

Anna Kowalewska

Uczestnictwo Polaków w kulturze

Wprowadzenie

Lata dziewięćdziesiąte ubiegłego wieku były w Polsce okresem ważnych przemian o charakterze społeczno-politycznym i kulturowym. Zmiany w kulturze to efekt oddziaływania kultury Zachodu, zwłaszcza amerykańskiej, oraz wyraz pewnych uniwersalnych tendencji obecnych w kulturze od dawna.

Zmiany te w dużej mierze wyznaczone są przez rozwój społeczeństwa informacyjnego i związane z tym upowszechnianie się nowych technik informacyjno-komunikacyjnych, tzw. nowych mediów. Wśród nich najbardziej doniosłe, rewolucyjne znaczenie ma bez wątpienia Internet, ale na kształt kultury wpływają również telewizja cyfrowa, wideo, gry komputerowe, książki multimedialne. Tradycyjne media ustępują miejsca nowym interaktywnym środkom komunikowania masowego, choć nie we wszystkich grupach społecznych w tym samym stopniu. Nawet telewizja, traktowana jako medium o największym znaczeniu społecznym, jest dziś powoli wypierana przez komunikowanie internetowe lub pod wpływem Internetu przeobra-

za się w przekątnik multimedialny – telewizję interaktywną (Kluszczyński 2001, s. 14).

Wiele cech współczesnych mediów i współczesnej kultury wiąże się również z postmodernizmem. W charakterystycznym dla późnej nowoczesności porządku społecznym zwraca się uwagę na wielkie znaczenie mass mediów i kultury popularnej w definiowaniu świata społecznego. Kultura popularna i media coraz bardziej wyznaczają nasze rozumienie rzeczywistości i sposób, w jaki określamy samych siebie oraz otaczający nas świat (Strinati 1998, s. 179). Kolejną cechą ponowoczesności jest w sferze kultury przewaga stylu i formy nad treścią, obrazów nad narracją, co w konsekwencji sprawia, że takie cechy, jak wartość artystyczna, prawość, powaga, autentyczność, realizm, głębia intelektualna, przestają obowiązywać (Strinati 1998, s. 180). W rezultacie znika podział na kulturę „wyższą” i „niższą”. Kultura popularna odmawia bowiem uznawania odrębności kultury artystycznej.

Brak wyraźnych dystynkcji między kulturą popularną a elitarną utrwalany jest przez upowszechniającą się postawę nazywaną populizmem kulturalnym. Polega ona na przypisywaniu wyższej społecznie rangi kulturze popularnej, temu, co podoba się „zwykłym” ludziom, niż kulturze elitarniej, w której uczestnictwo wymaga odpowiedniego poziomu kompetencji kulturalnych.

W rezultacie kultura wysoka staje się „[...] jedną z subkultur nowoczesnego społeczeństwa – subkulturą, której wprawdzie ciągle przyznaje się takie czy inne specjalne względy (na przykład w postaci pewnej liczby obowiązkowych lektur szkolnych czy też subsydiowania dzieł, które nie dają się sprzedać), ale nie prawo orzekania, co jest «prawdziwą» kulturą, a co nią nie jest. [...] utraciła ona spo-

ro ze swego dawnego autorytetu, a faktyczny przybytek liczby jej zwolenników jest stosunkowo niewielki, jeśli zważyć zanik analfabetyzmu i stały wzrost średniego poziomu wykształcenia. Ale nawet wyższe wykształcenie przestało oznaczać wejście w krąg kultury wysokiej” (Szacki 2002, s. 9).

Trafną prognozę kierunku zmian w uczestnictwie kulturalnym, uwzględniającą zarówno zmiany związane z rozwojem nowych mediów, jak i zmiany w „anatomii gustu”, stawia Dominic Strinati. Twierdzi on że: „[...] świat w coraz większym stopniu składać się będzie z ekranów mediów i wytworów kultury popularnej: telewizji, telewizji kablowej, wideo, komputerów, gier komputerowych, odbiorników stereo, reklam, parków tematycznych, centrów handlowych, fikcyjnego kapitału, które wszystkie są częścią tendencji rozwoju w kierunku postmodernistycznej kultury popularnej” (Strinati 1998, s. 188).

Opisane wyżej tendencje znajdują odbicie w życiu kulturalnym Polaków. Wraz ze zmianami cywilizacyjnymi i pojawieniem się nowych technik przekazywania tekstu i obrazu zachodzi proces wycofywania się z uczestnictwa w kulturze zinstytucjonalizowanej (innymi słowy – proces udomowienia kultury pod wpływem technicznych środków przekazu) i ekspansji kultury masowej. Pojawiają się także nowe formy uczestnictwa w kulturze (Grabowska 1992, s. 6). Nie bez znaczenia dla kształtu życia kulturalnego Polaków pozostaje też hedonizm społeczeństw konsumpcyjnych i zmiany gustu estetycznego (Milczarek 1992, s. 133). Echa tych zmian pobrzmiewają w dyskusji o stanie kultury, toczącej się od kilku lat w Polsce na gruncie naukowym i publicystycznym. Dyskutanci zwracają uwagę na kryzys, którego przejawem jest zmniejszenie inten-

sywności uczestnictwa Polaków w kulturze i obniżenie poziomu tego uczestnictwa. Z przekazywanych przez media komunikatów z badań, w tym również badań widowni różnych programów telewizyjnych, wyłania się obraz Polaka: człowieka coraz mniej „kulturalnego”, coraz rzadziej bywającego w teatrze, mało czytającego, rzadko sięgającego po prasę codzienną, gustującego w serialach i programach rozrywkowych, słuchającego przede wszystkim muzycznego radia.

Próba weryfikacji postawionych wyżej hipotez może być przeprowadzone we wrześniu 2002 roku badanie potrzeb i aspiracji kulturalnych Polaków oraz ich udziału w kulturze, zarówno wyższej, jak i popularnej¹. Termin „uczestnictwo w kulturze” zoperacjonalizowano zgodnie z tradycją przyjętą w polskiej socjologii kultury i w zrealizowanych na ten temat badaniach. Założono więc, że o uczestnictwie w kulturze decyduje kontakt uczestniczący z działalnością różnych instytucji powołanych do upowszechniania kultury symbolicznej (Adamczuk 1991, s.19). Do podstawowych wskaźników życia kulturalnego włączono produkty przekazywane w drugim i trzecim kanale kultury symbolicznej: instytucje kulturalne (uczestnictwo zinstytucjonalizowane) i środki masowego przekazu (uczestnictwo medialne). Poświęcono również uwagę potrzebom i aspiracjom kulturalnym Polaków, roli telewizji jako sposobu uczestnictwa w kulturze oraz roli Internetu jako no-

¹ Badanie zostało przeprowadzone na zlecenie Telewizji Polskiej przez Instytut Badania Opinii i Rynku „Pentor” na próbie reprezentatywnej 1200 Polaków w wieku 18–65 lat. Zrealizowano je metodą bezpośrednich wywiadów kwestionariuszowych w domach/ mieszkaniach respondentów. Wyniki można przenosić na ogół polskiej populacji w wieku 18–65 lat z maksymalnym błędem statystycznym +/-2,8%.

wego medium i nowego sposobu komunikacji treści kulturalnych.

W niniejszym artykule przedstawię wyniki tego badania dotyczące wybranych aspektów życia kulturalnego Polaków ze szczególnym uwzględnieniem skali ich uczestnictwa w kulturze popularnej i elitarnej.

Czas wolny i sposób jego wykorzystania

Podstawowym warunkiem uczestnictwa w kulturze jest posiadanie czasu wolnego. Na podstawie sposobu zagospodarowania czasu wolnego, a zwłaszcza miejsca w nim kultury symbolicznej, wnioskować można o roli kultury w życiu człowieka i o wzorze korzystania z niej, o rozbudzonych potrzebach kulturalnych bądź ich braku. Dlatego też w badaniu sporo miejsca poświęcono problematyce czasu wolnego.

Nie wnikając w spory definicyjne przyjęto, że czas wolny to ten, który pozostaje poza pracą zawodową/szkołą, koniecznymi obowiązkami domowymi i dodatkową pracą. Odpowiedzi badanych wskazują, że może on być jednak wypełniany różnego rodzaju zajęciami, obowiązkowymi i nieobowiązkowymi, wykonywanymi chętnie i mniej chętnie.

Respondentom przedstawiono listę różnych czynności, którymi można zajmować się w czasie wolnym, poproszono też o wskazanie maksymalnie pięciu zajęć wykonywanych przez nich w dni powszednie oraz w wolne soboty i niedziele. W dalszej części wywiadu pytano badanych, jak chcieliby spędzać czas wolny w warunkach nieskrępowanych możliwości (tu również można było wskazać maksymalnie pięć czynności).

Z badania wynika, że przeciętny Polak spędza czas wolny w sposób domowo-rodzinny. Dla zdecydowanej większości dominującą rozrywką jest telewizja, którą ogląda około trzech czwartych badanych, zarówno w dni powszednie, jak i w weekendy. Telewizja to rozrywka atrakcyjna w zasadzie dla wszystkich, z zasięgu jej oddziaływania wymykają się (częściej niż inni) jedynie ludzie najmłodszy (18–29 lat), lepiej wykształceni, o bogatszych doświadczeniach kulturalnych w dzieciństwie, pochodzący z większych miast (w których oferta rozrywek jest z pewnością największa).

Tabela 1
Faktycznie realizowane i preferowane sposoby spędzania czasu wolnego (w %)

Sposoby spędzania wolnego czasu	Faktycznie realizowane		Preferowane
	dni powszednie	soboty i niedziele	
1	2	3	4
Oglądanie telewizji	73	72	46
Rozmowa z małżonkiem, dziećmi, rodziną	48	43	34
Wykonywanie prac domowych	36	16	11
Czytanie gazet	34	22	18
Słuchanie muzyki	28	21	17
„Leniuchowanie”	25	35	30
Praca na działce, w ogrodzie	23	10	14
Chodzenie na spacer	22	32	27
Zapraszanie lub odwiedzanie krewnych, przyjaciół	20	37	36
Czytanie książek	19	18	17

Uczestnictwo Polaków w kulturze

1	2	3	4
Wykonywanie napraw, remonty w domu	16	4	6
Wysypianie się	14	24	22
Zajmowanie się samochodem	8	4	5
Komputer, Internet	8	5	9
Chodzenie na zakupy dla przyjemności	7	5	15
Chodzenie do kawiarni, restauracji, pubu	6	9	17
Oglądanie filmów na wideo/DVD/komputerze	6	6	7
Praca dodatkowa, zarabianie	6	2	7
Uczenie się, doskonalenie kwalifikacji zawodowych	5	2	5
Uprawianie sportu	5	4	12
Dbanie o siebie	5	6	19
Wyjazdy na wycieczki za miasto	5	14	32
Chodzenie na zabawy/dyskoteki	4	8	11
Chodzenie do kina	3	6	20
Chodzenie na zawody sportowe	3	5	10
Chodzenie do teatru	0	1	8
Chodzenie na koncerty	1	2	8

Źródło: Dane z raportu z badania „Potrzeby i aspiracje kulturalne Polaków”.

Niezależnie od typu dnia (weekend czy dzień powszedni) lubimy również porozmawiać z członkami rodziny, choć popularność tego zajęcia jest i tak znacznie niższa niż oglądania telewizji (48% w dni powszednie, 43% w weekendy).

W dni powszednie wykonujemy ponadto prace domowe, czytamy gazety, słuchamy muzyki, leniuchujemy (od

25% do 36% wskazań). Bardziej aktywni pracują na działce/w ogrodzie (to zajęcie popularne zwłaszcza wśród najstarszych) lub chodzą na spacer (ponad 20%). Niektórzy respondenci, zwłaszcza najmłodszy i najstarsi, a więc osoby o stosunkowo dużym budżecie czasu wolnego, zapraszają do siebie rodzinę/znajomych lub chodzą w odwiedziny (20%). Inni sięgają w tym czasie po książkę (19%).

Wzory spędzania wolnego czasu w weekendy niewiele odbiegają od wzorów dnia powszedniego. Czas wolny wykorzystywany jest wtedy podobnie, przy czym większy odsetek Polaków ma wówczas szansę zaprosić gości do siebie lub wybrać się w odwiedziny, poleniuchować, pójść na spacer i wyspać się, niektórzy czytają gazety, słuchają muzyki i czytają książki. W repertuarze czynności wykonywanych podczas weekendu pojawiają się również wycieczki za miasto. Przedstawiona lista zajęć cieszących się największą popularnością wskazuje, że nawet w weekendy nie jesteśmy zbyt skłonni do prowadzenia życia kulturalnego. Tylko 6% badanych ogląda wówczas filmy na wideo/DVD i 6% chodzi do kina. Znacznie częściej są to osoby najmłodsze (18–29 lat).

Mała aktywność kulturalna może wynikać zarówno z braku uświadomionych potrzeb kulturalnych (braku aspiracji kulturalnych), jak i z innych czynników, np. ograniczeń finansowych, braku czasu wolnego itp. Próbowano zdiagnozować stan aspiracji kulturalnych Polaków zadając pytanie o preferowany sposób spędzania wolnego czasu w warunkach nieskrępowanych możliwości. Okazuje się, że jest on zaskakująco zgodny z faktycznie realizowanymi wzorami – czas wolny Polacy spędzają więc tak, jak chcieliby go spędzać.

Dla znacznej części Polaków najlepszym pomysłem na spędzanie wolnego czasu jest oglądanie telewizji (46%).

Atrakcyjne są także (choć w znacznie mniejszym stopniu) odwiedzanie krewnych, przyjaciół lub ich przyjmowanie, rozmowa z członkami rodziny (odpowiednio 36% i 34%), wśród osób z wykształceniem wyższym – czytanie książek (33%). Ciekawe, że nawet gdy leniuchujemy lub wysypiamy się, mamy poczucie, iż tego właśnie najbardziej chcemy.

Do zajęć, które niekoniecznie udaje się nam realizować w praktyce dnia codziennego, należą przede wszystkim wycieczki za miasto (32%). Są one przedmiotem pożądania wszystkich grup społecznych i demograficznych, nieco częściej osób aktywnych zawodowo i czynnie spędzających czas wolny (odwiedzających instytucje kulturalne i rozrywkowe). Respondenci chcieliby również częściej chodzić do kina (deklaruje to 20% badanych, częściej są to najmłodsi, lepiej wykształceni, aktywnie spędzający czas na rozrywkach pozadomowych, pochodzący z dużych miast). Część Polaków, częściej osoby najmłodsze, studenci i uczniowie, pochodzący z małych miasteczek, czuje także niedosyt życia kawiarniano-klubowego i koncertów (odpowiednio 17% i 8%). Kobiety ponadto chciałyby więcej czasu poświęcać na dbanie o siebie i zakupy dla przyjemności. Mężczyznom z kolei, zwłaszcza młodym i pochodzącym z miast, brakuje aktywnego sportu.

Aspiracje w kierunku wysokiej kultury mają nieliczni badani. Tylko co dziesiąty uczestnik sondażu w warunkach nieskrępowanych możliwości chodziłby do teatru, a co dwudziesty na wystawy malarskie, plastyczne. Są to częściej osoby starsze, lepiej wykształcone, mieszkające w większych miastach, korzystające z instytucji kultury wyższej.

O braku palących potrzeb w sferze czasu wolnego świadczą również odpowiedzi na pytanie otwarte o to, na

co najczęściej brakuje badanym czasu. Aż 42% uczestników sondażu stwierdza, że czasu starczy im na wszystko, a 15% nie potrafi wskazać czynności, z której musi zrezygnować, można więc sądzić, że im również czasu starczy na wszystko. Pozostałym badanym najczęściej brakuje czasu na wypoczynek (10%) oraz życie rodzinne i towarzyskie (po 6%). W rankingu niezaspokojonych potrzeb życie kulturalne ma mniejszą rangę (większą dla osób lepiej wykształconych niż dla ogółu populacji).

Z uzyskanych wyników wyłania się więc obraz Polaka spełnionego w sferze czasu wolnego, gospodarującego nim niemal dokładnie tak, jak tego chce, i bez dokuczliwych braków, a już na pewno nie odczuwającego niezaspokojonych potrzeb kulturalnych. Można więc sądzić, że rezygnacja z aktywnego życia kulturalnego w dużym stopniu podyktowana jest brakiem aspiracji w tym kierunku.

Otwarte pozostaje pytanie, czy wzorce „kulturalnego” spędzania czasu wolnego kształtowane są tylko i wyłącznie przez rozbudzone potrzeby kulturalne. Bez wątpienia istotnymi czynnikami ograniczającymi intensywność życia kulturalnego są także brak czasu wolnego oraz skromne zasoby finansowe respondentów. Skalę finansowych ograniczeń uczestnictwa w kulturze obrazują wyniki badania „Diagnoza społeczna 2003”. Do rezygnacji z kina, teatru, opery, operetki, filharmonii i koncertu, zwiedzenia muzeum czy też wystawy zmuszeni byli w roku 2003 członkowie ponad jednej trzeciej badanych gospodarstw domowych (Panek 2003, s. 82).

W świetle tych danych ograniczona skala uczestnictwa w kulturze wynika więc nie tylko z mniejszych potrzeb i aspiracji kulturalnych, ale również z trudności finansowych.

Spółeczny zasięg instytucji kulturalnych i rozrywkowo-rekreacyjnych

Do podstawowych wskaźników życia kulturalnego włączono instytucje drugiego układu kultury (teatr, opera/operetka, filharmonia, muzeum, wystawy plastyczne i malarzkie) oraz inne instytucje kulturalne działające w sferze szeroko pojętej rozrywki i rekreacji (kultura ludyczna). Instytucje kultury wyższej nie wyczerpują bowiem wszystkich możliwości spędzania wolnego czasu. Co więcej, te formy rozrywki i rekreacji, które z reguły pomijano w badaniach kultury, mogą obecnie stanowić duże zagrożenie, przynajmniej w niektórych grupach społecznych, dla uznanych za „wartościowe” sposobów spędzania wolnego czasu (Falkowska 1992, s. 204). Do rozrywkowo-rekreacyjnych form uczestnictwa w kulturze zaliczono: dyskoteki/zabawy, kawiarnie/restauracje/puby, koncerty innej muzyki niż poważna, zawody sportowe i mecze, cyrk i wesołe miasteczko.

Respondentom przedstawiono listę instytucji kultury wyższej oraz instytucji rozrywkowo-rekreacyjnych i proszono o wskazanie tych, w których byli w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Jeżeli respondent wymienił którąś z nich, pytano jak często z niej korzystał.

Okazało się, że instytucje rozrywkowo-rekreacyjne mają zdecydowanie większą popularność. Instytucję tego typu odwiedziło w ciągu ostatnich 12 miesięcy około trzech czwartych badanych. Przy tej skali popularności kultury ludycznej popularność instytucji kultury wyższej jest niewielka – w dowolnej instytucji tego typu (muzeum, teatr, wystawy plastyczne/muzyczne, opera/operetka, filharmonia) było 18% badanych. Rozziew między korzystaniem z instytucji rozrywkowych a korzystaniem z instytucji kul-

tury wysokiej jest mniejszy wśród osób z wyższym wykształceniem – nawet w tej grupie przewagę mają jednak instytucje rozrywkowo-rekreacyjne.

Wśród instytucji kultury wyższej największą popularnością cieszą się muzea (12%) i teatry (9%). Najmniejsze grono miłośników mają instytucje muzyczne: opera/opera i filharmonia (po 3%).

Ze zorganizowanych form rozrywki najbardziej lubiane są kawiarnie/restauracje/puby (51%), festyny (44%) i kino (33%), przy czym kawiarnie i kino to rozrywki raczej elitarne (zdecydowanie częściej korzystają z nich osoby z wyższym wykształceniem). Najniższą frekwencję mają centra rozrywki (11%), kawiarenki internetowe (8%) i cyrki (5%).

Przewagę instytucji rozrywkowych nad kulturalnymi widać również w intensywności korzystania z nich – zdecydowanie najczęściej odwiedzane są (przez osoby korzystające z danej formy rozrywki) kawiarnie/restauracje/puby, kawiarenki internetowe, miejsca do rekreacji i uprawiania sportu (około trzydziestu razy w roku). Częstotliwość korzystania z różnych instytucji kultury wyższej waha się od trzech do pięciu razy w ciągu roku.

Relatywnie niskiej randze kultury wysokiej w codziennym życiu Polaków w zasadzie trudno się dziwić – kultura przez duże „K” jest prawdziwie bliska tylko jednej piątej Polaków (wskazuje na to indeks dystansu obliczony dla każdego respondenta na podstawie ocen czterech stwierdzeń opisujących stosunek do kultury wyższej²). Jedna czwarta

² Stwierdzenia te tworzą skalę i są następujące: „Gdyby zamknięto wszystkie teatry, opery, muzea, filharmonie, w ogóle bym tego nie odczuł(a)”; „Współczesna sztuka jest dla mnie zupełnie niezrozumiała”; „Cała ta sztuka, kultura, teatry, koncerty, wystawy tak naprawdę mnie nudzą”; „Tylko wybitne dzieła są mnie w stanie bardzo poruszyć”. Respondentów podzielono na trzy grupy

badanych mogłaby się z powodzeniem obejść bez kultury elitarnej, a pozostali mają postawy ambiwalentne.

Tabela 2
Spółeczny zasięg instytucji kulturalnych
i rozrywkowo-rekreacyjnych

Rodzaj odwiedzanych instytucji	Respondenci, którzy korzystali z danej instytucji w ciągu ostatniego roku (w %)	Średnia liczba odwiedzin danej instytucji w ciągu ostatniego roku (wśród osób, które z niej korzystały)	Respondenci, którzy chcieliby częściej korzystać z danej instytucji (w %)
1	2	3	4
Instytucje kultury wyższej			
jakakolwiek	18		
muzeum	12	3,9	25
teatr	9	7,0	31
wystawy plastyczne, malarskie	6	4,8	17
opera/operetka	3	2,7	20
filharmonia	3	3,5	16
Instytucje rozrywkowo-rekreacyjne			
jakakolwiek	72		
kawiarnia, restauracja, pub	51	30,3	49
festyny	44	3,7	44
kino	33	9,2	62

według wielkości indeksu dystansu: „dystans duży”, „dystans przeciętny”, „brak dystansu”.

1	2	3	4
dyskoteka, zabawa	27	22,3	33
impreza sportowa, mecz	24	14,5	34
miejsce rekreacji, uprawiania sportu	20	28,8	28
koncert (muzyki innej niż poważna)	16	5,0	35
wesołe miasteczko	15	3,1	24
centrum rozrywki	11	16,6	25
kawiarenka internetowa	8	32,4	11
cyrk	5	1,6	18

Źródło: Dane z raportu z badania „Potrzeby i aspiracje kulturalne Polaków”.

Brak dystansu do kultury wyższej obserwowany jest częściej wśród kobiet, osób z wyższym wykształceniem (im niższe wykształcenie, tym większy dystans), studentów, menedżerów i pracowników biurowych, mieszkańców miast. Poczucie, że kultura jest zbędna w ich życiu, przekonanie, że jest niezrozumiała, mają częściej osoby najstarsze (60–65 lat) oraz te, które mają wykształcenie podstawowe. Wielką rolę w kształtowaniu pozytywnych postaw wobec kultury wyższej mają doświadczenia kulturalne z dzieciństwa. Respondenci, którzy już w dzieciństwie wdrażani byli do uczestnictwa w kulturze, prawie dwukrotnie częściej wykazują postawę braku dystansu wobec kultury elitarnej.

Respondentów pytano również, do których instytucji kulturalnych i rozrywkowych chcieliby chodzić, jeżeli w ogóle w nich nie bywają, lub chodzić częściej niż obecnie. Odpowiedzi udzielali za pomocą 5-stopniowej skali, gdzie 1 oznaczało „zdecydowanie nie”, a 5 – „zdecydowanie tak”.

Analiza czynnikowa wykazała, że niedosyt życia kulturalnego może być odczuwany w kilku podstawowych płaszczyznach:

- instytucje kultury wyższej, elitarnej (filharmonia, opera/operetka, wystawy plastyczne, malarskie, teatr, muzeum);
- aktywna rozrywka indywidualna (miejsca do uprawiania sportu, kawiarenki internetowe, imprezy sportowe/mecze, centra rozrywki, dyskoteki/zabawy);
- rozrywka tradycyjna (wesole miasteczko, cyrk, festyny);
- rozrywka indywidualna, raczej klubowa (kino, kawiarnie/puby/restauracje, koncerty innej muzyki niż poważna).

Ze zdecydowanie najmniejszym zapotrzebowaniem społecznym spotykają się instytucje kultury wyższej. Najmniej atrakcyjna okazała się filharmonia (tylko 16% badanych chciałoby tam bywać częściej). Relatywnie większym zainteresowaniem cieszą się teatr i muzea (odpowiednio 31% i 25%). W sferze rozrywki najczęściej niezaspokojone są potrzeby dotyczące kina (62% respondentów chciałoby chodzić tam częściej) i nieco rzadziej rozrywki klubowej (kawiarnie – 49%; koncerty – 35%). Kultura elitarna ma wyższe miejsce w hierarchii potrzeb osób z wyższym wykształceniem – w grupie tej potrzeba częstszego korzystania z teatru jest równie silna jak potrzeba częstszego korzystania z kina.

Analiza skupień wykazała, że istnieją trzy grupy respondentów, którzy odczuwają braki różnego rodzaju rozrywek pozadomowych:

- Osoby spragnione rozrywki tradycyjnej i w pewnym stopniu życia kulturalnego tworzą najliczniejszą grupę (32% ogółu badanych). Braki w tym zakresie odczuwają częściej osoby w związkach małżeńskich, w wieku 40–49 lat, z wykształceniem podstawowym, zawodowym i średnim.

- Drugą, co do wielkości, grupą są respondenci spragnieni rozrywki indywidualnej (przede wszystkim kina i rozrywki klubowej, a w mniejszym stopniu również rozrywki aktywnej (25%). Tego typu potrzeby częściej sygnalizują mężczyźni, respondenci najmłodszy (w wieku od 18 do 29 lat), z wykształceniem zawodowym lub średnim nieukończonym, mieszkańcy miast powyżej 50 tys. mieszkańców.

- Najmniej liczną grupę stanowią spragnieni kultury wyższej (17%). Niedosyt instytucji kultury wyższej w swoim życiu odczuwają częściej kobiety, osoby starsze (od 50 do 59 lat), ze średnim, a zwłaszcza z wyższym wykształceniem, mieszkańcy miast powyżej 50 tys. mieszkańców.

Pozostali badani (26%) nie odczuwają niedosytu w sferze rozrywki pozadomowej. Najczęściej są to osoby z wykształceniem podstawowym, mieszkańcy wsi, osoby starsze (po pięćdziesiątce).

Warto bliżej przyjrzeć się, które grupy badanych odczuwają niedosyt życia kulturalno-rozrywkowego. Mogą go bowiem generować ci, którzy aktywnie korzystają z danego typu rozrywki albo osoby, które nie korzystają z rozrywki pozadomowej w ogóle. Okazuje się, że niezaspokojone potrzeby w zakresie danej formy rozrywki najczęściej deklarują osoby, które z niej korzystają: do kina, kawiarni, miejsca do rekreacji czy dyskoteki częściej chcieliby chodzić przede wszystkim miłośnicy rozrywki typu indywidualnego, z rozrywki rodzinnej natomiast chętniej korzystałoby właśnie jej entuzjaści. Ciekawe, że w największym stopniu zaspokojone czują się osoby, które nie korzystają z żadnych form życia kulturalnego i rozrywkowego. Spostrzeżenia te dostarczają kolejnych argumentów za tym, że intensywność życia kulturalnego zależy w dużej mierze od stopnia rozbudzenia potrzeb kulturalnych. Po raz kolejny okazuje się, że w populacji Polaków nie jest on zbyt wysoki.

Oglądanie telewizji

Telewizja to medium o imponującym wpływie na nasze codzienne życie. Mimo rozwoju komunikacji internetowej jej znaczenie – jako głównego medium „starej” kultury masowej – utrzymuje się na ustabilizowanym od lat poziomie. Dla wielu Polaków jest jedynym sposobem uczestnictwa w kulturze, co potwierdzają również wyniki prezentowanego wcześniej badania.

Telewizja jest dla większości Polaków towarzyszem codziennego życia – prawie 80% badanych ogląda ją codziennie lub prawie codziennie, pozostali kilka razy w tygodniu (średnio pięć razy). O doniosłości telewizji jako dominującej rozrywki czasu wolnego świadczy też fakt, że czas, który poświęcamy na jej oglądanie stanowi ponad połowę naszego wolnego czasu – w dni powszednie oglądamy telewizję przeciętnie 2,5 godziny (około dwie trzecie przeciętnego budżetu czasu wolnego w dniu powszednim), w soboty ponad 3 godziny, a w niedziele około 4 godzin (ponad połowę wolnego czasu).

Tylko 3% badanych nie ogląda telewizji. Niewielka skala zjawiska nie pozwala jednak na szczegółowe analizy i wyciąganie uprawnionych wniosków.

Najwięcej czasu poświęcają telewizji osoby starsze, w wieku od 50 do 59 lat, z wykształceniem zawodowym, mieszkańcy dużych miast (powyżej 50 tys. mieszkańców), osoby dysponujące znacznym budżetem czasu wolnego z racji swojej pozycji zawodowej (czyli emeryci, gospodynie domowe i bezrobotni), niekorzystający ze zinstytucjonalizowanych form życia kulturalnego, niezadowoleni z życia (co może wskazywać, że telewizja kompensuje niedostatki własnej pozycji społecznej, własnego losu itp.). Te-

lewizja najmniej angażuje osoby lepiej wykształcone, dysponujące małym budżetem czasu wolnego (menedżerowie i rolnicy), aktywniej korzystające z instytucji kulturalnych i rozrywkowych.

Szczegółowe wyniki badania, których z braku miejsca nie mogę przedstawić, wskazują, że główne motywy oglądania telewizji to poszukiwanie wrażeń oraz potrzeba zabawy i rozrywki. Osoby o takiej orientacji (36%) telewizja bawi, ekscytuje, relaksuje, angażuje emocjonalnie dostarczając mocnych wrażeń i wciągając w przeżycia bohaterów seriali. Drugim istotnym motywem oglądania telewizji jest ciekawość świata. Respondentów mających tę cechę (30%) charakteryzuje racjonalny, pragmatyczny stosunek do telewizji – oglądają ją w celu zaspokojenia swoich potrzeb ogólnopoznawczych. Dzięki telewizji mogą poznać inne kraje i narody, dowiedzieć się i nauczyć czegoś nowego, obejrzeć rzeczy, do których nie mają dostępu. Telewizja służy tej grupie jako źródło informacji o świecie, zaspokaja również silną potrzebę „bycia na bieżąco”, jeśli chodzi o wydarzenia w kraju i na świecie, w tym wydarzenia kulturalne.

Dynamika korzystania z życia kulturalnego

Jednym z celów badania było porównanie intensywności obecnego i byłego uczestnictwa kulturalnego. Respondentów pytano o kilka różnych wymiarów życia kulturalnego z prośbą o podanie, czy w porównaniu z okresem sprzed 5 lat uczestniczą w nich częściej, tak samo często, czy rzadziej.

Uzyskane odpowiedzi potwierdzają hipotezę o zmniejszeniu się intensywności uczestnictwa w kulturze. Statystyczna większość respondentów (od 47% do 67%) twierdzi, co prawda, że uczestniczy w badanych zajęciach kulturalnych z taką samą częstotliwością jak kiedyś, lecz grupa przyznających, że robią to rzadziej jest również pokaźna (od 27% do 44%). Wydaje się, iż niektórzy z nich, zwłaszcza osoby z wykształceniem wyższym, deklarując większą aktywność kulturalną w przeszłości (zwłaszcza w instytucjach kultury wyższej), chcieli się „zrehabilitować”, poprawić swój wizerunek. Oczywiście nie możemy też wykluczyć, że kiedyś, z różnych powodów, naprawdę częściej korzystali z tych instytucji. Spadek intensywności uczestnictwa kulturalnego dotyczy przede wszystkim czytelnictwa książek i prasy, chodzenia do kina oraz kupowania płyt i kaset. Spory spadek zainteresowania objął również instytucje kultury elitarnej (teatr, opera, operetka, koncerty).

Tylko nieliczni prowadzą bardziej intensywne życie kulturalne, przy czym dotyczy to głównie kultury medialnej, rzadziej instytucjonalnej. Największy odsetek badanych częściej ogląda telewizję (26%), stosunkowo dużo osób częściej używa Internetu/komputera, kupuje prasę, płyty i kasety, czyta książki (od 13% do 17%). Do teatru, opery/operetki, na koncerty chodzi częściej znikomy odsetek badanych (od 1% do 6%), chociaż w grupie osób z wyższym wykształceniem odsetek aktywniej korzystających z teatru jest dosyć duży (9%).

Najczęściej zwiększały swoją aktywność kulturalną osoby w wieku od 18 do 29 lat. Dotyczy to szczególnie takich form aktywności, jak: używanie komputera/Internetu, kupowanie prasy, płyt, kaset, chodzenie do kina i na kon-

Tabela 3
Dynamika korzystania z życia kulturalnego
w porównaniu z okresem sprzed 5 lat (w %)

Rodzaj uczestnictwa w życiu kulturalnym	Częściej	Tak samo często	Rzadziej
Oglądanie telewizji	26	47	27
Używanie komputera, Internetu	17	61	21
Kupowanie prasy	16	49	36
Kupowanie płyt, kaset	14	49	38
Czytanie książek	13	46	42
Chodzenie do kina	10	48	42
Kupowanie książek	9	47	44
Chodzenie na koncerty innej muzyki niż poważna	6	61	34
Chodzenie do teatru	3	61	36
Chodzenie na koncerty muzyki poważnej	2	67	31
Chodzenie do opery, operetki	1	66	32

Źródło: Raport z badania „Potrzeby i aspiracje kulturalne Polaków”.

erty innej muzyki niż poważna, ale też chodzenia do teatru. Dość dużej otwartości na kulturę tej grupy wiekowej sprzyjają z pewnością czynniki sytuacyjne: okres usamodzielnienia się, dysponowanie własnymi pieniędzmi, mniejsze obciążenia rodzinne, a dla wielu osób z tej grupy również mniejsze obciążenia zawodowe.

Korzystanie z komputera i Internetu

We współczesnym świecie w związku z rozwojem nowych technologii informacyjnych upowszechnia się nowy typ kultury medialnej. Jest to kultura sieciowa, nazywana też cyberkulturą, odbierana w sposób interaktywny za pośrednictwem Internetu. Aby zorientować się, jaka jest skala uczestnictwa Polaków w tej formie kultury, kilka pytań kwestionariusza poświęcono zagadnieniom korzystania z komputera i Internetu.

Komputer to dosyć powszechne narzędzie codziennej pracy, ale też zabawy i rozrywki, zwłaszcza wśród osób z wykształceniem wyższym (66%). Wśród ogółu populacji używany jest znacznie rzadziej (33%). Najczęstszym miejscem kontaktu z komputerem jest dom, a dla osób z wykształceniem wyższym również i praca.

Dostęp do Internetu ma jedna piąta badanych (76% korzystających z komputera). Dominujący sposób wykorzystywania komputera to praca zawodowa, cele praktyczne (poszukiwanie różnych informacji w Internecie) oraz towarzyskie (korespondencja emailowa). Część badanych – częściej młodzież – wykorzystuje komputer w celach kulturalnych (słucha muzyki, ogląda filmy) i rozrywkowych (gry komputerowe). Komputer służy też czasem, częściej osobom z wykształceniem wyższym, jako źródło informacji o kulturze.

Zarówno z komputera, jak i Internetu korzystają przede wszystkim osoby młode (zwłaszcza najmłodsze od 18 do 29 lat), z wykształceniem średnim lub wyższym, mieszkańcy miast, zwłaszcza największych. Nieco częściej użytkownikami komputerów i Internetu są mężczyźni.

Tabela 4
Korzystanie z komputera (w %)

W jakim celu korzystają z komputera	Jak często korzysta z komputera		
	regularnie	od czasu do czasu	nigdy
Praca zawodowa, obowiązki szkolne	47	29	24
Internet – poszukiwanie różnych informacji	27	25	47
Odbieranie i wysyłanie maili	26	20	54
Słuchanie muzyki	25	38	37
Gry komputerowe	20	46	34
Oglądanie filmów	19	37	44
Internet – rozmowy na chacie	12	21	67
Internet – poszukiwanie informacji o kulturze	10	26	64
Nauka za pomocą programów edukacyjnych	9	33	58

Źródło: Raport z badania „Potrzeby i aspiracje kulturalne Polaków”.

Internet nie wyklucza, tak przynajmniej uważają internauci, uczestnictwa w tradycyjnej kulturze i tradycyjnych mediach. Jedynie od 10% do 20% internautów przyznaje, że korzystanie z tego medium zmniejszyło ich udział w wybranych dziedzinach tradycyjnego życia kulturalnego (najczęściej jest to oglądanie telewizji i czytanie książek, najrzadziej chodzenie do kina).

Tabela 5
Wpływ korzystania z Internetu na korzystanie
z tradycyjnych mediów i instytucji kulturalnych (w %)

Rodzaj tradycyjnych mediów	Z tradycyjnych mediów korzysta		
	częściej	tak samo często	rzadziej
Słuchanie radia	7	81	12
Chodzenie do kina	5	85	10
Czytanie prasy	4	82	14
Oglądanie telewizji	4	78	19
Czytanie książek	4	78	18

Źródło: Raport z badania „Potrzeby i aspiracje kulturalne Polaków”.

Konkluzje

Wyniki badania potwierdzają hipotezę o wycofywaniu się Polaków ze zinstytucjonalizowanego życia kulturalnego, zwłaszcza z instytucji kultury wyższej, i „udomowieniu” uczestnictwa kulturalnego. Deklarowane uczestnictwo w instytucjach kojarzonych z kulturą wyższą, elitarną (teatr, muzeum, filharmonia, wystawy plastyczne/malarskie lub opera/operetka) wyniosło bowiem w ciągu roku tylko 18%. Istnieją jednak grupy respondentów, którym kultura w ogóle, w tym kultura elitarna, jest bardzo bliska, które aktywnie praktykują różne zachowania kulturalne. Są to: nieco częściej kobiety, osoby w wieku od 40 do 59 lat, z wykształceniem średnim, a zwłaszcza wyższym (trzykrotnie częściej niż w populacji), pochodzący z wielkich miast (powyżej 200 tys.). Aż jedna czwarta badanych przy-

znaje jednak otwarcie (i wcale nie uważa tego za niestosowne), iż kultura wysoka jest dla nich niezrozumiała i nudna.

O społecznie małym znaczeniu uczestnictwa w kulturze elitarnej świadczy również to, że rzadko jest ono przedmiotem aspiracji kulturalnych ogółu Polaków (17%). Do takiego modelu aspirują znacznie częściej osoby z wykształceniem wyższym (51%), co w pewnym stopniu może być odpowiedzią na kierowane wobec nich oczekiwania społeczne.

W porównaniu z instytucjami kulturalnymi dużą popularnością cieszą się różne formy rozrywki i rekreacji (zwłaszcza rozrywki o charakterze indywidualnym: kawiarnie, kino, dyskoteki), one też bywają najczęściej przedmiotem niezaspokojonych potrzeb w sferze życia kulturalno-rozrywkowego.

Z badań wynika, że respondenci wykazują silną tendencję do domowo-rodzinnego spędzania czasu wolnego, niezależnie od tego, jak wiele go mają. Schemat domowo-rodzinnego spędzania czasu funkcjonuje w zasadzie we wszystkich grupach społecznych, a najważniejszym jego punktem jest oglądanie telewizji. Z tej racji telewizję można uznać za podstawową płaszczyznę doświadczeń symbolicznych i jedyne potencjalne źródło kontaktu z kulturą dla znacznej części Polaków. Zgodnie z obiegowymi opiniami znaczna część odbiorców ma czysto rozrywkowe nastawienie do telewizji, oczekując od niej zabawy, relaksu, mocnych wrażeń (36%). Istnieje jednak grupa ludzi (30%), którzy potrafią wykorzystywać telewizję w sposób celowy, selektywny, racjonalny dla zaspokojenia swoich silnych potrzeb ogólnopoznawczych.

Udział Polaków w kulturze sieciowej kształtuje się na niezbyt wysokim poziomie (33% korzystających z kompu-

tera i 21% korzystających z Internetu). Co więcej, są to narzędzia dostępne częściej osobom młodszym, lepiej wykształconym, mieszkającym w dużych miastach. Wydaje się więc, że problem wykluczenia cyfrowego, zagrażający procesowi powstawania społeczeństwa informacyjnego w Polsce (Batorski 2003, s. 208), jest jak najbardziej realny. Funkcja Internetu jako sposobu transmisji treści kulturalnych nie jest powszechnie wykorzystywana, nie wydaje się również, aby stanowił on duże zagrożenie dla tradycyjnych mediów, jedynie co dwudziesty badany korzystający z Internetu rzadziej ogląda telewizję i czyta książki.

Literatura

- Adamczuk L. (1991), *Spółeczny zasięg uczestnictwa w kulturze*, w: L. Adamczuk, T. Koprowska (red.), *Kultura a życie codzienne Polaków*, Instytut Kultury, Warszawa.
- Batorski M. (2004), *Ku społeczeństwu informacyjnemu*, w: *Diagnoza społeczna 2003: warunki i jakość życia Polaków*, praca zbiorowa, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Warszawa.
- Falkowska M. (1992), *Uczestnictwo w wybranych formach kultury*, w: M. Grabowska (red.), *Barometr kultury*, Instytut Kultury, Warszawa.
- Grabowska M. (1992), *Kultura w procesie transformacji systemowej*, w: M. Grabowska (red.), *Barometr kultury*, Instytut Kultury, Warszawa.
- Kluszczyński R. (2001), *Spółeczność informacyjne, cyberkultura, sztuka multimedialna*, Rabid, Kraków.

- Milczarek K. (1992), *Uczestnictwo kulturalne w perspektywie zmian systemowych i uniwersalnych*, w: M. Grabowska (red.), *Barometr kultury*, Instytut Kultury, Warszawa.
- Panek T. (2004), *Warunki życia gospodarstw domowych. Kultura i wypoczynek*, w: *Diagnoza społeczna 2003: warunki i jakość życia Polaków*, praca zbiorowa, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania, Warszawa.
- Strinati D. (1998), *Wprowadzenie do kultury popularnej*, W.J. Burszta (tłum.), Zysk i S-ka, Poznań.
- Szacki J. (2002), *Czterdzieści lat później*, w: Cz. Miłosz (wyb. i tłum), *Kultura masowa*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.

Inne źródła

Raport z badania „Potrzeby i aspiracje kulturalne Polaków” przeprowadzonego przez Instytut Badania Opinii i Rynku „Pentor” na zlecenie Telewizji Polskiej SA w roku 2002. Wyniki raportu nie były publikowane.