała jedna z respondentek.

Choć nikt nie realizuje wyłącznie jednej z wymienionych strategii, to jednak większość rozmówców deklarowała, że chodzą do kina raczej sami lub raczej w towarzystwie. To, czy chodzi się do kina samemu czy w towarzystwie, rozmówcy często motywowali swoim usposobieniem i osobistymi preferencjami, ale często w tym kontekście powoływali się również na **osobiste klasyfikacje filmów**: „horror, w których biegają potwory - razem, głupawe komedie - razem. filmy egzystencjalne, dokumentalne, biograficzne, dziwne - sama” [w25]; „no w towarzystwie to pewnie po prostu jako forma rozrywki: filmy komercyjne, blockbustery i najczęściej wypadki okołoweekendowe. sam - na kino artystyczne, takie, gdzie bardziej interesuje mnie film niż sam wypad” [w31]. **Na pewne filmy chodzi się w towarzystwie, inne ogląda się samemu. Z tego względu na wyjścia „towarzyskie” wybierane są najczęściej multipleksy** - liczy się jakość dźwięku i obrazu, bo filmy „towarzyskie” to przede wszystkim wielkobudżetowe produkcje z efektami specjalnymi. „Jeżeli mam kilka godzin wolnego, to idę na to, co akurat wyświetlają w jednym z trzech studyjnych kin w centrum. Jeżeli idę do multipleksu - to z reguły jest to premiera i umawiam się na nią z kimś” [w30] - wyjaśniała też jedna z respondentek.



Warto w tym miejscu wspomnieć, że osobną grupę stanowią ci, dla których wyjście do kina wiąże się ze zorganizowaniem całej wyprawy. To mieszkańcy małych miast, którzy nawet jeśli mają kino we własnym mieście, to zazwyczaj nie oferuje ono możliwości obejrzenia najnowszych produkcji lub jego repertuar jest bardzo ograniczony. W ich przypadku koszt wyjścia do kina znacznie wzrasta.

B: Rozumiem, że odwiedzasz kino wtedy, gdy jesteś w tym mieście na studiach. A zdarza Ci się zrobić sobie wycieczkę do kina w weekend, to znaczy ze swojego rodzimego miasta, pojechać do Torunia albo Olsztyna do kina?

R: raczej nie

B: Dlaczego?

R: To nie jest zbyt blisko - prawie 1,5 h jazdy pociągiem. [w14]

*

<hahaha>przed pójściem do kina jadę pociągiem po wyjściu z kina wracam pociągiem i ide do domu:) jak to jest wieczór to ide umyć ząbki, wziąć prysznic, wysuszyć włoski ewentualnie coś jem i ide spać ^^a jak dzień to siedzę na necie i się nudzę [w22]

Wyjście do kina to dla mieszkańców małych ośrodków niekiedy całodzienna wyprawa, dlatego część osób stara się łączyć taką wyprawę z załatwianiem różnych spraw lub zrealizować ją np. przy okazji wizyty u rodziny mieszkającej w dużym mieście. Wypad do kina jest wtedy wkomponowany w rodzinny plan dnia i wybiera się kino w centrum handlowym, do którego można pójść zaraz po zakupach.

Kino vs. internet

Jak już zaznaczyliśmy w poprzedniej części, dla wielu osób kino to ważna przestrzeń społeczno-kulturalna. Wielu respondentów podkreślało, że wyjście do kina to dla nich coś więcej niż tylko kwestia obejrzenia filmu. Przytoczmy kilka fragmentów wypowiedzi, które ukazują, jakie znaczenia wiążą respondenci z wyjściem do kina:

B: Może Pan coś więcej powiedzieć na temat "uroku kina"?;]

R: Jest inaczej niż w domu. Mogę wypić kawę w domu, ale czasami idę ze znajomymi do kawiarni. Tak samo jest z kinem. Kino jest droższe, fotele pewnie mniej wygodne, mogę trafić na idiotów na sali, ale tam jest duży ekran i człowiek inaczej się czuje. Można powiedzieć, że **wyjście do kina jest czymś w rodzaju święta**, podczas gdy oglądanie filmu w domu na 17-calowym monitorze jest czymś powszednim. Bardzo trudno wytłumaczyć mi to słowami, bo to są pewne odczucia, które są w nas. [...] Oglądanie filmu w kinie wydaje mi się bardziej wartościowe od oglądania filmu w domu. Natomiast nie potrafię tego racjonalnie uzasadnić. [w26]

*

wyjście do kina, to jest coś innego, nie? sofke mam na co dzień [w32]

*

Pomijając fakt oglądania filmu jako obcowania ze sztuką, myślę, że **wyjście do kina jest atrakcją samą w sobie**. Zarówno wyjście z grupą znajomych jak i samemu sprawia nie lada przyjemność. Jest to po prostu dobry pomysł na spędzenie wolnego czasu. [w03]

*

B: Czyli możliwość oglądania filmów w internecie z repertuaru kinowego nie sprawiłaby, że Pani przestałaby chodzić do kina lub chodziła do niego rzadziej?

R: na pewno nie. kino to kino. **kina domowe to - jak dla mnie - przereklamowany szajs [w15]**

*

B: W czym, wg Ciebie, kino jest lepsze?;]

R: Ma atmosferę, której nie ma oglądanie filmu w domu, no i wrażenia są lepsze. [...] Ze mną jest tak, że **nawet jakby był za darmo (dostęp do filmów online) to wolę iść do kina.** [w28]

*

B: Czemu uważasz kino za takie atrakcyjne?

R: **to tak jak z kościołem - tworzy się pewna wspólnota i to jest przyjemne.** Jest świetny dźwięk i super obraz. [w34]

Wyjście do kina respondenci opisywali jako przyjemny rytuał, który pozwala się oderwać od tego, co zwyczajne i codzienne. Ważny jest aspekt społeczny - to okazja do spotkania się, a ponadto o obejrzanym film można potem z kimś porozmawiać. Respondenci wspominali też o „magii kina”, o wyjątkowych doznaniach. Niektórzy wiązali tę „wyjątkowość” z tym, że kino oferuje możliwości techniczne, które nie są dostępne dla oglądających w domu, ale wielu odwoływało się do tego, co trudno wyrazić słowami. Dość często deklarowane było przywiązanie do konkretnego kina - respondenci pisali „moje kino”, „moje ulubione kino” - czasem w związku ze specyfiką repertuaru (różnorodność), promocjami (karty stałego widza). „Moje kino” to na przykład kino lokalne, znajdujące się w pobliżu, lub na trasie z domu do pracy, do którego zawsze się chodzi (kino „wygodnickiego”). „Moje kino” to również kino wybierane ze względu na specyficzny klimat, kino studyjne (kino „klimatofila”). Wydaje się, że bez względu na charakter przywiązania kino jest ważnym i nieobojętnym „nośnikiem” wybranego filmu. Jest istotną „wartością dodaną”. Takie przywiązanie do konkretnego kina bywa deklarowane nawet w przypadku małych miejscowości, gdzie istnieje jedno bądź dwa kina. Należy jednak zaznaczyć, że o właściwie wszystkich respondentach należałoby napisać, że są to widzowie świadomi, wybierający, śledzący repertuar. To widzowie, którzy najpierw podejmują decyzję, że chcą zobaczyć konkretny film, a dopiero następnie wybierają kino.

Oglądanie filmów w internecie

Większość respondentów przyznawała się do korzystania z portali udostępniających filmy - zarówno tych legalnych, jak i tych nielegalnych. W wypowiedziach respondentów **podział na źródła legalne i nielegalne często zacierał się.** Często też, jak nam się wydaje, respondenci celowo enigmatyzowali te kwestie (np. zapytani o to, z jakich źródeł korzystali, stwierdzali, że nie pamiętają, z jakich portali ściągali filmy). Wśród



wymienianych portali udostępniających możliwość oglądania filmów w internecie (*streaming online*) najczęściej pojawiały się: zalukaj.tv, kinomaniak.tv, iplex.pl, ipla.pl, ekino.tv, kino.pecetowiec.pl.

Wydaje się, że część osób - choć jest to zdecydowanie mniejszość - **ignoruje całkowicie kwestie legalności**. Niektóre z nich wręcz otwarcie zadeklarowały, że skoro istnieją „nielegalne, darmowe sposoby”, te legalne i płatne nie są dla nich interesujące. Jednak, jak się wydaje, częściej korzystanie z nielegalnych źródeł pozyskiwania filmów traktowane jest jako „zło konieczne” - to jedyna możliwość dotarcia do pewnych pożądaných filmów. Jeden z rozmówców pytany o to, czy przedstawiony opis portalu wydaje mu się atrakcyjny, odpowiedział: „Tak, pod warunkiem, że oferta filmów będzie atrakcyjna i aktualna, i jakość zadowalająca, i dostęp prosty, bo to jest wszystko, czego nie mają portale z oryginalnymi filmami, a co mają portale z filmami nielegalnie udostępnionymi. I potem ludzie się dziwią, że **piractwo kwitnie - skoro zapewnia lepszą usługę. Nawet nie chodzi o cenę**” [w12]. Wypowiedź ta wydaje się być symptomatyczna i trafnie oddaje sposób myślenia tych, którzy korzystają z nielegalnych zasobów. **Z internetu respondenci często ściągają filmy, których nie mogą obejrzeć w kinach** - są to zarówno filmy spoza bieżącego repertuaru, których nie zdążyli obejrzeć, gdy były pokazywane w kinach, jak i kino niszowe, dokumentalne, seriale. W internecie poszukują też filmów, które już widzieli wcześniej w kinie, żeby obejrzeć je ponownie. Warto zaznaczyć, że byli też tacy - choć były to odosobnione przypadki - którzy deklarowali, że **nie znoszą oglądać filmów wyświetlanych w 3D**. Jeśli film, który chcą obejrzeć, jest w kinie tylko w 3D, ściągają go z internetu i obejrzą na komputerze. **Respondenci, jak sądzimy, czują się usprawiedliwieni tym, że filmy, które chcą obejrzeć, są niedostępne w inny, legalny sposób.**

Analiza przeprowadzonych wywiadów prowadzi do wniosku, że respondenci będący użytkownikami filmów z Internetu nie tylko najczęściej **nie mają oporów przed korzystaniem z nielegalnych źródeł** (nikt nie wspominał o możliwych sankcjach prawnych i potencjalnych karach finansowych, które by odstraszały, ani tym bardziej nikt nie uruchamiał dyskursu moralnego - „tak nie można, to kradzież”), lecz także **nie boją się nadmiernie potencjalnych zagrożeń**, jakie wiążą się ze ściąganiem plików niewiadomego pochodzenia (mamy tu oczywiście na myśli wirusy komputerowe).

Warto w tym miejscu wspomnieć także o kompetencjach cyfrowych. Choć badanie nie dotyczyło tych kwestii wprost, to jednak pojawiały się one w tle przy okazji pytań o to,



jak respondenci radzą sobie z pozyskiwaniem filmów. Poziom tych kompetencji w badanej grupie jest bardzo zróżnicowany. Większość deklaruwała dość otwarcie, że nie ma większych problemów ze znalezieniem w internecie poszukiwanego filmu. Jednak kilka osób stwierdziło wprost, że nie potrafią. Użytkownicy internetu o mniejszych kompetencjach, którzy nie potrafili znaleźć pożądanych tytułów lub ci, którzy mieli zbyt „słabe łącza”, by ściągać filmy z sieci, wspominali jednak o tym, że pożyczają od znajomych filmy pozyskane z internetu. „Wszystkie filmy można ściągnąć z Internetu - tylko trzeba mieć czas i umieć ich szukać. U mnie nie najlepiej z jednym i z drugim, więc głównie są to ściągnięte filmy na płytach pożyczane od znajomych” - twierdził jeden z respondentów [w27]. Wydaje się, że od poziomu kompetencji cyfrowych i swobody poruszania się w internecie zależy nie tylko to, czy danej osobie uda się ściągnąć określony film, lecz także to czy film ten będzie zadowalającej jakości. Zdarza się, jak twierdzili respondenci, że filmy - szczególnie dotyczy to filmów zagranicznych - dostępne są „na torrentach” nawet przed ich oficjalną premierą w Polsce, a ich jakość nie budzi zastrzeżeń. Inni, którzy nie radzą sobie równie dobrze z poszukiwaniem, narzekali, że nowości dostępne tylko jako tzw. wersje cam, czyli „nagrywane kamerką w kinie”. „Nie mam cierpliwości by się męczyć taką jakością, dla mnie to bez sensu” - podsumowała jedna z respondentek [w23]. Dlatego ci ostatni wołają zdecydowanie obejrzeć film w kinie niż próbować poszukiwania filmu w internecie.

Ocena proponowanej usługi

W kolejnej części wywiadu badacze prowadzący rozmowy przedstawiali respondentom następujący opis: „Płatne udostępnianie filmów z aktualnego repertuaru kinowego przez portal internetowy. Portal ten jest prowadzony przez firmę, która podpisała umowy dające prawo do legalnej dystrybucji filmów w Internecie.”; a następnie pytali czy opisana usługa wydaje się im atrakcyjna i czego ich zdaniem brakuje w tym opisie.

Większość osób oceniała tę usługę jako atrakcyjną, choć pojawiały się zastrzeżenia, że wiele tak naprawdę zależy od ceny. Podkreślano, że będzie ona atrakcyjna jedynie w sytuacji, **gdy dostęp online będzie tańszy od biletu do kina** (sugerowana stawka to 50% ceny biletu kinowego, maksymalnie 10 zł). Tylko jedna osoba uznała, że powinno być dokładnie odwrotnie. Dla większości respondentów oglądanie filmów w domu jest mniej

wartościowym doświadczeniem - o czym już pisaliśmy wcześniej - a wrażenia kinowe są niezastąpione i dlatego zapewne oczekują, że cena dostępu online będzie niższa.

Wiele osób deklarowało, że byłyby skłonne **skorzystać z opisanej usługi jedynie pod pewnymi warunkami**. Z jednej strony podkreślano, że musiałyby być spełnione określone oczekiwania jeśli chodzi o **kwesie techniczne** związane z udostępnianiem filmów (dobra jakość filmów, dostępność usługi dla niskopasmowych łączy internetowych), z drugiej wskazywano na **konkretne okoliczności zewnętrzne**, które musiałby zaistnieć, aby skorzystanie z portalu było atrakcyjną alternatywą wobec wyjścia do kina. Przytoczmy dwa przykłady. Jedna z osób - wypowiedź utrzymana jest w nieco humorystycznym tonie - wspominała sytuacje z własnego życia, w których chętnie obejrzała film na takim portalu: „1. gdybym skręcił ponownie kostkę i był w gipsie; 2. gdybym był chory na kręgosłup jak kilka lat temu i 2 miesiące leżał w domu; 3. Dwa lata temu byłem na wakacjach na Litwie i lato kilka dni wieczorami oglądaliśmy jakieś ściągane filmy na laptopie, czyli dłuższy pobyt za granicą” [w19]. Możliwość obejrzenia filmu online przedstawiana była w wielu wypowiedziach jako ciekawa opcja w sytuacji, **gdy coś krzyżuje plany** - choroba, dodatkowa praca - i uniemożliwia obejrzenie długo wyczekiwanego filmu, a także w przypadku osób, które mają małe dzieci. Ponadto ci respondenci, którzy mieszkają w mniejszych ośrodkach, w których wyświetlane są tylko nieliczne filmy z bieżącego repertuaru, podkreślali także, że dla nich byłaby to jedyna możliwość zobaczenia wielu filmów, czyli: **gdy dany film nie jest wyświetlany w miejscowym kinie (a wizyta w większym, czasem znacznie oddalonym mieście nie jest możliwa)**. Osoby, które traktują wyjście do kina jako rozrywkę towarzyską, zdecydują się na oglądanie filmu w internecie, **gdy nikt nie będzie chciał się z nimi wybrać do kina**: „Myślę, że w domu oglądałabym te filmy, na które nikt nie miał ochoty ze mną iść, np. horrory, a do kina chodziłabym z przyjaciółmi, z chłopakiem np. na filmy w 3D. [...] Ostatnio wieczorem siedziałam sama w domu, nudziło mi się, chciałam oglądnąć sobie jakąś śmieszna komedię, aby poprawić sobie humor. Myślę, że wtedy skorzystałabym z takiej usługi” [W07]. „Opcja online” jest też rozważana w przypadku oglądania filmu po raz kolejny.

Kilka osób zdecydowanie podkreślało, że **ta usługa jest nie dla nich**. **Zbyt słabe łącze** - to argument, który podało kilka osób. Znacznie częściej jednak podkreślano, że jeśli dany film można obejrzyć w kinie, to **lepiej wybrać się do kina**:

„bo jak jest w kinie, to po co mam brać z netu?” [w10]

„bo kino jest zajebiste i warto wydać sporo kasy, aby do niego pójść i są torrenty, gdzie film masz za darmo;-)” [w34]

„(bo) kino ma swój pewien urok, którego nie da się osiągnąć w domu” [w26]

Warto tu też przypomnieć, że rozmówcy kierują się subiektywnymi kryteriami oceny, gdy przeglądają dostępny repertuar, i klasyfikują filmy jako „do obejrzenia w kinie”, „do obejrzenia w internecie” - według respondentów **pewne filmy po prostu ogląda się w kinie**. „Myślę, że na niektóre filmy chodziłbym do kina. Filmy z widowiskowymi efektami specjalnymi lepiej ogląda się w kinie, na dużym ekranie, z przestrzennym dźwiękiem. Nie mam w domu zestawu kina domowego, więc kino jest dla mnie nadal atrakcyjne. Korzystając z takiej usługi raczej oglądałbym filmy obyczajowe” [w03] - **efekty specjalne** to istotne kryterium selekcji filmów, które warto zobaczyć w kinie, ale nie jedyne. Inny respondent pisał, że w internecie oglądałby te filmy, „na które byłoby żal wydać 20 zł, a 10 już nie :) czyli pewnie polskie, i te średniawe, ale nie superrozrywkowe, bo na taki chodzi się ze znajomymi” [w31]. **Subiektywna ocena filmu** to drugie istotne kryterium selekcji filmów, które warto obejrzeć w kinie.

Czego brakowało w opisie?

Respondenci proszeni byli przez badaczy o wskazanie, jakie jeszcze informacje powinny się znaleźć ich zdaniem w opisie portalu oferującego możliwość oglądania filmów w internecie. Część respondentów odpowiadała pytaniami, inni formułowali raczej zalecenia dotyczące funkcjonowania modelu biznesowego portalu. Najczęściej pojawiały się uwagi odnośnie do sposobu wnoszenia opłaty i pytania o to, czy portal udostępniałby filmy online czy można by je było można również ściągnąć. Wyrażali także opinię, że sformułowanie „aktualny repertuar” nie jest wystarczająco precyzyjne - z jakiego dokładnie okresu, których dystrybutorów, czy tylko popularne filmy, czy również te niezależne i niszowe. Respondenci pytali też, czy musieliby oglądać reklamy i czy portal wprowadzałby jakieś limity oglądania (czasem sugerowano, że użytkownik powinien mieć dostęp do zakupionego filmu przez pewien czas, np. jedną dobę). Kilka osób zwracało też uwagę na to, że ważne jest dla wielu oglądających, czy mają możliwość wyboru ścieżki filmowej (lektor, napisy) oraz jakości filmu (wysoka, średnia). Wydaje się, że respondenci projektowali swoje doświadczenia z innych portali i traktowali je jako swego rodzaju punkt odniesienia.

Wybór promocji: bilet czy kod?

W ostatniej części wywiadu respondenci byli pytani o to, czy w ramach promocji w sklepie internetowym, w którym robią zakupy, woleliby otrzymać bilet do kina czy kod umożliwiający obejrzenie filmu z aktualnego repertuaru w internecie. **Zdecydowana większość wybrałaby bilet do kina.** Przy uzasadnianiu wyboru respondenci powoływali się często na przytaczane już wcześniej argumenty. Kino traktowane jest jako coś wyjątkowego - to nie tylko możliwość obejrzenia filmu, lecz także wartościowe przeżycie: „Kino to jednak co innego, duży ekran, dobra jakość, efekty, specyficzna atmosfera. [...] A taka promocja powinna oferować coś niecodziennego, niezwykłego. W tym, że mogę se coś ściągnąć z neta nie ma nic niezwykłego [w11]”. „Chyba wolalbym bilet do kina, bo pojscia do kina nie sciagne z torrentow” [W36] - wyjaśniał jeden z respondentów. Inny napisał: „wybieram wersję a do kina - ponieważ taki bilet jest nagrodą, czymś ekstra, to całe wyjście do kina i fajna okazja, bardziej odczuwa się taką nagrodę niż kod internetowy” [w17].

Warto zwrócić uwagę na to, kto wybrał drugą możliwość - otrzymanie kodu umożliwiającego obejrzenie filmu w internecie. Były to osoby mieszkające w mniejszych ośrodkach, które korzystają z możliwości oferowanych przez portale umożliwiające oglądanie filmów (*streaming online*). Zorganizowanie wycieczki o kina w ich przypadku wiąże się nie tylko z większymi kosztami, lecz także z koniecznością znalezienia większej ilości czasu.

Wnioski

Na podstawie analizy przeprowadzonych wywiadów można wysnuć wniosek, że kino i internet są przestrzeniami niewykluczającymi się - to przestrzenie komplementarne. Dlatego uruchomienie portalu udostępniającego filmy z aktualnego repertuaru nie musi odbić się negatywnie na statystykach odwiedzin kin. Wydaje się też, że przynajmniej część osób korzysta z nielegalnych źródeł pozyskiwania filmów (internet) dlatego, że może uzyskać dostęp do części repertuaru filmowego tylko w ten sposób.

