

---

Małgorzata Góralska  
Uniwersytet Wrocławski  
ORCID: 0000-0002-2376-4404

Adaptowanie literatury i okładki filmowe  
książek w kontekście współczesnej produkcji  
wydawniczej i filmowej. Rekonesans badawczy  
na podstawie polskich ekranizacji w ofercie  
wybranych platform SVoD

Książki w dalszym ciągu pozostają użytecznym narzędziem pozwalającym czytelnikom obcować z bezmiarem literatury, pełnią jednak również istotną rolę źródła inspirującego aktywność twórczą w innych środowiskach medialnych. Za sprawą różnych czynności interpretacyjnych i adaptacyjnych zawarte w nich treści przyjmują postać konkretnych realizacji filmowych, telewizyjnych, teatralnych, komiksowych czy growych lub uruchamiają długotrwały proces kształtowania złożonego konstruktu transmedialnego. Przedmiotem zainteresowania w niniejszym artykule jest jedna z wielu postaci transformacyjnych dla treści literackich występujących w książkach, jaką pozostaje adaptacja filmowa obejmująca pojedyncze filmy, ich cykle oraz seriale. Tego typu przemiana wymaga zastosowania odmiennych środków wyrazu (dźwiękowych i obrazowych), co jednak zasadniczo nie wpływa na przynależność zarówno pierwowzoru literackiego, jak i nowo powstałego utworu audiowizualnego do ogólnie rozumianej sfery kultury i rozrywki. Film i książkę jako odmiennie formy medialne może wiele łączyć lub dzielić, jednak stale zachodzą między nimi interakcje wynikające z ich zdolności do przedstawiania opowieści odpowiadających na

potrzeby użytkowników mediów. Spaja owe media również wspólna przeszłość, ponieważ od początku istnienia kinematografii literatura była dla twórców związanych z produkcją filmową rezerwuarem wartościowego materiału gotowego do wykorzystania w scenariuszach<sup>1</sup>.

Źródło obecnego wzrostu zainteresowania producentów filmowych ofertą branży wydawniczej należy poszukiwać w zmianach, jakie zaszły w ekosystemie mediów w latach 80. XX w. Wraz ze zwiększającą się popularnością nowych technologii medialnych (telewizja kablowa i satelitarna, wideo) rosła liczba kanałów, ale także grono nadawców dostarczających treści coraz bardziej wybrednej publiczności<sup>2</sup>. W efekcie rozwoju technologii medialnych uwaga użytkowników mediów w większym stopniu przesuwiała się w kierunku form audiowizualnych, czemu towarzyszył zmniejszony popyt na publikacje drukowane. Dla twórców filmowych zmiany w zachowaniach odbiorczych oznaczały z kolei wzrost zapotrzebowania na nowe produkcje, które skutecznie konkurowałyby z innymi ofertami coraz bardziej zatłoczonego rynku mediów. Literatura stała się polem intensywnej eksploracji przez producentów filmowych, dla których książki były surowcem do przekształcenia w bardziej lukratywną rozrywkę audiowizualną<sup>3</sup>. Początek XXI w. przyniósł znaczące osiągnięcia w tych działaniach w postaci adaptacji filmowych, które odniosły spektakularny sukces. Seria filmów o Harrym Potterze czy trylogia Władcy Pierścieni spotkały się z ogromnym zainteresowaniem widzów kinowej i znalazły się w gronie najbardziej dochodowych w historii produkcji<sup>4</sup>, udowadniając tym samym ekonomiczny potencjał pierwowzorów książkowych. W drugiej dekadzie XXI w., wraz z pierwszymi realizacjami Netfliksa z 2013 r. (*House of Cards* oraz *Orange Is the New Black*), do grona twórców filmowych przeglądających oferty wydawnicze pod kątem potencjalnej ekranizacji dołączyły platformy streamingowe, które stały się poważnym konkurentem dotychczasowych producentów filmowych w walce o treści i uwagę widzów.

---

<sup>1</sup> Na przykład jedna z pierwszych realizacji braci Lumière *Faust – apparition de Méphistophélès* (1897) stanowi nawiązanie do twórczości Goethego. Za: L. Cardoso, *Comparative literature and film studies: The paradox of adaptations*, „International Journal of Scientific and Technology Research” 2019, vol. 8, issue 10, s. 1349, [on-line:] <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=2394a4e0-ab3c-3807-9779-88b4a27083c6> – 13.11.2025.

<sup>2</sup> M. Mrozowski, *Przenikanie mediów. Ewolucja mediów a przemiany ładu społeczne-go*, Warszawa 2020, s. 220.

<sup>3</sup> L. Bogart, *Media mergers and the future of books*, „Logos” 1998, vol. 9, no. 1, s. 14–17, <https://doi.org/10.2959/logo.1998.9.1.14>.

<sup>4</sup> Według rankingu Box Office Mojo – serwisu, który śledzi i udostępnia na bieżąco wpływy z kas biletowych.

Zjawisko adaptowania zawartości mediów po to, aby nadać im nowy kształt i znaczenie funkcjonuje obecnie w wymiarze kulturowym, artystycznym, komunikacyjnym, ale także rynkowym. Ostatnie z wymienionych ujęć stało się przedmiotem licznych badań empirycznych. Jednym z nich była analiza czynników decydujących o sukcesie filmów opartych na książkach, którą przeprowadzili Amit Joshi i Huifang Mao<sup>5</sup>. Badaniem trendów rynkowych związanych z adaptacjami filmowymi zajęli się z kolei Joan-Francesc Fondevila-Gascón, Gaspar Berbel-Giménez, Cristian Blanco<sup>6</sup>. Eduard Cuelenaere natomiast zanalizował strategię Netfliksa w zakresie recyklingu treści. Najnowsze statystyki odnoszące się do udziału adaptacji w produkcji fabularnej na rynku europejskim opracowała w ramach raportów European Audiovisual Observatory Agnes Schneeberger<sup>7</sup>. Wynikające z owych badań wnioski, a także liczne wypowiedzi profesjonalistów z rynku książki i przemysłu filmowego wskazujące na coraz ściślejszą współpracę obu branż w zakresie adaptacji literatury, stały się podstawą niniejszego opracowania. Jego treścią jest ogólne omówienie działań podejmowanych przez wydawców i filmowców na rzecz powstania adaptacji filmowej oraz charakterystyka tej części oferty audiowizualnej, która łączy się z dystrybucją polskich ekranizacji<sup>8</sup> w ofercie streamingowej o zasięgu międzynarodowym. Istotną częścią zaproponowanego badania jest również analiza wybranych produkcji filmowych pod kątem ich obecności w przestrzeni okładek książek zawierających ich pierwowzory literackie.

---

<sup>5</sup> A. Joshi, H. Mao, *Adapting to succeed? Leveraging the brand equity of best sellers to succeed at the box office*, „Journal of the Academy of Marketing Science” 2012, vol. 40, no. 4, s. 558–571, <https://doi.org/10.1007/s11747-010-0241-2>.

<sup>6</sup> J.-F. Fondevila-Gascón, G. Berbel-Giménez, C. Blanco, *Adaptations versus original film premieres trends in broadband society: a comparative analysis*, „El Profesional de La Información” 2023, vol. 32 no. 2, s. 1–11, <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.14>.

<sup>7</sup> A. Schneeberger, *Audiovisual fiction production in Europe – 2023 figures*, European Audiovisual Observatory, Strasbourg 2024, [on-line:] <https://rm.coe.int/audiovisual-fiction-production-in-europe-2023-figures-december-2024-a-/1680b2dbda> – 13.11.2025.

<sup>8</sup> Określenia „ekranizacja” używam za *Słownikiem terminologii medialnej* w szerszym sensie jako „przeniesienie na ekran filmowy lub telewizyjny utworu literackiego (zwłaszcza powieści, biografii, pamiętnika) lub spektaklu scenicznego (np. przedstawienia teatralnego lub operowego, baletu)” [*Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006, s. 50], a nie w wąskim znaczeniu jako wierne przeniesienie na ekran filmowy widowiska scenicznego [M. Choczaj, *O adaptacji, ekranizacji, przekładzie intersemiotycznym i innych zmartwieniach teorii literatury, filmu i mediów*, „Przestrzenie Teorii” 2011, nr 16, s. 11–39, <https://doi.org/10.14746/pt.2011.16.1>].

## Działania wydawców i filmowców na rzecz realizacji adaptacji filmowej

Obecne wykorzystywanie treści literackich przez branżę filmową Simone Murray w swojej książce *The Adaptation Industry. The Cultural Economy of Contemporary Literary Adaptation* uznała za siłę napędową współczesnej kultury<sup>9</sup>. Przemysłowemu wręcz eksploatowaniu tekstów literackich towarzyszy zorganizowany system, na który składają się czynności realizowane przez autorów, agentów, wydawców, komisje konkursów literackich, dyrektorów festiwalu filmowych, a także scenarzystów, producentów i dystrybutorów filmów. Kluczową rolę w owym systemie odgrywa handel prawami własności intelektualnej i ścisła współpraca pomiędzy wszystkimi zaangażowanymi podmiotami, ponieważ sukces odniesiony na jednym polu (wydawniczym lub filmowym) wpływa na dochody uzyskiwane w drugim.

Książka jako podstawa scenariusza jest korzystnym wyborem dla branży filmowej bez względu na to, na jakim etapie cyklu życia się znajduje. W kręgu zainteresowań producentów pozostają przede wszystkim bestsellery, zwłaszcza wtedy, gdy osiągną ten status. W kontekście potencjalnej adaptacji filmowej brane są jednak pod uwagę również tytuły, które sukces na rynku wydawniczym odniosły już jakiś czas wcześniej<sup>10</sup>. Co więcej, obecny „głód treści” w środowisku filmowym decyduje o tym, że producenci starają się dotrzeć do atrakcyjnego pod względem adaptacyjnym utworu jeszcze przed jego publikacją, a umowy coraz częściej zawierane są zanim ostateczna wersja tekstu trafi do wydawcy<sup>11</sup>. Usprawnieniu nawiązywania kontaktów między wydawcami a filmowcami służą spotkania branżowe organizowane często w ramach targów książki czy festiwalu filmowych. Należy do nich cykliczne wydarzenie „Book-to-Screen Day” na Targach Książki we Frankfurcie nad Menem, ale także „Books at Berlinale” na Międzynarodowym Festiwalu Filmowym w Berlinie czy „Shoot the Book!” na targach filmowych Marché du Film, które organizowane są w połączeniu z Festiwarem Filmowym w Cannes. Polskimi projektami mającymi na celu ułatwienie współpracy między branżą filmową i wydawniczą są „Film the

<sup>9</sup> S. Murray, *The adaptation industry: The cultural economy of contemporary literary adaptation*, Routledge, 2012.

<sup>10</sup> S. Mehta, „How Are Books Adapted for the Screen? Two Agents Demystify the Process”, Jane Friedman, 10.08.2022 (updated: 18.02.2025), [on-line:] <https://janefriedman.com/how-are-books-adapted-for-the-screen-two-agents-demystify-the-process/> – 13.11.2025.

<sup>11</sup> J. Friedman, *How a Book Becomes a Movie*, Jane Friedman, 27.07.2015 (updated: 18.02.2025), [on-line:] <https://janefriedman.com/how-a-book-becomes-a-movie/> – 13.11.2025.

Book” (realizowany od 8 lat przez Mazovia Warsaw Film Commission, organizacji działającej przy Mazowieckim Instytucie Kultury) i „Word2Picture” (powiązany z dwoma wydarzeniami: Festiwalem Conrada oraz Mastercard Off Camera).

Wydawcy nie polegają jednak wyłącznie na okazjonalnych możliwościach zaprezentowania środowisku filmowemu wybranych tytułów ze swojej oferty. Dla wielu oficyn tego typu zadania stanowią stały element ich działalności. Na przykład w wydawnictwie Penguin Books przekazywaniem informacji o własnych publikacjach producentom filmowym, teatralnym i telewizyjnym zajmują się osoby odpowiadające za prawa autorskie<sup>12</sup>. Proponowane są książki, które mają szansę zainteresować filmowców, bez względu na to, czy chodzi o jeszcze niewydany potencjalny bestseller, czy tytuł, który ukazał się na rynku już jakiś czas wcześniej. Przedstawiciele wydawnictwa negocjują umowy opcji i w różnym stopniu uczestniczą w realizacji adaptacji na dalszych jej etapach. Sama opcja jest obecnie najpopularniejszym sposobem sformalizowania współpracy w zakresie działań na rzecz realizacji adaptacji filmowej. Dla producenta lub studia filmowego stanowi gwarancję wyłączności na wykorzystanie określonego tytułu jako podstawy adaptacji. Obowiązując przez wyznaczony w umowie czas stwarza producentom warunki do pozyskania funduszy na film lub serial czy zatrudnienie odpowiedniego scenarzysty, ale daje również gwarancję autorom i wydawcom swobody w zawarciu nowego kontraktu w razie niepowodzenia przedsięwzięcia. Możliwość wielokrotnego odnawiania tej samej opcji, co łączy się każdorazowo z koniecznością uiszczenia odpowiedniej opłaty, sprawia, że umowa telewizyjna lub filmowa jest postrzegana jako korzystne źródło dodatkowych dochodów dla autora<sup>13</sup>.

Większe wydawnictwa niewątpliwie mają lepsze warunki do utrzymywania stałych kontaktów ze środowiskiem filmowym w celu skutecznego przekształcania własnych produktów książkowych w adaptacje, co jednak nie oznacza, że jedynie ich oferta jest brana pod uwagę. Profesjonaliści z rynku książki podkreślają, że publikacje, które już wzbudziły zainteresowanie przemysłu filmowego zostały wydane zarówno przez renomowane oficyny, jak i małe wydawnictwa czy niezależnych wydawców. Kluczem selekcji oferty wydawniczej nie jest również przyporządkowanie gatunkowe należących do niej tytułów, ponieważ w ostatecznym rozrachunku liczy się przede wszystkim potencjał, jakim w zakresie wizualnego odwzorowania narracji literackiej dysponuje dana książka i jak dobry film

---

<sup>12</sup> *Book to film and TV adaptations*, Penguin, [on-line:] <https://www.penguin.co.uk/about/company-articles/book-to-film-and-tv-adaptations> – 13.11.2025.

<sup>13</sup> Tamże.

czy serial zapowiada<sup>14</sup>. Szansę na adaptację mają zatem przede wszystkim historie oparte na oryginalnym koncepcie, z zaskakującym zwrotem akcji i intrygującymi postaciami, które mogą spodobać się międzynarodowej publiczności<sup>15</sup>.

Rozwój współpracy między przemysłem filmowym a wydawniczym uzasadniany jest obopólnymi korzyściami. W kontekście rynku książki adaptacje przysparzają zekranizowanym tytułom popularności, zwłaszcza w okolicach premiery produkcji filmowej. Stanowią bowiem interesującą propozycję medialną dla tych czytelników, którzy znają literackie pierwowzory i pragną zapoznać się z ich filmowymi wcieleniami. Zapewniają jednak również produktom wydawniczym nową publiczność rekrutującą się z widowni kinowej, telewizyjnej czy streamingowej. Z adaptacjami filmowymi łączone są ponadto określone korzyści finansowe, ponieważ po premierze zarówno wydawcy, jak i autorzy mogą spodziewać się wzrostu przychodów z dodatkowej sprzedaży książek<sup>16</sup>. Dla autorów zainteresowanie filmowców ich dziełem może okazać się ważne ze względu na zyski pochodzące ze sprzedaży prawa do ekranizacji, ale także z powodu uzyskanego w ten sposób rozgłosu.

Adaptacje dla przemysłu filmowego stały się z kolei jedną z najbardziej rozpowszechnionych praktyk pozyskiwania wartościowej bazy dla nowych produkcji. Korzystanie z gotowych fabuł pozwala ponadto producentom na zachowanie środków finansowych, które w innym przypadku musiałyby zostać przeznaczone na opłacenie oryginalnego scenariusza. Oszczędności obejmują również w pewnym stopniu wydatki marketingowe ze względu na istniejącą już potencjalną grupę widzów, składającą się z czytelników znających dany tytuł (niekiedy również fanów w przypadku bestsellerów). Adaptacje ogólnie wpisują się w obowiązujący obecnie trend dominacji czynników ekonomicznych nad innymi przesłankami decydującymi o realizacji kolejnych produkcji filmowych<sup>17</sup>. Dla najbardziej znanych amerykańskich wytwórni oznaczają potencjalnie większe zyski, osiągalne zwłaszcza w momencie wejścia filmu na ekrany kin. Co więcej, jego sukces łączony jest z niższym poziomem ryzyka finansowego, niż w przypadku produkcji opartej na oryginalnym scenariuszu<sup>18</sup>. Adaptacje są również opłacalną formą realizacji filmowej dla tych platform SVoD (*Subscription Video on Demand*), które decydują się na produkcję własną,

<sup>14</sup> S. Mehta, dz. cyt.

<sup>15</sup> *Book to film...*

<sup>16</sup> T. Gardziński, *Filmowe okładki – hit czy kit?*, „Książki: magazyn literacki” 2023, nr 7, s. 13.

<sup>17</sup> L. Cardoso, dz. cyt.

<sup>18</sup> A. Joshi, H. Mao, dz. cyt.; J.-F. Fondevila-Gascón, G. Berbel-Giménez, C. Blanco, dz. cyt.

choć w streamingu liczy się osiągnięcie innych celów niż w dystrybucji kinowej. Dla wielkich studiów filmowych najistotniejszy jest bowiem pomyślny wynik uzyskany w kinach i związany z nim zwrot inwestycji poczynionych na rzecz powstania filmu, natomiast dla platform streamingowych ważni są przede wszystkim lojalni użytkownicy, którzy będą stale korzystali z opcji abonamentowej, do czego ma się przyczynić bogata oferta treści odpowiadająca na zróżnicowane (w tym niszowe) preferencje repertuarowe widzów<sup>19</sup>. Konkurowanie na rynku usług przesyłania strumieniowego w większym stopniu o abonentów niż o hity kasowe spowodowało, że Netflix, dysponując ogromną biblioteką produkcji audiowizualnych, mógł w odniesieniu do ekranizacji pozwolić sobie na podejmowanie większego ryzyka w realizowaniu własnych wizji kreatywnych i eksplorację szerszego zakresu gatunków, historii czy tematów<sup>20</sup>. Szczegóły tego procesu opisała Harper Bullard, wskazując na charakterystyczną strategię adaptacyjną zastosowaną przez Netfliksa, która polegała na głębokiej penetracji rynku książki, a nie tylko bieżących list bestsellerów. Bullard, jako przykłady wynikających z niej sukcesów, wymieniła m.in. takie seriale jak *Gambit Królowej* czy *Bridgertonowie*<sup>21</sup>.

## Adaptacje w polskich kolekcjach platform streamingowych o zasięgu międzynarodowym

W celu zweryfikowania, w jakim stopniu wymienione zjawiska, wskazujące na coraz ściślejszą współpracę rynku wydawniczego z przemysłem filmowym, dotyczą również rodzimego ekosystemu mediów, przeprowadziłam rekonesans badawczy obejmujący polskie produkcje filmowe oparte na literackim materiale źródłowym i dostępne na największych platformach streamingowych. Jego celem było nie tylko wskazanie wielkości owej oferty, ale także próba charakterystyki tej widocznej formy łączenia uniwersum książki i filmu, jaka przejawia się w postaci tzw. okładek filmowych. Wybór platform SVoD o zasięgu międzynarodowym był co prawda podyktowany ich rosnącą popularnością, posłużył mi jednak również do próby zweryfikowania, w jakim stopniu istnienie adaptacji lub streamingowy sposób jej dystrybucji jest odnotowywany zarówno w rodzimych, jak i zagranicznych edycjach utworów literackich polskich autorów.

<sup>19</sup> E. Cuelenaere, *How „original” are Netflix Original films? Mapping and understanding the recycling of content in the age of streaming cinema*, „Media, Culture & Society” 2024, vol. 46, no. 5, s. 995–996.

<sup>20</sup> Tamże.

<sup>21</sup> H. Bullard, *How Netflix Changed the World of Book Adaptation*, „Publishing Research Quarterly” 2023, vol. 39 no. 2, s. 120–131.

Podstawą przeprowadzonej analizy było określenie, jaki odsetek polskich filmów i seriali w ofercie platform streamingowych stanowią adaptacje. Dane odnoszące się do aktualnej oferty wybranych dystrybutorów zostały pozyskane na początku stycznia 2025 r. z wykorzystaniem wyszukiwarki produkcji filmowych w streamingu Upflix. Zapytanie dotyczyło filmów i seriali oferowanych na platformach Netflix, (Amazon) Prime Video, HBO Max (funkcjonujący również pod nazwą Max), SkyShowtime i opisanych jako produkcja polska, co oznaczało, że uwzględnione zostały również koprodukcje. Wybór Netfliksa był oczywisty ze względu na jego rangę i utrzymującą się przewagę na innych platformami SVoD pod względem liczby abonentów zarówno na świecie, jak i w Polsce<sup>22</sup>. Platforma Amazonu Prime Video stanowi jednak dla niego coraz poważniejszą konkurencję, wyprzedzając lidera w określonych rankingach (według Statisty we wrześniu 2024 r. była to najpopularniejsza usługa SVoD w Stanach Zjednoczonych<sup>23</sup>). HBO Max jest drugim po Netflixie pod względem popularności serwisem streamingowym o zasięgu globalnym w Polsce. Podobnie jak TVN i Player należy obecnie do koncernu mediowego Warner Bros. Discovery (WBD) i ma w ofercie sporą liczbę polskich produkcji filmowych. W rankingach światowych istotną rolę odgrywa również europejska platforma usług strumieniowych SkyShowtime, która oferuje m.in. dostęp do treści serwisów Peacock i Paramount+. W badaniu wzięłam również pod uwagę dostępną w Polsce usługę Disney+, jednak w ofercie znalazło się jedynie osiem polskich produkcji filmowych i chociaż dwie z nich były adaptacjami, autorami ich pierwowzorów literackich nie byli polscy pisarze, co miało znaczenie dla dalszej części analizy. W przypadku platformy Apple TV+, również dostępnej w Polsce, nie pojawiły się żadne polskie produkcje filmowe. Kolejnym ograniczeniem w zapytaniu było wyeliminowanie kategorii gatunków niefabularnych w postaci dokumentów, koncertów, programów TV oraz wydarzeń sportowych. Z gatunków fabularnych wyłączony został stand-up. Zasięg chronologiczny ograniczono do roku 2024. Pozyskane z Upflix dane zostały następnie zweryfikowane pod względem daty produkcji i daty premiery filmów oraz seriali

<sup>22</sup> Według serwisu FlixPatrol, na koniec 2024 r. na świecie było ponad 300 mln abonentów Netfliksa, w Polsce prawie 4 mln (3 921 190). Z usługi Amazonu Prime Video, według tego samego źródła, korzystało ok. 200 mln międzynarodowych subskrybentów. FlixPatrol podał również, że platforma HBO Max w grudniu 2024 r. w Polsce posiadała 1 200 000 abonentów. Z kolei SkyShowtime dysponuje ok. 250 000 abonentami w Polsce.

<sup>23</sup> J. Stoll, *Market share of SVOD platforms in the U.S. 2024*, Statista, 16.10.2024, [on-line:] <https://www.statista.com/statistics/496011/usa-svod-to-tv-streaming-usage/> – 13.11.2025.

w bazie Film Polski z uwagi na pojawiające się w tym zakresie rozbieżności w porównaniu z danymi pochodzącymi z innych źródeł.

W wyniku zapytania uwzględniającego wymienione kryteria uzyskano informacje o 517 polskich produkcjach i koprodukcjach. Wśród nich 409 (prawie 80%) stanowiły filmy, natomiast pozostałe 108 było serialami. Największą ofertę udostępnił Netflix (265), następnie Prime Video (189), HBO Max (98) i SkyShowtime (31). Suma realizacji filmowych z poszczególnych platform jest większa niż ogólna liczba polskich produkcji i koprodukcji, ponieważ w niektórych przypadkach te same tytuły były dostępne na różnych platformach SVoD. Zastosowana przeze mnie w badaniu kategoria „produkcji filmowej” oznaczała, że tytuły, które występowały zarówno jako film, jak i serial były liczone osobno dla każdej formy realizacyjnej, co miało znaczenie, jeśli film był udostępniany na jednej platformie, a serial na innej.

Data premiery ujawniła charakterystyczne profile oferty polskich produkcji filmowych na platformach SVoD. Okazało się bowiem, że Prime Video uwzględnia ich najszerszy pod względem chronologicznym zakres, ponieważ najwcześniejsza z nich pochodzi z 1957 r. (*Kanał* w reżyserii Andrzeja Wajdy), natomiast premiera najstarszego filmu na Netfliksie (*Demony wojny wg Goi* Władysława Pasikowskiego) miała miejsce dopiero w 1998 r. Warto przy tym podkreślić, że Prime Video ogólnie udostępnia wiele tytułów należących do klasyki kinematografii polskiej w ramach kolekcji „Dobre, bo polskie”. Z kolei Netflix zapewnia dostęp do najbogatszego zbioru filmów i seriali z ostatnich lat (z roku 2022 pochodziło ich aż 46). W przypadku platformy HBO Max najwcześniejsza produkcja pochodziła z 2004 r. (najwięcej – 15 z 2021 r.), natomiast w odniesieniu do SkyShowtime z 2013 r. (najwięcej – 8 było z 2018 r.).

Kolejnym krokiem przeprowadzonego badania było zweryfikowanie relacji pomiędzy adaptacjami a produkcjami opartymi na oryginalnych scenariuszach. Okazało się, że z zebranych 517 produkcji filmowych 100 było adaptacjami (19,34%). Adaptacją w niniejszym badaniu był dowolny utwór filmowy lub serialowy powstały na podstawie co najmniej jednego znanego lub możliwego do poznania tekstu źródłowego, który został opublikowany lub upowszechniony w inny sposób (np. w postaci przedstawienia teatralnego)<sup>24</sup>, stąd ich selekcję oparłam na informacjach o istnieniu pierwowzoru w bazach Film Polski i Filmweb. Najczęściej były to

---

<sup>24</sup> C. Kennedy-Karpat, *Adaptation studies in Europe*, [w:] *6th International e-Conference on Studies in Humanities and Social Sciences: Conference Proceedings*, Center for Open Access in Science, Belgrade 2020 (December), s. 15–28, [on-line:] <http://center-prode.com/conferences/6IeCSHSS/coas.e-conf.06.02015k.pdf> – 13.11.2025.

powieści, ale występowały również reportaże, opowiadania, sztuki teatralne, komiksy itp.

Odniesienie uzyskanych danych do statystyk z innych publikacji w celu ustalenia stopnia zgodności między nimi było utrudnione ze względu na odmienne sposoby wyznaczania granic adaptacji filmowej stosowane przez ich autorów. W badaniach produkcji największych wytwórni filmowych (Universal, Warner Bros, Disney, Sony i Paramount) z lat 2010–2019, przeprowadzonych przez Fondevila-Gascóna, Berbel-Giméneza i Blanco, odsetek utworów adaptowanych w porównaniu z produkcjami oryginalnymi był dosyć wysoki i wyniósł 52,2% z zakresu zanalizowanych 653 filmów<sup>25</sup>. Należy jednak podkreślić, że autorzy za adaptację uznali każdy utwór nawiązujący nawet w niewielkim stopniu do materiału źródłowego (literackiego, ale także filmowego). Natomiast analiza oferty streamingowej Netflix Original za lata 2015–2022 zrealizowana przez Cuelenaere na zbiorze 658 tytułów wykazała, że 33% z nich można zakwalifikować jako filmy, których treści pochodziły z recyklingu<sup>26</sup>. Wśród nich były adaptacje oparte na książkach lub sztukach teatralnych, ale także remaki, sequele, prequele i spin-offy. Przy czym największy odsetek treści pochodzących z recyklingu związany był jednak z adaptacjami (66%). Ich pierwowzorem były najczęściej książki (77%), natomiast w zdecydowanie mniejszym stopniu sztuki teatralne (7%), powieści graficzne (5%) czy inne materiały. Z przedstawionych przez Cuelenaere danych wynika zatem, że adaptacje stanowiły ponad dwadzieścia procent całej oferty Netflix Original. Z kolei raport European Audiovisual Observatory wskazał, że w latach 2015–2022 w Europie powstało 1189 adaptacji filmowych i serialowych, co stanowiło 12% wszystkich audiowizualnych produkcji fabularnych. Największy odsetek z nich zrealizowały platformy streamingowe (19%), następnie nadawcy prywatni (13%) i na końcu nadawcy publiczni (11%). Liderem na tym polu jest Wielka Brytania, której produkcja fabularna w 26% składała się z adaptacji<sup>27</sup>. Co prawda również w tych badaniach wzięto pod uwagę różne źródła dla adaptacji filmowych (sztuki teatralne, filmy, seriale, komiksy itp.), ale największy procent z nich ponownie stanowiły książki (77%)<sup>28</sup>.

<sup>25</sup> J.-F. Fondevila-Gascón, G. Berbel-Giménez, C. Blanco, dz. cyt.

<sup>26</sup> E. Cuelenaere, dz. cyt.

<sup>27</sup> W raporcie z 2018 r. *Publishing's Contribution to the Wider Creative Industries*, który został opracowany przez Frontier Economics na zlecenie Publishers Association, znajdują się szczegółowe dane dotyczące wpływu brytyjskiego rynku wydawniczego na sektor kreatywny (z uwzględnieniem adaptacji filmowych, telewizyjnych i teatralnych); *Publishing's Contribution to the Wider Creative Industries*, A report prepared for the Publishers Association, July 2018, [on-line:] <https://www.frontier-economics.com/media/vyfd1iz3/publishings-contribution-to-the-wider-creative-industries.pdf> – 13.11.2025.

<sup>28</sup> A. Schneeberger, dz. cyt.

Z przedstawionych danych statystycznych wynika zatem, że co prawda filmy nawiązujące do istniejącego już materiału źródłowego (tekstowego lub audiowizualnego) w zestawieniu z produkcjami opartymi na oryginalnych scenariuszach pozostają mniejszą lub większą częścią różnych ofert filmowych (kinowych, telewizyjnych czy streamingowych), lecz podstawowym źródłem adaptowanego materiału w dalszym ciągu są książki.

## Okladka filmowa jako łącznik między książką i jej adaptacją

Kolejny etap badania wiązał się z odpowiedzią na pytanie, w jakim stopniu wydawcy zaznaczają w przestrzeni książki jej związek z analogiczną produkcją filmową. Podstawą analizy było założenie, że pojawienie się adaptacji filmowej jest dla wydawcy korzystną okolicznością, która zwiększa rozpoznawalność pierwowzoru literackiego i zyski osiągalne z jego sprzedaży, co powinno skłaniać do zaopatrzenia produktu wydawniczego w informacje o istniejącym powiązaniu z przemysłem filmowym. Wybór ekranizacji dostępnych na platformach SVoD miał na celu podjęcie próby odpowiedzi na pytanie, w jakim stopniu dystrybucja streamingowa wpływa na okładki rodzimych, ale także zagranicznych edycji polskiej literatury.

Najbardziej charakterystycznym sposobem wskazywania na związek książki z produkcją filmową są tzw. okładki filmowe (*movie tie-in covers*). Publikacje, które w większym stopniu nawiązują do adaptacji filmowej poprzez wykorzystanie kadrów z ekranizacji nie tylko w wyposażeniu zewnętrznym książki, ale także wewnątrz niej charakteryzowane są jako wydania filmowe (*movie tie-in editions*)<sup>29</sup>. Trzeba jednak przyznać, że w ofertach wydawniczych publikacje zaopatrzone wyłącznie w okładkę filmową również oznaczane są jako wydania filmowe. Okładka, poza funkcją ochronną, pełni istotną rolę jako rodzaj wizytówki książki, a zarazem jej marketingowe opakowanie, które najwcześniej zauważa odbiorca, co wpływa na jego pierwsze wrażenie o przeglądany tytuł<sup>30</sup>. Dostarcza czy-

<sup>29</sup> Zob. wydanie specjalne powieści *13 powodów* Jaya Ashera wydawnictwa REBIS z 2017 r. z alternatywnym zakończeniem i innymi dodatkowymi materiałami (do edycji, oprócz plakatu wykorzystanego na okładce, dodane zostały również zdjęcia z serialu wyprodukowanego przez Netfliksa). Innym charakterystycznym przykładem jest wydanie kolekcjonerskie *Chłopów* Władysława Rejmonta (Agora, 2023), zawierające kadry z ekranizacji w reżyserii D.K. Welchman i Hugh Welchmana, zrealizowanej w technice animacji malarskiej. Pełnią one rolę kolorowych ilustracji na siedmiu specjalnych składkach.

<sup>30</sup> D. Piekarczyk, *Okladka jako wizytówka wydawnictwa*, „Sztuka Edycji. Studia Tekstologiczne i Edytorskie” 2024, t. 26, nr 2, s. 31.

telnikowi, ale niekiedy tylko nabywcy książki, podstawowych informacji na temat zawartości treściowej publikacji, identyfikuje ją, a także zachęca do jej lektury lub zakupu<sup>31</sup>. Okładka powinna być spójna z pozostałymi elementami książki, w tym jej zawartością treściową, jednocześnie charakteryzuje ją jednak pewien stopień autonomii, w związku z czym może być rozpatrywana jako samodzielna realizacja wizualno-słowna<sup>32</sup>. Owa autonomiczność zanika w przypadku okładki filmowej ze względu na jej silne powiązanie z konkretną interpretacją – utworem filmowym, przejawiające się w wykorzystaniu związanego z nim materiału graficznego w postaci plakatów, kadrów czy fotosów. Ceną za przyciągnięcie do książki fana ekranizacji jest często niewielka oryginalność okładki i w konsekwencji brak silnej identyfikacji z odpowiedzialnym za publikację wydawnictwem<sup>33</sup>. Poza wykorzystaniem plakatu filmowego na okładce książki powszechnie stosowany jest również zabieg dodawania do niej informacji o samym istnieniu adaptacji i ewentualnie sposobie jej dystrybucji – kinowej, telewizyjnej lub streamingowej.

W prezentowanym badaniu pod uwagę wzięto informacje na temat pierwowzorów literackich adaptacji filmowych zawarte w bazach Film Polski i Filmweb, natomiast przedmiotem analizy były okładki książek występujące w serwisie Goodreads (w odniesieniu do niektórych tytułów weryfikowane również na stronach wydawnictw i księgarń). Źródłem materiałów graficznych towarzyszących produkcjom filmowym (plakatów i kadrów z filmów) był serwis Filmweb. Ze względu na rekonesansowy charakter badania analizą zostały objęte premiery z ostatnich lat, dla których materiałem źródłowym była polska literatura. Ponadto w badaniu uwzględniono jedynie okładki publikacji drukowanych (z wyłączeniem e-booków i audiobooków).

Ostatecznie wytypowano 53 produkcje (filmy i seriale lub poszczególne sezony seriali, jeśli fabuła każdego z nich oparta została na jednym tomie danego cyklu) z ostatniej dekady (od 2015 do 2024 włącznie), dla których pierwowzorem było 60 książek polskich autorów. Spośród nich istnienie 40 adaptacji filmowych (75%) zostało wskazane przez wydawców

---

<sup>31</sup> B. Hojka, *Okładka książkowa z perspektywy komunikacyjnej*, [w:] *W poszukiwaniu odpowiedniej formy. Rola wydawcy, typografa, artysty i technologii w pracy nad książką*, red. M. Komza, współudz. E. Jabłońska-Stefanowicz, E. Repucho, Wrocław 2012, s. 66.

<sup>32</sup> Tamże, s. 64.

<sup>33</sup> E. Koziołkiewicz, *Okładki polskich wydań utworów Jane Austen po 1989 roku*, „Przegląd Humanistyczny” 2019, t. 63, nr 2 (465), s. 93. Autorka podkreśliła, że co prawda o wyglądzie okładki oprócz wybranego kadru decydują też m.in. kolorystyka, kompozycja i typografia, jednak „wkład grafika może być przez odbiorców rzadziej uwzględniany, bo o efekcie zdaje się przesądzać fotos odziedziczony po adaptacji” [tamże, s. 94].

na okładkach. Niemal we wszystkich rodzimych edycjach wykorzystano plakaty na okładkach lub na opaskach (jak miało to miejsce w przypadku publikacji *Excentrycy* Włodzimierza Kowalewskiego i *Idealnej rodziny* Ilony Łepkowskiej pierwowzoru filmu *Zołza*). Kadry filmowe zostały wykorzystane wyłącznie na okładkach książek *Behawiorysta* Remigiusza Mroza oraz *Filip* Leopolda Tyrmanda. Publikacjami, w których pojawiła się jedynie informacja o istnieniu adaptacji filmowej były *Michalina* Wisłocka. *Sztuka kochania gorszyicielki* Violetty Ozminkowski oraz *Skazana* Ewy Ornackiej z 2024 r.<sup>34</sup> Innym charakterystycznym elementem wyposażenia okładek książek zawierających pierwowzory literackie adaptacji filmowych były wskazówki dotyczące ich dystrybucji. Dostępność w kinach widniała na okładkach publikacji nawiązujących do 11 produkcji filmowych. Informacje o dystrybucji streamingowej zostały z kolei wykorzystane na okładkach książek w odniesieniu do 19 produkcji adaptowanych. Odwołania objęły wszystkie brane pod uwagę platformy (Netflix, Amazon Prime, HBO GO – obecnie HBO Max, SkyShowtime), a ponadto Canal+ oraz Player. W tym ostatnim przypadku duża liczba produkcji filmowych (10) wynikała z 5 sezonów serialu *Chyłka*, ale także z włączenia platformy Player do grupy Warner Bros. Discovery, dzięki czemu produkcje należące do zbioru Player Original stały się dostępne również na platformie Max. Tego typu zmiana w dystrybucji została odnotowana na okładkach dwóch edycji powieści *Szadź* Igora Brejdyganta, ponieważ tom wydany przez Marginesy w 2020 r. miał dopisek „Serial dostępny w Player”, natomiast wydanie Znak z 2024 r. zawierało już logo Max.

Próba odpowiedzi na pytanie, czy istnienie adaptacji lub też fakt jej dystrybucji streamingowej został zaznaczony na okładkach wydań zagranicznych, wskazała na jedynie 3 takie przypadki. Pierwszym z nich był serial Netfliksa *Wiedźmin*, wzbudzający ogromne zainteresowanie już w trakcie realizacji pierwszego sezonu przede wszystkim ze względu na popularność sagi Andrzeja Sapkowskiego, która światowy rozgłos zyskała za sprawą gier wideo firmy CD Project. Wydania tomu *Ostatnie życzenie* zawierające okładkę filmową z plakatem z serialu i informacją o dostępności na Netfliksie ukazały się zarówno w języku polskim (2020, wydawnictwo SuperNova), jak i w wielu innych językach (angielskim, hiszpańskim, węgierskim, słoweńskim, francuskim, estońskim, serbskim, portugalskim, duńskim i włoskim). W przypadku tomu *Miecz przeznaczenia*, który również został wymieniony jako pierwowzór pierwszego sezonu serialu, okładka filmowa pojawiła się jedynie w wydaniach w językach francuskim i portugalskim. Do popularności *Wiedźmina* odwołał się również wydawca

<sup>34</sup> Wydawnictwo Rebis wcześniejsze wydanie tej samej książki z 2021 r. zaopatrzyło jednak w typową okładkę filmową.

francuskiego wydania powieści Jakuba Szamałka *Cokolwiek wybierzesz* z cyklu *Ukryta sieć*, ponieważ na okładce znalazła się informacja, że autor jest jednym ze scenarzystów gry *Wiedźmin 3: Dziki Gon*. Plakat z adaptacji filmowej książki Szamałka został jednak włączony jedynie do okładki polskiego wydania. Drugim przypadkiem odnotowania istnienia adaptacji filmowej na okładkach zagranicznych edycji książek był cykl trzech publikacji Blanki Lipińskiej *365 dni*, o tyle charakterystyczny w kontekście przeprowadzonej analizy, że jedynie okładki wydań zagranicznych informowały o jego statusie pierwowzoru dla hitu filmowego. Trzecim przypadkiem była powieść *Ślepnąc od świateł* Jakuba Żulczyka, której okładka wydania w języku angielskim z 2021 r. zawierała informację „award winning HBO EUROPE TV series”.

Andrzej Sapkowski należy do grona najczęściej tłumaczonych polskich pisarzy i spora liczba okładek filmowych zagranicznych wydań jego książek nie jest zaskoczeniem (samo *Ostatnie życzenie* jest w Goodreads reprezentowane przez 270 wydań w różnych językach). Ze względu na popularność sagi o Wiedźminie pierwszy jej tom stanowi zatem, według zaproponowanej w tym artykule analizy, najczęściej zaopatrywaną w okładkę filmową książkę. Wykorzystując zgromadzone w bazie dane podjęłam również próbę wyłonienia nazwiska pisarza, którego pierwowzory literackie są najczęściej wykorzystywane w produkcjach dostępnych w streamingu. Analiza wszystkich 517 filmów wykazała, że jedynie utwory Remigiusza Mroza doczekały się trzech adaptacji (seriale *Chyłka*, *Behawiorysta* i *Forst*), a po dwie adaptacje odnosiły się do twórczości takich autorów jak: Henryk Sienkiewicz, Jerzy Stefan Stawiński, Katarzyna Bonda i Jakub Żulczyk. Wyłonienie wydawnictwa, które najczęściej korzysta z formuły okładki filmowej dla swoich publikacji wymagałoby rozszerzenia materiału badawczego o produkcje dystrybuowane poza streamingiem, natomiast w odniesieniu do zgromadzonych w prezentowanym badaniu danych tego typu nawiązanie w odniesieniu do czterech lub trzech tytułów zastosowały następujące rodzime wydawnictwa: W.A.B., Czwarta strona (choć trzeba przyznać, że w tym przypadku chodziło o poszczególne tomy cyklu *Chyłka*) oraz Prószyński i S-ka. Pozostałe oficyny (Agora, Bukowy Las, Czarna Owca, Czarne, Edipresse, Filia, Flow, Krytyka polityczna, Latarnik, Luna, Marginesy, MG, Muza, Novae Res, Rebis, SuperNova, Świat Książki, Uroboros, Wielka Litera, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wydawnictwo Literackie, Znak) wprowadziły nawiązanie do adaptacji filmowej w dwóch lub jednej publikacji.

Istotnym elementem przeprowadzonego badania, oprócz analizy sposobów informowania o adaptacjach filmowych na okładkach książek, była również odległość czasowa pomiędzy premierą adaptacji filmowej

a ukazaniem się na rynku wydania zawierającego informację o niej (w postaci graficznej lub tekstowej). Okazało się, że niemal wszystkie wzięte pod uwagę książki wydane zostały w tym samym roku, w którym premierę miała adaptacja (lub w odstępie miesiąca na przełomie roku). W nielicznych przypadkach tytułów, które nie zostały wznowione jako wydania filmowe, do wcześniejszych okładek została dodana informacja o adaptacji (*Michalina Wisłocka. Sztuka kochania gorszycielki* Violetty Ozminkowski oraz *Idealna rodzina* Ilony Łepkowskiej). Dla wydawców istotny jest zatem sam fakt pojawienia się adaptacji filmowej, bez względu na to, jakie będzie jej przyjęcie ze strony widowni kinowej, telewizyjnej czy streamingowej. Potwierdzeniem tej tezy jest również dokonana przeze mnie analiza relacji między najczęściej oglądanymi na całym świecie polskimi adaptacjami na Netflixie a ich występowaniem na okładkach książek, ponieważ wśród produkcji filmowych, których istnienie zostało zaznaczone na owych okładkach znalazły się również tytuły nieposiadające podobnego odniesienia: *Kolory zła. Czerwień* (pięć tygodni w Top 10 Global) czy *Dzisiaj śpisz ze mną* (dwa tygodnie w Top 10 Global)<sup>35</sup>.

### Ograniczenia w badaniu i podsumowanie

Co prawda wyniki przeprowadzonego badania pokrywają się ze statystykami omówionych analiz repertuaru wielkich wytwórni filmowych, Netflixu czy europejskich producentów produkcji fabularnych w różnym stopniu, należy jednak podkreślić ich ograniczony charakter. Badane były bowiem jedynie polskie adaptacje dystrybuowane za pomocą wybranych platform streamingowych, więc uzupełnieniem uzyskanych danych byłoby ich rozszerzenie o ekranizacje dostępne jedynie w kinie czy telewizji. Zwiększenie ilości analizowanego materiału źródłowego mogłoby wpłynąć również na ogólną charakterystykę zjawiska okładki filmowej. Kolejnym ograniczeniem przeprowadzonej analizy były również źródła, z których pozyskiwano informacje i pobierano materiał graficzny do badania (okładki książek i plakaty filmowe). Platformy takie jak Goodreads, Filmweb czy Upflix dysponują ogromnymi bazami danych i stanowią sprawne narzędzia wyszukiwawcze, nastawione są jednak przede wszystkim na zaspokajanie bieżących potrzeb czytelnich i filmowych użytkowników sieci. Ich wykorzystanie w badaniach jest problematyczne, nie tylko ze względu na wiarygodność i precyzyjność danych, ale także różne uwikłania prawne

---

<sup>35</sup> Zgodnie z rankingami udostępnionymi na witrynie Netflix Tudum ([on-line:] <https://www.netflix.com/tudum> – 13.11.2025).

i ekonomiczne tego typu usług<sup>36</sup>. Pełen obraz powiązań między książką a filmem przejawiających się w postaci adaptacji, ale także działań podejmowanych przez wydawców w przestrzeni książki (okładki filmowe itp.) wymagałby zatem znacznego rozszerzenia pola badawczego.

Co prawda zastosowane w badaniu kryteria decydują o tym, że nie sposób na podstawie jego wyników przedstawić wyczerpującej diagnozy stopnia wykorzystania materiału literackiego w przemyśle filmowym czy skali odniesień do produktów filmowych na rynku wydawniczym, jednak pewne wyłonione prawidłowości pozwalają na wysnucie określonych wniosków. Wskazanie przez polskich wydawców większości rodzimych realizacji filmowych wyprodukowanych w ostatniej dekadzie i dostępnych w streamingu na okładkach książek świadczy o częstej praktyce swoistego włączania adaptacji filmowych w obieg publikacji drukowanych. Adaptacja filmowa jest natomiast odnotowywana przez wydawców zagranicznych edycji publikacji polskich autorów w wyjątkowych przypadkach. Samo jej istnienie nie jest wystarczająco atrakcyjnym narzędziem marketingowym w promowaniu polskiej literatury, do czego częściej są wykorzystywane inne środki. Najlepszym przykładem tej prawidłowości jest powieść Olgi Tokarczuk *Prowadź swój pług przez kości umarłych*, która doczekała się tylko jednej okładki polskiego wydawcy z plakatem filmu *Pokot*, natomiast na większości pozostałych 140 okładek w Goodreads widniała adnotacja o otrzymaniu przez autorkę nagród Nobla i Bookera. Kolejnym problemem do zbadania mogłyby zatem być relacje między nawiązaniami do branży wydawniczej, filmowej i growej w przestrzeni wydawanych książek.

Prezentowane w artykule wyniki badania ujawniły charakterystyczne formy informowania przez wydawców o istnieniu adaptacji filmowej – od sposobów jej dystrybucji po okładki filmowe. Wydawcy wykorzystują materiały filmowe w projektach okładek, sugerując potencjalnym czytelnikom i nabywcom książki rangę tekstu, który został wybrany przez środowisko filmowe do zaadaptowania. Chęć osiągnięcia określonych celów marketingowych przewyższa w tym przypadku ewentualne obawy związane z walorami estetycznymi czy hipotetycznym bojkotem ze strony nieakceptujących tego typu rozwiązań nabywców książek<sup>37</sup>. Ostatnim z sugerowanych kierunków badań jest zatem głębsza analiza konsekwencji kulturowych, estetycznych, rynkowych itd. coraz wyraźniejszego łączenia produktów filmowych i książkowych w celu wzmocnienia i uatrakcyjnienia oferty zarówno audiowizualnej, jak i wydawniczej.

---

<sup>36</sup> Czego charakterystycznym przykładem jest przejęcie Goodreads przez Amazona w 2013 r.

<sup>37</sup> T. Gardziński, dz. cyt.

## Bibliografia

- Bogart L., *Media mergers and the future of books*, „Logos” 1998, vol. 9, no. 1, s. 14–17, <https://doi.org/10.2959/logo.1998.9.1.14>.
- Book to film and TV adaptations*, Penguin, [on-line:] <https://www.penguin.co.uk/about/company-articles/book-to-film-and-tv-adaptations> – 13.11.2025.
- Bullard H., *How Netflix Changed the World of Book Adaptation*, „Publishing Research Quarterly” 2023, vol. 39 no. 2, s. 120–131.
- Cardoso L., *Comparative literature and film studies: The paradox of adaptations*, „International Journal of Scientific and Technology Research” 2019, vol. 8, issue 10, s. 1348–1352, [on-line:] <https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=2394a4e0-ab3c-3807-9779-88b4a27083c6> – 13.11.2025.
- Choczaj M., *O adaptacji, ekranizacji, przekładzie intersemiotycznym i innych zmartwieniach teorii literatury, filmu i mediów*, „Przestrzenie Teorii” 2011, nr 16, s. 11–39, <https://doi.org/10.14746/pt.2011.16.1>.
- Cuelenaere E., *How „original” are Netflix Original films? Mapping and understanding the recycling of content in the age of streaming cinema*, „Media, Culture & Society” 2024, vol. 46, no. 5, s. 991–1009.
- Fondevila-Gascón J.-F., Berbel-Giménez G., Blanco C., *Adaptations versus original film premieres trends in broadband society: a comparative analysis*, „El Profesional de La Información” 2023, vol. 32 no. 2, s. 1–11, <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.14>.
- Friedman J., *How a Book Becomes a Movie*, Jane Friedman, 27.07.2015, (updated: 18.02.2025), [on-line:] <https://janefriedman.com/how-a-book-becomes-a-movie/> – 13.11.2025.
- Gardziński T., *Filmowe okładki – hit czy kit?*, „Książki: magazyn literacki” 2023, nr 7, s. 12–15.
- Hojka B., *Okładka książkowa z perspektywy komunikacyjnej*, [w:] *W poszukiwaniu odpowiedniej formy. Rola wydawcy, typografa, artysty i technologii w pracy nad książką*, red. M. Komza współudz. E. Jabłońska-Stefanowicz, E. Repucho, Wrocław 2012, s. 61–72.
- Joshi A., Mao H., *Adapting to succeed? Leveraging the brand equity of best sellers to succeed at the box office*, „Journal of the Academy of Marketing Science” 2012, vol. 40, no. 4, s. 558–571, <https://doi.org/10.1007/s11747-010-0241-2>.
- Kennedy-Karpat C., *Adaptation studies in Europe*, [w:] *6th International e-Conference on Studies in Humanities and Social Sciences: Conference Proceedings*, Center for Open Access in Science, Belgrade 2020 (December), s. 15–28, [on-line:] <http://centerprode.com/conferences/6IeCSHSS/coas.e-conf.06.02015k.pdf> – 13.11.2025.
- Koziółkiewicz E., *Okładki polskich wydań utworów Jane Austen po 1989 roku*, „Przegląd Humanistyczny” 2019, t. 63, nr 2 (465), s. 91–104.
- Mehta S., *How Are Books Adapted for the Screen? Two Agents Demystify the Process*, Jane Friedman, 10.08.2022 (updated: 18.02.2025), [on-line:] <https://janefriedman.com/how-are-books-adapted-for-the-screen-two-agents-demystify-the-process> – 13.11.2025.

- Mrozowski M., *Przenikanie mediów. Ewolucja mediów a przemiany ładu społecznego*, Warszawa 2020.
- Murray S., *The adaptation industry: The cultural economy of contemporary literary adaptation*, Routledge, 2012.
- Piekarczyk D., *Okładka jako wizytówka wydawnictwa, „Sztuka Edycji. Studia Tekstologiczne i Edytorskie”* 2024, t. 26, nr 2, s. 31–39.
- Publishing's Contribution to the Wider Creative Industries*, A report prepared for the Publishers Association, July 2018, [on-line:] <https://www.frontier-economics.com/media/vyfd1iz3/publishings-contribution-to-the-wider-creative-industries.pdf> – 13.11.2025.
- Schneeberger A., *Audiovisual fiction production in Europe – 2023 figures*, European Audiovisual Observatory, Strasbourg 2024, [on-line:] <https://rm.coe.int/audiovisual-fiction-production-in-europe-2023-figures-december-2024-a-1680b2dbda> – 13.11.2025.
- Słownik terminologii medialnej*, red. W. Pisarek, Kraków 2006.
- Stoll J., *Market share of SVOD platforms in the U.S. 2024*, Statista, 16.10.2024, [on-line:] <https://www.statista.com/statistics/496011/usa-svod-to-tv-streaming-usage/> – 13.11.2025.

## Streszczenie

Począwszy od pierwszych realizacji fabularnych literatura zawsze była dla przemysłu filmowego źródłem inspiracji, ale także gotowego materiału do wykorzystania w scenariuszach. Potencjał tkwiący w adaptacjach coraz częściej doceniają również platformy SVoD dokonujące głębokiej penetracji rynku wydawniczego w poszukiwaniu tytułów mogących zaspokoić potrzeby ich abonentów. Obecna intensyfikacja działań podejmowanych zarówno przez filmowców, jak i wydawców na rzecz adaptowania tekstów literackich została opisana w pierwszej części artykułu. Druga jego część zawiera wyniki badań własnych uwzględniające ilościowe ujęcie oferty polskich ekranizacji dostępnych w ofercie streamingowej o zasięgu międzynarodowym. Część trzecia natomiast stanowi próbę charakterystyki, dokonanej również na podstawie badań własnych, tej widocznej formy łączenia uniwersum książki i filmu, jaka przejawia się w postaci okładek filmowych. Zgodnie z uzyskanymi danymi działania realizowane przez wydawców w tym zakresie odnosiły się do 75% polskich adaptacji filmowych i serialowych z ostatniej dekady dostępnych w streamingu.

Słowa kluczowe: adaptacja filmowa, okładka filmowa, rynek książki, platformy streamingowe, Netflix, Prime Video, Max, SkyShowtime

---

Literary adaptations and film tie-in book covers  
in the context of contemporary publishing and film production:  
A preliminary study based on Polish screen adaptations  
on selected SVoD platforms

Abstract

From the very first fiction productions, literature has always been a source of inspiration for the film industry, but also a ready-made material for screenplays. The potential inherent in adaptations is also increasingly recognised by SVoD platforms, which are deeply penetrating the publishing market in search of titles that can satisfy subscriber demand. The current intensification of efforts by both filmmakers and publishers to adapt literary texts is described in the first part of this article. The second part presents the results of the author's own research, offering a quantitative overview of Polish screen adaptations available on internationally accessible streaming services. The third part is an attempt to characterise, also on the basis of the author's own study, this visible form of convergence between the literary and cinematic worlds, as manifested in the use of film tie-in book covers. According to the collected data, such publisher activities were observed in 75% of Polish film and series adaptations of the last decade available on streaming.

Keywords: film adaptation, film tie-in cover, book market, streaming platforms, Netflix, Prime Video, Max, SkyShowtime