

AKTYWNI I NIEOBECNI KONTEKSTOWE BADANIA UCZESTNICTWA W KULTURZE WYNIKI I INTERPRETACJE

75



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY



AKTYWNI I NIEOBECNI KONTEKSTOWE BADANIA UCZESTNICTWA W KULTURZE WYNIKI I INTERPRETACJE



RAPORT

Narodowe Centrum Kultury jest instytucją państwową działającą na rzecz rozwoju kultury w Polsce

Narodowe Centrum Kultury
ul. Płocka 13, 01-231 Warszawa
nck@nck.pl

<https://nck.pl>
<https://www.nck.pl/badania/>
<https://www.facebook.com/dzialbadanializnck>

Dofinansowano ze środków
Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego



Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego



Raport jest dostępny na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa 3.0 Polska. Pewne prawa zastrzeżone na rzecz
Narodowego Centrum Kultury. Zezwala się na dowolne
wykorzystanie treści – pod warunkiem zachowania niniejszej
informacji licencyjnej i wskazania Narodowego Centrum Kultury
jako właściciela praw do tekstu. Treść licencji jest dostępna na stronie
<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>.

REDAKCJA MERYTORYCZNA:
MAREK KRAJEWSKI
IWONA KURZ

REALIZACJA BADANIA:
RESEARCH COLLECTIVE SP. Z O.O.

RECENZJA:
PROF. DR HAB. CEZARY
OBRACHT-PRONDZYŃSKI

SKŁAD I OPRACOWANIE GRAFICZNE:
MARCIN GROHS

REDAKCJA JĘZYKOWA:
AGATA CZUJ

KOREKTA:
IWONA HARDEJ

AUTORKA ILUSTRACJI:
DOROTA KOSTOWSKA

KOORDYNACJA PROJEKTU:
JUSTYNA NOWAKOWSKA

ISBN 978-83-7982-541-7

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
Podstawowe informacje na temat przeprowadzonych badań	9
Spis tabel	13
Spis wykresów	14
Najważniejsze ustalenia badawcze	15
Teza główna: Instytucje kultury są niezwykle istotnym elementem ekosystemu uczestnictwa w kulturze, a ich wspieranie oraz wzmacnianie ich publicznego charakteru stanowi warunek istnienia harmonijnie rozwijających się zbiorowości.	16
Teza I: Uczestnictwo w kulturze jest silnie zakorzenione w codziennych czynnościach instrumentalnych.	17
Teza II: Korzystanie z kultury jest silnie zapośredniczone przez usieciowione media i często dokonuje się z całkowitym pominięciem instytucji kultury.	20
Teza III: Codzienne uczestnictwo w kulturze odbywa się z pominięciem instytucji kultury, ale nie oznacza to, że ich oferta nie jest wykorzystywana i że nie pełnią one istotnej roli.	23
Teza IV: Codzienne uczestnictwo w kulturze często realizuje się w sposób samotniczy i posiada rolę separującą, a nie uspołeczniającą.	25
Teza V: Korzystanie z kultury nie jest przypadkowym zbiorem działań, ale uwzorowaną praktyką. To zaś pozwala wyodrębnić kilka segmentów osób uczestniczących w kulturze.	27
Teza VI: Ważnym aspektem współczesnej kultury jest jej silna audialność, obecna zwłaszcza na co dzień i w interesujący sposób podkreślająca różnice społeczne.	29
Teza VII: Głównymi czynnikami warunkującymi intensywność codziennych aktywności kulturalnych są wykształcenie, płeć i status zawodowy. Nie są nimi natomiast sytuacja materialna, miejsce zamieszkania ani liczebność gospodarstwa domowego.	31
Teza VIII: Sposoby korzystania z kultury kobiet i mężczyzn różnią się nie tyle intensywnością, ile raczej temporalnością i sposobem zakorzenienia w codzienności.	34
Teza IX: Różnice w sposobach korzystania z kultury w różnych grupach wiekowych wyrażają się nie tyle w intensywności, ile raczej w sposobie uzyskiwania dostępu do niej oraz w rodzaju oferty, po którą się sięga.	36
Teza X: Poziom uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej jest stosunkowo niski, co wynika również z jej niedostępności dla niektórych grup społecznych.	39

Interpretacje	41
Zuzanna Maciejczak-Kwiatkowska, Grażyna Pol	
Kontekstowa segmentacja uczestników kultury	42
Marek Krajewski	
Uspołecniająca rola uczestnictwa w kulturze	73
Mikołaj Lewicki	
Temporalności kontekstowych badań uczestnictwa	89
Mirosław Filiciak	
Media: maszyny uspołecznienia?	98
Maciej Frąckowiak	
Od kultury na ekranie do kultur ekranów	107
Katarzyna Plebańczyk	
Kultura codzienna – między domem a kulturą „w ruchu”	130
Iwona Kurz	
<i>Silent disco</i> i wypełnienie ciszy. Nowa/stara audialność praktyk kulturowych	140
Mikołaj Lewicki	
Nisza dla relacyjnej odświeżności? Praca i misja instytucji kultury w kontekście przemian uczestnictwa w kulturze	148
Bibliografia	162
Monografie	163
Artykuły	166
Raporty	168
O Autorach i Autorkach	170
Recenzja	172

WSTĘP

We wrześniu i październiku 2024 roku na potrzeby planowanego wspólnego Kongresu Kultury w Warszawie, na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, dzięki wsparciu Narodowego Centrum Kultury i firmy badawczej Research Collective zrealizowaliśmy ogólnopolskie badania uczestnictwa w kulturze – określone jako kontekstowe.

Nazwa ta wskazuje, że zrozumienie powodów, dla których ludzie są aktywni kulturalnie, oraz sposobów ich kulturowej partycypacji wymaga odtworzenia kontekstu tych działań: tego, jak są one zakorzenione w życiu codziennym, jakie miejsce zajmują wśród innych podejmowanych czynności. Dla przykładu – oglądanie filmu w kinie jest czymś innym i zaspokaja inne potrzeby niż oglądanie go w domu wspólnie z rodziną albo samotnie na smartfonie tuż przed zaśnięciem we własnym łóżku. Czytanie książki w autobusie pełni inną funkcję niż relaksowanie się lekturą w zaciszu własnego domu w wolne popołudnie, a samotne granie w grę komputerową w pracy różni się od grania w jej sieciową wersję w środku nocy.

Kontekstowe badania uczestnictwa w kulturze można traktować jako istotne uzupełnienie tzw. frekwencyjnych analiz tego procesu, skoncentrowanych na odtworzeniu częstotliwości podejmowanych przez jednostki praktyk kulturalnych. Te pierwsze pozwalają bowiem odpowiedzieć nie tylko na pytanie, czego słuchają, co oglądają i czytają Polki i Polacy, ile razy byli w kinie lub w teatrze, lecz także dlaczego to robią, z kim i gdzie, za pomocą jakich urządzeń oraz na ile te aktywności kulturalne mają charakter uspołeczniający.

Takie uzupełnienie wydaje się niezwykle dziś potrzebne z trzech podstawowych względów.

Po pierwsze dlatego, że badania uczestnictwa w kulturze przynoszą niezwykle cenną wiedzę, a więc powinny być one stale udoskonalane. To za ich sprawą identyfikujemy potrzeby, zainteresowania i preferencje odbiorców oraz określamy, kto w kulturze uczestniczy, a kto nie. Ustalenie tego jest z kolei niezbędne, by prowadzić przemyślaną politykę kulturalną oraz planować działania instytucji kultury. Uczestnictwo w kulturze to również forma udziału w życiu społecznym. Dzięki niemu dowiadujemy się przecież, jak można widzieć świat, uświadamiamy sobie istnienie innych niż własne systemów wartości, doświadczeń i przeżyć, spotykamy się z innymi, by rozmawiać o tym, co obejrzelśmy, usłyszeliśmy czy przeczytaliśmy. Oznacza to, że uczestnicząc w kulturze, możemy doświadczać podobieństw łączących nas z innymi i różnic, które nas dzielą, a tym samym lepiej uświadomić sobie, kim jesteśmy, i że nasz sposób życia nie jest jedyny. Mówiąc jeszcze inaczej, uczestnictwo w kulturze to ważna forma wzmocnienia demokratycznych reguł i wartości. To zaś z kolei oznacza, że analiza tego procesu jest równoznaczna z identyfikacją czynników wspierających jednostkową wolność oraz prawo do samorealizacji i pełnej partycypacji w życiu społecznym, a także zjawisk i procesów będących przeszkodami dla demokratyzacji. Badania uczestnictwa w kulturze to też doskonała okazja do uchwycenia zmian społecznych, nierówności dzielących zbiorowości i przyczyn ich trwałości; tego, w jaki sposób miejsce zamieszkania,

wiek, dochody, wykształcenie odciskają się na tym, jak żyjemy, co nas interesuje, czego unikamy. Raz jeszcze warto więc podkreślić, że waga problematyki, której dotyczą badania uczestnictwa w kulturze, zobowiązuje do ich stałego doskonalenia – co staraliśmy się zrobić, proponując koncepcję ich kontekstowego ujęcia.

Po drugie uzupełnienie klasycznych analiz frekwencyjnych uczestnictwa w kulturze jest też konieczne dlatego, że praktyki uczestnictwa ulegają w ostatnich dekadach bardzo dynamicznym zmianom, prowadzącym do radykalnych przeobrażeń ich formy i umiejscowienia, ale też statusu instytucji kultury, aktorów weń zaangażowanych i relacji pomiędzy nimi. Za tymi zmianami nie podążają jednak zazwyczaj przeobrażenia modeli badań kulturowej partycypacji. Czasem próbuje się je unowocześniać, dodając po prostu kolejne pytania dotyczące nowych mediów, za pośrednictwem których kultura staje się dostępna. Problem w tym, że zmiana technologii powoduje też radykalną zmianę przebiegu kulturowej partycypacji, jej umiejscowienia, a co za tym idzie również roli i funkcji, jakie pełni ona w obrębie systemów społecznych. Nienadążanie badań za ich przedmiotem to w tym przypadku problem tym większy, że analizy kulturowej partycypacji nie mają jedynie charakteru poznawczego, ale też praktyczny – jako istotny instrument polityk publicznych, w tym polityki kulturalnej i programowania działań instytucji kultury, czy polityk społecznych, zwłaszcza równościowych. Badania te pochłaniają też bardzo duże publiczne środki. Dlatego też zasadne wydaje się testowanie nowych sposobów prowadzenia badań uczestnictwa w kulturze, które z większą trafnością mogą pochwycić naturę jego współczesnych form.

Można zresztą zauważyć, że to wymykanie się przedmiotu badań dotyczy również samego jego zakresu, związanego z rozumieniem pojęcia kultury i praktyk kulturowych. Uległo ono w ostatnich dekadach istotnym przeobrażeniom, tymczasem analiza frekwencyjna pozostaje w obszarze wyobrażeń i założeń dotyczących kultury jako aktywności wyodrębnionej, autonomicznej, związanej z wartościami „wysokimi”.

Po trzecie tradycyjne badania uczestnictwa w kulturze cierpią na liczne słabości, które warto eliminować, tak by te analizy stały się bardziej efektywne jako istotne narzędzia poznawcze. Jedną z tych słabości polega na braku, jak dotąd, przekonującej odpowiedzi na pytanie, dlaczego ludzie uczestniczą w kulturze, a więc na pytanie o motywacje, potrzeby, przymusy i relacje, które te praktyki wyzwalają. Próby odpowiedzi podążają utartymi szlakami rytualnych dociekań o powody przeczytania książki, wzięcia udziału w przedstawieniu teatralnym czy koncercie – szlakami, które przynoszą równie rytualne odpowiedzi. Jednym z rozwiązań tego problemu wydaje się odtworzenie szerokiego kontekstu, w którym dokonuje się uczestnictwo w kulturze: tego, gdzie, z kim, za pomocą czego, o jakiej porze i w towarzystwie jakiej czynności korzysta się z kultury. Dzięki odtworzeniu tego szerokiego kontekstu jesteśmy w stanie precyzyjniej określić, dlaczego jednostki podejmują określone praktyki, jakie role pełnią one w ich życiu, dlaczego dla niektórych są one istotne, a dla innych kompletnie nieważne. Taki właśnie model badań próbowaliśmy praktykować w projekcie, z którego raport przedstawiamy. Inna słabość wynika z niejasnego użycia,

jaki mogą zrobić z wynikami badań instytucje kultury. Problem ten jest nie tylko skutkiem sposobu komunikowania wyników tych analiz – zazwyczaj mało zrozumiałe dla osób pracujących w instytucjach. Wynika on przede wszystkim z tego, że badania te często nie zawierają odpowiedzi na pytania ważne dla instytucji. A nie zawierają ich, ponieważ zwykle nie uczestniczą one w przygotowywaniu i prowadzeniu badań, nie zawsze też potrafią określić, jakich informacji aktualnie potrzebują. W raporcie staramy się bardzo wyraźnie zarysować rolę instytucji kultury i nową sytuację, w której się dziś znalazły.

Mamy nadzieję, że nasze analizy i interpretacje przynajmniej część z tych słabości eliminują, a w efekcie prezentowany tu raport okaże się cenny poznawczo, a także stanie się przydatnym narzędziem w planowaniu działalności instytucji kultury. Raport został podzielony na dwie zasadnicze części. Pierwsza, przygotowana przez Marka Krajewskiego, przedstawia – w postaci 10 tez – najważniejsze ustalenia z badań. Syntetyzuje ona dane ilościowe, wydobywając wyraziste tendencje związane z praktykami kulturalnymi. Zarówno tezy, jak i dane, często uszczegółowione oraz odniesione do wyników innych badań i literatury teoretycznej, są punktem wyjścia do tekstów interpretacyjnych w części drugiej. Otwiera ją kontekstowa segmentacja uczestników opracowana przez Zuzannę Maciejczak-Kwiatkowską i Grażynę Pol. Autorki na podstawie częstotliwości i charakteru praktyk kulturalnych wyodrębniają osiem grup, możliwie spójnych wewnątrznie i możliwie różnych od innych, które ujmują dominanty uczestnictwa widoczne na poziomie zbiorowym. W kolejnym artykule Marek Krajewski odnosi się do fundamentalnego pytania o uspołeczniającą rolę kultury. Wagę tej kwestii podkreśla to, że wraca ona w innych tekstach, w uszczegółowieniach lub w perspektywie przyjętej w nich przez autorów. Każdy z tekstów proponuje nieco inne cięcie przez zgromadzony materiał badawczy i konteksty teoretyczne, ważne dla usytuowania aktualnej sytuacji lokalnej w pewnej perspektywie diachronicznej oraz globalnej. Mikołaj Lewicki i Katarzyna Plebańczyk podejmują analizę, odpowiednio, czasowego i przestrzennego wymiaru praktyk kulturalnych. Mirosław Filiciak pyta o rolę nowych i nie-nowych mediów jako narzędzi (możliwego) uspołecznienia, Maciej Frąckowiak wszechstronnie analizuje rolę ekranów i praktyki z nimi związane, a Iwona Kurz odnosi się do tezy wskazującej na rosnącą rolę praktyk audialnych i kultury dźwięku (a nie obrazu i słowa). Wreszcie, w ostatnim artykule, Mikołaj Lewicki przedstawia wyniki badań fokusowych przeprowadzonych w instytucjach kultury, wprowadzając perspektywę osób w nich pracujących. Tak zaprojektowany raport jest pewną całością, uspołecznioną także w trakcie dyskusji zespołu autorskiego. W kolejnych artykułach materiał badawczy jest naświetlany pod różnym kątem, zgodnie też z pisarskimi temperamentami i przygotowaniem naukowym autorek i autorów, co pozwala na jego zróżnicowaną i wszechstronną analizę. W efekcie jednak zdarzają się powtórzenia – których jesteśmy świadomi. Z jednej strony zakładamy, że teksty mogą być też czytane – i wykorzystywane – osobno, w zależności od potrzeb czytających. Z drugiej wydaje nam się ważne, że istotne tezy wynikające z badania kontekstowego znajdują potwierdzenie i wzmocnienie w toku interpretacji ze zróżnicowanych perspektyw.

Jednym z ważniejszych rozpoznań wynikających z naszych badań jest kontrast pomiędzy dużą codzienną aktywnością kulturalną badanych a ich stosunkowo niewielkim udziałem w działaniach z oferty instytucji kultury. Większość osób pozostaje zatem aktywna, ale zarazem nieobecna – w pewnym sensie podwójnie: odseparowana od otoczenia ludzkiego w wyniku aktywności podejmowanych samotniczo, niejako za ścianą swoich indywidualnych wyborów, i jednocześnie nieskłonna do tego, by te aktywności podejmować wspólnie, zwłaszcza za pośrednictwem instytucji, co oznacza też nieobecność w sferze publicznej. Już choćby ta konkluzja dowodzi, że badania kontekstowe pozwalają na nowe otwarcie dyskusji nie tylko w obszarze metodologii, ale przede wszystkim – polityk i praktyk kulturalnych.

Marek Krajewski, Iwona Kurz



**PODSTAWOWE
INFORMACJE NA TEMAT
PRZEPROWADZONYCH
BADAŃ**

W trakcie kontekstowych badań uczestnictwa w kulturze próbowaliśmy odpowiedzieć na następujące pytania badawcze:

- ◆ Jak ludzie korzystają z kultury na co dzień? (Gdzie, w jakich porach, w obrębie jakich czynności; czy samotniczo czy też z innymi, za pomocą jakich urządzeń?);
- ◆ Co różnicuje korzystanie z kultury? (Jakiego rodzaju zmienne socjo-demograficzne są tutaj istotne?);
- ◆ Jaka jest pozycja oferty instytucji kultury w strukturze aktywności kulturalnych podejmowanych przez jednostki?

Podstawową techniką zbierania informacji był sondaż. Za jego pośrednictwem staraliśmy się zrekonstruować listy czynności podejmowanych poprzedniego dnia przez osoby ankietowane. Pomiar miał charakter dwukrotny, raz dotyczył dnia powszedniego, raz weekendu; miał charakter panelowy, a zrealizowano go techniką CAWI na reprezentatywnej dla Polski próbie 1026 osób.

Struktura zastosowanego w sondażu kwestionariusza była złożona. Najpierw padało pytanie o czynności podejmowane poprzedniego dnia – osoby badane mogły wskazywać czynności z jednej z siedmiu kategorii: (1) potrzeby fizjologiczne (np. higiena, mycie, sen, jedzenie); (2) relaks i samorealizacja (np. odpoczynek, hobby, uprawianie sportu, korzystanie z Internetu itp.); (3) prace domowe i opieka nad innymi (np. przygotowanie posiłków, sprzątanie, zakupy, naprawianie, korzystanie z usług, opieka nad dziećmi, innymi członkami gospodarstwa, zwierzętami); (4) przemieszczanie się (np. pieszo, rower, hulajnoga, samochód, komunikacja masowa itp.); (5) czynności społeczne/ czas spędzany z innymi, życie towarzyskie (np. spotkania, rozmowy, zabawa, praktyki religijne, aktywność społeczna); (6) obowiązki zawodowe/związane z edukacją (np. praca zawodowa, nauka); (7) czynności nadzwyczajne (np. udział w uroczystościach, wyjścia do miasta, wyjścia do kina, teatru, do zoo, do filharmonii, do muzeum, galerii sztuki itp.).

Po wskazaniu rodzaju czynności realizowanych przez osoby badane poprzedniego dnia zadawano pytanie o praktykowanie w ich trakcie aktywności kulturalnych. Badani mogli wybierać spośród następujących kategorii i subkategorii: (1) czytanie/przeglądanie (książki, komiksy, materiały edukacyjne i poradniki, prasa, wiadomości/informacje w Internecie, media społecznościowe, ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itd., coś innego – co?); (2) oglądanie (filmy, seriale, podcasty, reportaże, materiały edukacyjne poradniki, filmy instruktażowe, materiały w mediach społecznościowych – np. rolki, relacje, YouTube, posty itp.; streamy live – np. transmisje sportowe, z koncertów, relacje z wydarzeń itp.), coś innego – co?); (3) słuchanie (muzyka ogólnie, radio, podcasty, audycje, reportaże, materiały edukacyjne i poradniki, audiobooki, coś innego – co?); (4) inne aktywności (granie w gry, quizy itp.; robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych; malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach, rękodzieło, majsterkowanie itp., coś innego – co?); (5) aktywności poza domem (zwiedzanie, turystyka, wizyty w galeriach sztuki, muzeach itd., chodzenie do teatru, na koncerty, inne – jakie?).

Po wskazaniu każdej z aktywności kulturalnych dopytywano z kolei o szczegóły ich realizacji, próbując zwłaszcza określić: (1) kiedy je podejmowano [osoby badane mogły wskazać na następujące przedziały godzinowe: (a) przed 9 rano; (b) 9–12; (c) 12–15; (d) 15–18; (e) 18–21; (f) po 21], (2) z kim [osoby badane miały tu do wyboru trzy możliwości – sam/sama, w obecności innych, wraz z innymi, przy czym dla dwu ostatnich odpowiedzi rozwijała się następująca lista do wyboru: mąż/żona/partner/partnerka; dzieci; wnuki; rodzice; inni krewni; inne osoby spokrewnione; inne osoby niespokrewnione]; (3) z pomocą jakich urządzeń i mediów [badani mogli wybierać spośród następujących kategorii: (a) oglądanie – komputer, laptop; telefon, tablet; telewizor; inaczej, jak?; (b) słuchanie – komputer, laptop; telefon, tablet; telewizor; sprzęt audio, radiodbiornik; inaczej, jak?; (c) czytanie/przeglądanie – papier; komputer, laptop; telefon, tablet; czytnik; inaczej, jak?; (d) twórcze/związane z działaniem, wychodzeniem – osobiście, aktywność manualna; komputer, laptop; telefon, tablet; inaczej, jak?] oraz (4) w jakim dokładnie miejscu [osoby badane mogły wybierać spośród następujących kategorii miejsc: (a) w domu; (b) w miejscu pracy, nauki; (c) w miejscu publicznym (np. park, ulica, kawiarnia itp.); (d) w środkach przemieszczania się (komunikacja miejska, samochód, rower itp.); (e) gdzieś indziej, gdzie?].

Poza próbą odtworzenia struktury codziennych aktywności kulturalnych do kwestionariusza dodano też jedno pytanie o uczestnictwo w kulturze instytucjonalnej. Badane osoby zostały zapytane, ile razy, jeśli w ogóle, w ciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzyło się im być na filmie w kinie; koncercie; wydarzeniu plenerowym; w muzeum, galerii lub na innej wystawie; na spektaklu teatralnym lub kabaretowym; brać udział w wydarzeniu sportowym; być na przedstawieniu operowym lub baletowym; na innym wydarzeniu kulturalnym.

Kwestionariusz został też wyposażony w rozległą metryczkę, w której pytaliśmy o płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania (rodzaj miejscowości oraz województwo), z kim osoba badana mieszka, jaka jest jej obecna sytuacja zawodowa oraz, jeżeli jest aktywna zawodowo, w jakim zawodzie pracuje, a także o sytuację materialną jej gospodarstwa domowego.

Poza badaniami sondażowymi zrealizowano również badania fokusowe wśród trzech grup: młodych twórców i organizatorów kultury, lokalnych działaczy i działaczek oraz decydentów w zakresie kultury. W pierwszej z grupie znalazło się 8 osób w wieku 18–30 lat, w tym twórcy cyfrowi (osoby produkujące treści cyfrowe) o zasięgu większym niż 2000 subskrybentów/followersów; twórcy treści z „szerokiego pola kultury”; osoby organizujące inicjatywy kulturalne i rozrywkowe o zasięgu co najmniej lokalnym; „aktywiści” – osoby zaangażowane w działalność organizacji o zasięgu ogólnopolskim lub międzynarodowym. W grupie tej przeprowadzono jeden wywiad FGI. W drugiej z grupie znalazły się osoby reprezentujące lokalne instytucje kultury (dom/ośrodek kultury, względnie ich filia); biblioteki, NGO, prywatne instytucje kultury (np. galeria, kawiarnia, w której odbywają się koncerty, muzeum, skansen, park rozrywki) oraz osoby tworzące nieformalne inicjatywy z poszerzonego pola kultury (w tym online). W grupie tej przeprowadzono dwa wywiady FGI. Trzecia grupa to osoby kierujące gminnymi ośrodkami (ewentualnie centrami, instytutami) kultury; osoby kierujące instytucjami kultury zarządzanymi przez gminę (np.

galeria, kino, muzeum, ośrodek tańca); osoby kierujące biblioteką gminną; osoby kierujące lokalną organizacją pozarządową. W grupie tej przeprowadzono jeden wywiad FGI.

Wywiady fokusowe poświęcono przede wszystkim lokalnym instytucjom kultury, ich działaniu, obecności w nich osób młodych, zaś podstawowe zagadnienia, wokół których toczyły się wywiady, to: czynniki sprzyjające i hamujące rozwój lokalnych instytucji kultury; recepcja cyfrowych obiegów kultury przez instytucje kultury; czynniki sprzyjające włączeniu i otwarciu się instytucji kultury na młodych; etos, motywacje i źródła frustracji osób organizujących kulturę; postawy osób młodych wobec instytucji kultury i ich wspierającej roli w procesach twórczych; wyobrażenia prowadzących instytucje kultury na temat osób młodych, ich potrzeb itd.; znaczenie i sposoby korzystania z technologii cyfrowych w uczestnictwie w kulturze, szczególnie w formach zaangażowanych (np. własna twórczość, samokształcenie itd.) wśród młodych; formy, w jakich instytucje kultury są obecne w działalności twórczej osób młodych.

SPIS TABEL

Tabela 1.	Zakorzenie aktywności kulturalnych w strukturze czynności składających się na codzienność jednostek	17
Tabela 2.	Grupy społeczne uczestniczące w kulturze tylko za pośrednictwem urządzeń elektronicznych	20
Tabela 3.	Samotne praktykowanie aktywności kulturalnych w różnych kategoriach społecznych	25
Tabela 4.	Skrócone opisy segmentów	27
Tabela 5.	Częstotliwość codziennych aktywności kulturalnych w kulturze wśród osób dobrze i słabo wykształconych	31
Tabela 6.	Częstotliwość codziennych aktywności kulturalnych wśród kobiet i mężczyzn	32
Tabela 7.	Struktura temporalna codziennego uczestnictwa w kulturze kobiet oraz mężczyzn	35
Tabela 8.	Częstotliwość podejmowania aktywności kulturalnych przez młodych i starszych	36
Tabela 9.	Intensywność korzystania z kultury instytucjonalnej w poszczególnych skontrastowanych grupach społecznych	39
Tabela 10.	Ogólnodostępne segmentacje w badaniach kultury z lat 2019–2025	43
Tabela 11.	Skrócone opisy segmentów	47
Tabela 12.	Charakterystyki społeczno-demograficzne segmentów	48
Tabela 13.	Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu odświętnych bywalców na tle ogółu badanych	54
Tabela 14.	Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu rozproszonych wielozadaniowców na tle ogółu badanych	57
Tabela 15.	Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu wykluczonych do sieci na tle ogółu badanych	59
Tabela 17.	Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu ucyfrowionych normalsów na tle ogółu badanych	63
Tabela 18.	Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu młodych analogowców na tle ogółu badanych	66
Tabela 19.	Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu rodzinnych widzów na tle ogółu badanych	68
Tabela 20.	Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu towarzyskich animatorek na tle ogółu badanych	70
Tabela 21.	Odsetek osób deklarujących uczestnictwo w kulturze w pojedynkę	79
Tabela 22.	Uczestnictwo w kulturze wraz z innymi a korzystanie z określonych technologii	83
Tabela 23.	Formy uczestnictwa w kulturze ze względu na to, z kim są one podejmowane	84
Tabela 24.	Odsetki osób oglądających wybrane formy przedstawień medialnych w poszczególnych kategoriach społecznych	86
Tabela 25.	Osoby korzystające z kultury wyłącznie za pośrednictwem ekranów	115
Tabela 26.	Oglądanie o poszczególnych porach w ramach realizowanych czynności	119
Tabela 27.	Oglądanie o poszczególnych porach przez osoby o wybranych cechach	120
Tabela 28.	Oglądanie o poszczególnych porach przez osoby o wybranych cechach	121

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1.	Sposoby zakorzenienia oglądania w codziennych czynnościach	19
Wykres 2.	Częstotliwość realizacji codziennych czynności przez kobiety i mężczyzn	34
Wykres 3.	Częstotliwość korzystania z poszczególnych urządzeń elektronicznych przez poszczególne kategorie wiekowe	37
Wykres 5.	Udział osób uczestniczących wyłącznie samotniczo w podziale na segmenty	49
Wykres 6.	Korzystanie z mediów tradycyjnych i nowych mediów w podziale na segmenty	50
Wykres 7.	Korzystanie z poszczególnych technologii w podziale na segmenty	51
Wykres 8.	Udział w wydarzeniach kulturalnych w podziale na segmenty	52
Wykres 9.	Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu odświętnych bywalców na tle ogółu badanych	54
Wykres 10.	Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu rozproszonych wielozadaniowców na tle ogółu badanych	56
Wykres 11.	Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu wykluczonych do sieci na tle ogółu badanych	59
Wykres 12.	Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu odseparowanych graczy na tle ogółu badanych	61
Wykres 13.	Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu ucyfrowionych normalsów na tle ogółu badanych	63
Wykres 14.	Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu młodych analogowców na tle ogółu badanych	65
Wykres 15.	Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu rodzinnych widzów na tle ogółu badanych	67
Wykres 16.	Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu towarzyskich animatorek na tle ogółu badanych	70
Wykres 17.	Czynności społeczne – generalna struktura, jeżeli chodzi o aktywności kulturalne w nich obecne	78
Wykres 18.	Deklaracje na temat obecności innych osób podczas poszczególnych aktywności kulturalnych	81



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY

NAJWAŻNIEJSZE USTALENIA BADAWCZE

**Marek Krajewski
(współpraca Grażyna Pol
i Zuzanna Maciejczak-Kwiatkowska)**

Teza główna: Instytucje kultury są niezwykle istotnym elementem ekosystemu uczestnictwa w kulturze, a ich wspieranie oraz wzmacnianie ich publicznego charakteru stanowi warunek istnienia harmonijnie rozwijających się zbiorowości.

Przeprowadzone przez nas badania pokazują, że Polki i Polacy niezwykle intensywnie uczestniczą w kulturze, ale często obywają się bez pośrednictwa instytucji kultury. Jest to możliwe dzięki głębokiemu zanurzeniu w usieciowionym i zmedializowanym doświadczeniu, najczęściej o wysoce skomercjalizowanym charakterze. Jak pokazują liczne świadectwa, korzystanie z kultury nie zawsze jest dobre i społecznie pożyteczne, zwłaszcza wtedy, gdy jedynym kryterium jakościowym staje się zdolność dóbr kulturowych do ogniskowania uwagi, a one same zostają zredukowane do roli jednego z wielu środków jej przyciągania. Pojawia się w związku z tym dylemat: czy w politykach publicznych powinniśmy dążyć do zwiększania intensywności korzystania z kultury, czy też raczej podejmować starania na rzecz wzmacniania jej instytucji przy jednoczesnym przemyśleniu ich publicznej roli?

Ustalenia poczynione w badaniach pokazują jednak nie tylko niezwykle szerokie, przekraczające wszelkie społeczne podziały upowszechnienie usieciowionej i zmedializowanej formy uczestnictwa w kulturze, ale też uwypuklają nowe, możliwe role jej instytucji. Są one odwiedzane co prawda stosunkowo rzadko, ale w sytuacjach istotnych dla jednostek i bardzo często wraz z innymi, co pozwala przełamać dominujący schemat separującego korzystania z kultury za pomocą urządzeń elektronicznych. Instytucje wypełniają więc podstawową rolę w procesach tworzenia i aktualizowania więzi, dają szansę na spotkanie z innymi w całej ich różnorodności, możliwość bezpośredniego doświadczenia społeczności, których jesteśmy częścią, oraz współprzeżywania. To niezwykle istotne funkcje, kluczowe dla przetrwania wspólnoty rozumianej jako zbiorowość jednostek, które się ze sobą identyfikują, mają wobec siebie zobowiązania i komunikują się, by lepiej zrozumieć siebie i innych.

Publiczny charakter instytucji kultury objawia się jednak nie tylko w tej fundamentalnej roli uspołeczniającej. Są one ważnym narzędziem budowania bardziej egalitarnego charakteru zbiorowości, w których żyjemy. Dlatego konieczna jest również dyskusja na temat tego, jaką rolę podmioty te odgrywają w procesach podtrzymywania społecznych nierówności oraz jak uczynić je bardziej dostępnymi, nie tylko w sensie architektonicznym, lecz także społeczno-kulturowym, jako miejsca otwarte na doświadczenia i sposoby przeżywania świata różnych grup społecznych.

Teza I: Uczestnictwo w kulturze jest silnie zakorzenione w codziennych czynnościach instrumentalnych.

Zrealizowane przez nas badania pozwoliły określić, w jaki sposób aktywności kulturalne zakorzenione są w rytmach i strukturze innych czynności podejmowanych przez jednostki na co dzień i w trakcie weekendów. To ułożenie praktyk kulturalnych prezentuje tabela 1.

Tabela 1. Zakorzenienie aktywności kulturalnych w strukturze czynności składających się na codzienność jednostek

	Czynności instrumentalne		Czynności społeczne		Czynności samorealizacyjne		Czynności nadzwyczajne	
	dzień powszedni	weekend	dzień powszedni	weekend	dzień powszedni	weekend	dzień powszedni	weekend
Oglądanie	51%	56%	26%	36%	48%	59%	26%	28%
Słuchanie	71%	71%	21%	31%	35%	40%	27%	28%
Czytanie/ przeglądanie	56%	64%	22%	25%	51%	55%	27%	24%
Aktywności poza domem	9%	13%	15%	22%	7%	15%	23%	28%
Inne aktywności	22%	31%	21%	26%	21%	27%	41%	28%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Pierwsza kwestia, o której warto wspomnieć, to towarzyszenie takich aktywności, jak oglądanie, słuchanie, czytanie i przeglądanie czynnościom instrumentalnym: tym, które pozwalają nam zaspokoić najbardziej prozaiczne potrzeby fizjologiczne, składają się na obowiązki domowe i opiekę nad innymi czy też wiążą się z pracą i nauką. Oznacza to, że uczestnictwo w kulturze jest silnie zintegrowane z codziennymi obowiązkami i rytmem, ma charakter towarzyszący, nie stanowiąc często wyodrębnionej, osobnej sfery działań, ani nie ma własnego czasu i miejsca realizacji. Nie powinniśmy też utożsamiać go jedynie z czynnościami samorealizacyjnymi, czyli czasem dla siebie, kiedy rozwijamy swoje zainteresowania i pasje. Dzieje się ono raczej cały czas i idzie w parze z innymi czynnościami składającymi się na naszą codzienność.

Prowadzi to do wniosku, że uczestnictwa w kulturze nie powinniśmy utożsamiać wyłącznie z bywaniem w instytucjach kultury i korzystaniem z ich oferty, bo jak pokazuje tabela 1, taka forma udziału w kulturze (występująca tu jako „aktywności poza domem”) jest najrzadziej podejmowana spośród tych, o które pytaliśmy. Nie ma w tym oczywiście niczego zaskakującego – jak pokazujemy w dalszych częściach raportu, korzystanie z oferty instytucji kultury ma charakter okazjonalny, ale też często nadzwyczajny, wyjątkowy.

Drugi wniosek, jaki wynika z takiego ułożenia aktywności kulturalnych, wskazuje, że Polki i Polacy wcale nie są (ani nie byli) bierni kulturalnie, tyle tylko że dotąd utożsamiano kulturową partycypację z korzystaniem z oferty instytucji kultury. Niosło to za sobą dwa znaczące skutki: pomijanie tych codziennych, realizowanych w domu aktywności kulturalnych w badaniach

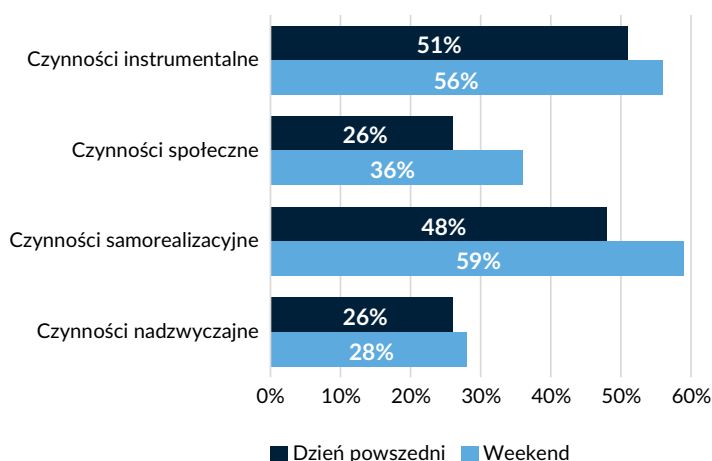
oraz forsowanie tezy o niskim poziomie uczestnictwa Polek i Polaków w kulturze. Jeśli jednak uwzględnimy wysoki poziom aktywności kulturalnych na co dzień, powinniśmy zadać zupełnie inne pytania. Jak to wpływa na status i rolę instytucji kultury oraz co jest przedmiotem tych aktywności, co ludzie czytają, oglądają, przeglądają i czego słuchają na co dzień? Zwłaszcza odpowiedź na te ostatnie pytania wydaje się istotna, bo pozwala zastanowić się, czy powinniśmy bezwarunkowo wspierać uczestnictwo w kulturze, czy tylko niektóre, wybrane jego formy.

Nasze badania pokazują, że podczas czynności instrumentalnych najczęściej podejmowane są takie aktywności kulturalne, jak słuchanie radia (praktykowane przez 47% badanych na co dzień oraz 44% osób w czasie weekendów), czytanie mediów społecznościowych (praktykowane przez 44% badanych), oglądanie filmów i seriali (co jest udziałem prawie 40% osób biorących udział w sondażu) oraz oglądanie materiałów sieciowych (co praktykuje około 30% osób). Z kolei czytanie książek i działalność twórcza mają zdecydowanie mniejszą częstotliwość (praktykuje je odpowiednio 9% i 5% osób badanych). Oznacza to, że aktywności kulturalne realizowane w czasie zaspokajania prozaicznych potrzeb mają charakter wybitnie towarzyszący i nie wymagają wyłączności tak niezbędnej przy czytaniu książek lub tworzeniu. Może to prowadzić do wniosku, że występujące przy okazji innych działań praktyki korzystania z kultury są mniej wartościowe i istotne, ale przecież trudno jest uczynić miarą doniosłości poznawczej, więziotwórczej, estetycznej doświadczanie czegoś na wyłączność. Przeciwnie – w głównej mierze kształtuje nas przecież właśnie codzienne doświadczenie, z charakterystycznym dla niego mimowolnym nasiąkaniem tym, co składa się na nasze najbliższe otoczenie. Być może więc powinniśmy nieco uważniej przyglądać się tym formom uczestnictwa, które tak silnie zintegrowane są z codziennością.

Warto przy tym dodać, że wszystkie w zasadzie aktywności kulturalne zakorzenione w czynnościach instrumentalnych częściej praktykują kobiety niż mężczyźni oraz osoby dobrze wykształcone niż te, które ukończyły szkoły podstawowe i zawodowe. Oznaczać to może, iż jest to szczególnie charakterystyczne dla osób bardziej zaangażowanych w obowiązki domowe lub osób, których czas pracy nie jest wyraźnie limitowany, a jej miejscem staje się też dom. Dodatkowo po przyjrzeniu się generalnej specyfice korzystania z kultury wskazanych tu grup społecznych okazuje się ona szczególnie intensywna między innymi dlatego, że jest realizowana w sposób ciągły i systematyczny, nie zaś tylko w momentach do tego przeznaczonych.

Przeprowadzone przez nas badania pozwoliły też przyjrzeć się charakterowi poszczególnych aktywności kulturalnych. Nie ma tu miejsca na prezentację każdego z portretów tego rodzaju praktyk, zatrzymajmy się zatem na oglądaniu jako paradygmatycznej dla nowoczesności, zapośredniczonej przez media wizualne formie korzystania z kultury – gdzie jest ona zakorzeniona i gdzie się ją praktykuje?

Wykres 1. Sposoby zakorzenienia oglądania w codziennych czynnościach



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Jak wynika z wykresu, oglądamy przede wszystkim w trakcie zaspokajania potrzeb fizjologicznych i choć praktyka ta jest też wykonywana w czasie działań samorealizacyjnych, to bardzo silnie jest też obecna w innych rodzajach czynności instrumentalnych (w trakcie wykonywania prac domowych i sprawowania opieki nad innymi, podczas przemieszczania się i w czasie obowiązków zawodowych). Co więcej, miejscem oglądania jest przede wszystkim dom (wskazuje na to 99% badanych), ale na drugim miejscu są już środki transportu publicznego (takie umiejscowienie oglądania deklaruje 38%), a na kolejnych też miejsca pracy i nauki (gdzie oglądanie podejmuje 26%). Ten towarzyszący charakter oglądania widoczny staje się też w kontekście czasu, w którym Polki i Polacy szczególnie intensywnie podejmują tę praktykę kulturalną. Jak się okazuje, nie są to wcale godziny wieczorne, ale raczej przedpołudnie, a więc czas, w którym szczególnie intensywnie realizujemy potrzeby fizjologiczne, przemieszczamy się, powoli wchodzimy w rytm codzienności.

Podsumowując: w trakcie poszukiwania śladów uczestnictwa w kulturze często ich nie znajdujemy. Nie dlatego jednak, że ludzie mieszkający w Polsce nie są aktywni kulturalnie, ale dlatego, że nie próbujemy ich aktywności lokalizować tam, gdzie są one intensywnie praktykowane – w gąszczu czynności konstytuujących naszą codzienność.

Teza II: Korzystanie z kultury jest silnie zapośredniczone przez usieciowione media i często dokonuje się z całkowitym pominięciem instytucji kultury.

Aż 78% osób mieszkających w Polsce praktykuje codzienne uczestnictwo w kulturze za pośrednictwem mediów elektronicznych, a z pominięciem instytucji kultury. Odsetek ten wzrasta do 79% w weekendy. Jeżeli dodamy do tego niskie wskaźniki uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej (zgodnie z ustaleniami wynikającymi z badań, w kinie w ciągu ostatnich 12 miesięcy ani razu nie było 34% osób, na koncercie – 52%, w muzeum lub galerii – 54%, na spektaklu – 61%, a w operze – 81% Polek i Polaków), to uzyskamy obraz zdecydowanie komplikujący status instytucji kultury. Okazuje się bowiem, że ludzie generalnie są aktywni kulturalnie, ale radzą sobie z tym bez pośrednictwa podmiotów formalnych. To z kolei niesie za sobą pytanie nie tylko o status i rolę instytucji kultury, lecz także o to, kto moderuje treści będące przedmiotem doświadczenia kulturalnego. O ile dawniej do tej roli społeczeństwo (państwo i samorząd) delegowały domy kultury, teatry, biblioteki, muzea i galerie, o tyle dziś jest ona realizowana głównie za pomocą algorytmów faworyzujących to, co przyciąga uwagę, ewentualnie rekomendacji znajomych. Nie chcemy przez to powiedzieć, że w instytucjach kultury obcujemy zawsze z wybitnymi dziełami, ale jest w nich dużo mniejsze prawdopodobieństwo wyboru treści jedynie na podstawie kryterium szerokiej publiczności.

Tabela 2. Grupy społeczne uczestniczące w kulturze tylko za pośrednictwem urządzeń elektronicznych

Kategorie społeczne		Częstości
Ogółem		78%
Płeć	kobiety	80%
	mężczyźni	75%
Wiek	18-24	94%
	25-34	71%
	35-49	75%
	50-59	80%
	60+	77%
	młodzi	93%+
	starzy	77%
Wykształcenie	podstawowe	83%
	zasadnicze zawodowe	58%
	średnie	81%
	wyższe	86%
Miejsce zamieszkania	wielkie i duże miasto	79%
	małe i średnie miasto	80%
	wieś	74%

Kategorie społeczne		Częstości
Aktywność kulturalna	nieaktywny/nieaktywna kulturalnie	62%-
	trochę aktywny/aktywna kulturalnie	97%-
	bardzo aktywny/aktywna kulturalnie	96%-
Czynności instrumentalne		78%
Czynności samorealizacyjne		79%+
Czynności społeczne		84%+
Czynności nadzwyczajne		89%+

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Warto zauważyć, że kobiety częściej niż mężczyźni korzystają z kultury za pośrednictwem mediów elektronicznych, co prawdopodobnie wynika z tego, że w ich przypadku uczestnictwo w kulturze ma przede wszystkim charakter towarzyszący codziennym czynnościom instrumentalnym. Elektroniczna forma kulturowej partycypacji jest też bardzo powszechna wśród najmłodszej kategorii badanych, co jest konsekwencją przenicowania ich codzienności przez media elektroniczne. Co ciekawe, częściej w ten zapośredniczony sposób korzystają z kultury osoby dobrze wykształcone; może to oznaczać, że po prostu uczestniczą w niej bardziej intensywnie – w każdej chwili – niż osoby słabiej wykształcone. Potwierdzają to dane na temat związków pomiędzy generalną aktywnością kulturalną jednostki a formami jej praktykowania zapośredniczonymi medialnie.

Wnioski te po raz kolejny wskazują na interesującą tendencję, zaprzeczającą stereotypom o oddziaływaniu mediów elektronicznych. Nie separują one, jak się okazuje, jednostek od doświadczeń kulturalnych, ale sprawiają, że dostęp do nich staje się bardziej intensywny i ciągły. Dowodzi tego duża częstotliwość korzystania z kultury za ich pośrednictwem w każdym z wyodrębnionych rodzajów czynności tworzących codzienność. Szczególnie często ten typ uczestnictwa w kulturze praktykowany jest zresztą również wtedy, gdy uczestniczymy w niej wraz z innymi, w kontekście czynności społecznych i nadzwyczajnych, zatem tych, które są ważnymi formami aktualizowania wspólnoty. To zaś oznacza, że media elektroniczne demonopolizują uspołeczniającą rolę instytucji kultury. Pojawia się oczywiście pytanie, czy przejmując ją na siebie, działają – jak te ostatnie – w publicznym, czy też prywatnym interesie. Pytanie, jak się wydaje, retoryczne.

Warto podkreślić jeszcze jedną istotną kwestię. Zapśredniczenie kulturowej partycypacji przez media elektroniczne znosi też klasyczne bariery związane z przestrzenną dostępnością instytucji kultury. Jak pokazują nasze ustalenia, korzystanie w tej formie z kultury nie jest w żaden znaczący sposób zróżnicowane ze względu na miejsce zamieszkania, co z kolei jest ważnym czynnikiem ograniczającym dostęp do kultury instytucjonalnej. To samo możemy powiedzieć o wieku – osób mających więcej niż 60 lat i korzystających z kultury wyłącznie elektronicznie jest ponad 80%.

Zapośredniczenie korzystania z kultury przez media elektroniczne będzie się z pewnością pogłębiać, warto więc ten proces obserwować, zastanawiając się nad tym, jakie konsekwencje niesie on dla aktywności kulturalnych oraz dla instytucji kultury. Prowokuje on bowiem otwarte pytanie o rolę, jaką powinny pełnić instytucje w sytuacji utraty monopolu na upowszechnianie kultury, kiedy z perspektywy wielu osób nie są one już konieczne, by można było korzystać z ofert kulturalnych.

Teza III: Codzienne uczestnictwo w kulturze odbywa się z pominięciem instytucji kultury, ale nie oznacza to, że ich oferta nie jest wykorzystywana i że nie pełnią one istotnej roli.

Jak pokazaliśmy wyżej, prawie 80% osób, korzystając z kultury na co dzień, obywateli się bez pośrednictwa instytucji kultury, bo używa do tego mediów elektronicznych. Nie oznacza to jednak, że jednostki te nie korzystają z oferty placówek. Przeciwnie – o ile w kontekście codziennych aktywności kulturalnych działań o instytucjonalnym charakterze nie podejmuje zbyt wiele osób (nieco ponad 10% badanych, w tym zwiedzanie i turystykę zadeklarowało 6,9%, wizyty w galeriach sztuki, muzeach itd. 1,6%, zaś chodzenie do teatru, na koncerty 1,1%), o tyle ponad 40% deklaruje, że przynajmniej raz uczestniczyło w jakimś wydarzeniu kulturalnym w ciągu ostatnich 12 miesięcy (najczęściej były to wizyty w kinie – ponad 60%, zaś najrzadziej w operze – niecałe 2%). Co prawda osób, które można nazwać bardzo aktywnymi kulturalnie (które zadeklarowały, że w ostatnich 12 miesiącach korzystały z oferty różnych instytucji kultury co najmniej 20 razy) jest zaledwie 9%, ale nadużyciem byłoby stwierdzenie, że Polki i Polacy nie uczestniczą w kulturze instytucjonalnej.

Możemy wskazać dwa podstawowe modele tego rodzaju partycypacji. Pierwszy z nich polega na stałym, systematycznym korzystaniu z oferty dostarczanej przez instytucje kultury, drugi zaś na okazjonalnym praktykowaniu takiego udziału w kulturze, ale za to zyskującym status odświętnego, które jest często praktykowane z innymi i służy aktualizowaniu więzi.

Pierwszy model praktykują przede wszystkim osoby zamieszkujące duże miasta (znajdziemy tu 13% bardzo aktywnych kulturalnie), dobrze wykształcone (wśród nich jest 11,2% uczestniczących intensywnie w kulturze), osoby młode (w grupie wiekowej 18–25 – 10%) oraz te pomiędzy 50. a 59. rokiem życia (prawie 14%), osoby pracujące na etacie (jest ich tu 12,5%) i wykonujące funkcje kierownicze (ponad 22%) oraz osoby dobrze sytuowane (ponad 12% w tej kategorii intensywnie uczestniczy w kulturze). Jak więc widać, to model praktykowany przez osoby na różne sposoby uprzywilejowane, co z kolei oznacza, że kulturowa partycypacja jest mechanizmem opierającym się na reprodukcji nierówności. To pewnie jedna z istotnych, choć ukrytych, funkcji instytucji kultury.

Drugi z modeli, niesprzeczny z pierwszym (zakładamy, że część osób bardzo aktywnych kulturalnie również praktykuje go w tym sensie, że realizuje jego doposażoną funkcję), szczególnie silnie objawia się w kontekście czynności określonych jako społeczne (ich przykłady podane w kwestionariuszu to spotkania, rozmowy, zabawa, praktyki religijne oraz aktywność społeczna) oraz nadzwyczajne (ich przykłady z kwestionariusza to udział w uroczystościach, wyjścia do miasta, świętowanie czegoś itd.). Jak się okazuje, właśnie w obrębie tych czynności realizują się przede wszystkim aktywności kulturalne, które wiążą się z wychodzeniem z domu, a zatem polegają na korzystaniu z oferty instytucji kultury. W ramach czynności nadzwyczajnych działania tego rodzaju podejmuje 28% Polek i Polaków (dane dotyczą weekendów, w dni powszednie ich realizację deklaruje 23% spośród nich), zaś w ramach czynności społecznych – 22% (w dni powszednie 15%).

Oznacza to, że uczestnictwo w kulturze instytucjonalnej, choć nieczęste i okazjonalne, ma istotną funkcję do spełnienia. Występuje jako ważny środek reprodukcji więzi społecznych i praktyka podkreślająca doniosłość wydarzenia z udziałem jednostek. Można wskazać, że ta funkcja rytualna to druga doniosła rola, którą pełnią dziś instytucje kultury. To miejsca traktowane jako nadzwyczajne i dlatego dobre do celebrowania więzi, wspólnoty, bycia z innymi w silnych, pozytywnych relacjach.

Teza IV: Codzienne uczestnictwo w kulturze często realizuje się w sposób samotniczy i posiada rolę separującą, a nie uspołeczniającą.

Jak pokazują nasze badania, 49% Polek i Polaków podejmujących codzienne aktywności kulturalne realizuje je w pojedynkę. Odsetek ten jest oczywiście najwyższy wśród osób, które mieszkają samotnie, ale, co znaczące, również wśród osób mieszkających wspólnie z rodzicami (sięga on prawie 60%) oraz z innymi osobami spokrewnionymi i niespokrewnionymi (ponad 70%). Jest on też wysoki w przypadku osób bezrobotnych (w tej grupie osoby samotniczo korzystające z kultury to prawie 58%) oraz żyjących z renty (56%). Jeżeli chodzi o miejsce zamieszkania, to najwięcej takich osób znajdziemy w ośrodkach powyżej 500 tysięcy mieszkańców (56%). Nieco częściej w ten sposób korzystają z kultury mężczyźni (53%) niż kobiety (45%), osoby słabiej wykształcone (wśród osób z zasadniczym wykształceniem zawodowym ich odsetek to 57%) niż wykształcone dobrze (wśród osób z wykształceniem wyższym odsetek ten wynosi 40%). Warto też zaznaczyć, że częściej w pojedynkę korzystają z kultury osoby nieaktywne w kulturze instytucjonalnej (56,2%) niż aktywne (39,9%).

Tabela 3. Samotne praktykowanie aktywności kulturalnych w różnych kategoriach społecznych

Ogółem	49%
Kobiety	45%-
Mężczyźni	53%+
Zasadnicze zawodowe	57%+
Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	56%
Mieszkam sam/sama	72%+
Mieszkam z kimś	45%-
Mieszkam z rodzicami	60%+
Mieszkam z innymi osobami spokrewnionymi	72%+
Mieszkam z innymi osobami niespokrewnionymi	70%+
Jestem na rencie	56%
Jestem bezrobotny/bezrobotna	58%
Uczestnictwo w wydarzeniach – aktywny/aktywna	40%-
Uczestnictwo w wydarzeniach – nieaktywny/nieaktywna	56%+

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Zakładając, że kultura jest sferą, która nas w różnorodny sposób uspołecznia (poczynając od tego, że stwarza w ogóle możliwość – przez język, wspólne wartości i normy, systemy reprezentacji i obiekty – praktykowania właściwego ludziom grupowego sposobu życia, a kończąc na tym, że uczestnictwo w niej jest formą aktualizowania więzi), powszechność samotniczego korzystania z niej musi niepokoić i wymaga wyjaśnienia.

Wiąże się ona prawdopodobnie z trzema procesami. Po pierwsze wynika ze specyfiki współczesnych urządzeń umożliwiających korzystanie z propozycji kulturalnych (smartfonów, tabletów i komputerów, ale też słuchawek lub konsol do gier), które zostały zaprojektowane tak, by to korzystanie z kultury w pojedynkę wymuszać i prowadzić do tego, by stawało się ono bardziej prywatnym doświadczeniem, i innych. Oczywiście również wcześniej takie praktyki – podejmowane na przykład za pośrednictwem książki lub prasy – były implikowane technologicznie, ale stanowiły one tylko jedną z form korzystania z kultury, czego – zgodnie z tezą II – nie można powiedzieć o urządzeniach elektronicznych.

Po drugie samotnicze korzystanie z kultury jest również aspektem przeobrażania jej w wewnątrznie złożony i zróżnicowany zbiór nisz, niezwykle wyspecjalizowanych, jeżeli chodzi o preferencje i zainteresowania, i często wymagających insiderskiej wiedzy. W rezultacie trudno jest znaleźć osoby podzielające nasze zainteresowania w najbliższym otoczeniu, łatwo natomiast – za pośrednictwem sieci. Uczestnicząc w kulturze, jednostki z konieczności zatem wchodzą w relacje zapośredniczone i paraspołeczne, a nie bezpośrednie, z osobami, z którymi współtworzą codzienność – a to o takie praktyki pytaliśmy w sondażu.

Po trzecie samotnicze korzystanie z kultury w nowoczesnym społeczeństwie oczywiście stale było obecne, zwłaszcza w kontekście kontemplatywnych wzorców uczestnictwa, charakterystycznych dla uprzywilejowanych grup społecznych. Zatopienie w lekturze książki, oglądanie w zadumie obrazu w muzeum albo słuchanie w skupieniu muzyki poważnej to paradymatyczne przykłady uczestnictwa w kulturze, propagowanego jako pożądane i prestiżowe. Problem polega na tym, że uzyskane przez nas dane wiążą dzisiejsze samotnicze korzystanie z kultury z osobami próbującymi się separować od innych, na których są skazane (rodzice, osoby współzamieszkujące, osoby z wielkich miast cierpiące z powodu nadmiaru bodźców i relacji) oraz z nieuprzywilejowanymi (osoby bezrobotne, na rencie, słabo wykształcone, nieaktywne kulturalnie, zamieszkujące najmniejsze miejscowości). Dla nich ta forma uczestnictwa w kulturze jest raczej koniecznością niż wyborem.

Podsumowując, należy podkreślić, że trudno zignorować samotnicze korzystanie z kultury jako kwestię marginalną, skoro jest ono udziałem prawie połowy Polek i Polaków. Komplikuje ono uspołeczniającą rolę kultury, skoro może być ona także narzędziem separowania się od innych i pogłębiania alienujących procesów indywidualizacji. To zaś z kolei prowadzi do wniosku, że wzmacnianie każdej formy aktywności kulturalnej z perspektywy społecznej byłoby błędem. W rezultacie promowalibyśmy bowiem również praktyki, które mają wyraźny potencjał alienujący.

Teza V: Korzystanie z kultury nie jest przypadkowym zbiorem działań, ale uwzorowaną praktyką. To zaś pozwala wyodrębnić kilka segmentów osób uczestniczących w kulturze.

Segmentacja opracowana na podstawie badań kontekstowych stara się oddać zróżnicowanie wzorów kulturowej partycypacji. Opisuje uczestników kultury w podziale na kilka charakterystycznych grup. Są to: odświętni bywalcy, rozproszeni wielozadaniowcy, wykluczeni do sieci, odseparowani gracze, ucyfrowieni normalsi, młodzi analogowcy, rodzinne widzki i towarzyskie animatorki. Kluczowe wymiary różnicujące to: rodzaj podejmowanych aktywności, indywidualny lub relacyjny charakter tychże, wykorzystywane media oraz odwiedzane instytucje.

Tabela 4. Skrócone opisy segmentów

Nazwa segmentu	Skrócony opis
1. Odświętni bywalcy	Niemal połowa segmentu to osoby powyżej 50. roku życia; zdecydowanie przeważają mieszkańcy miast. Kultura jest dla nich raczej kwestią odświętną; najczęściej ze wszystkich segmentów odwiedzają instytucje kultury, ale na co dzień relatywnie mało oglądają, słuchają i czytają. Charakterystyczne jest dla nich przywiązanie do tradycyjnych mediów (telewizor, radio). Korzystają z kultury zarówno indywidualnie, jak i z innymi lub w ich obecności (nie wyróżniają się pod tym względem na tle innych segmentów).
2. Rozproszeni wielozadaniowcy	W większości w średnim wieku, aktywni zawodowo i zajęci pracą. Korzystają z kultury przy okazji – szczególnie często przez słuchanie czegoś w tle. Badane aktywności kulturalne podejmują raczej z innymi lub w ich obecności niż samotniczo. Relatywnie często odwiedzają instytucje kultury.
3. Wykluczeni do sieci	W porównaniu z danymi dla ogółu badanych, w tym segmencie częściej znajdziemy osoby ze wsi, z gorszą sytuacją materialną i niższym wykształceniem. Korzystają one z kultury głównie za pośrednictwem telefonu i zazwyczaj samotniczo. Są nieobecne w instytucjach kultury.
4. Odseparowani gracze	Młodzi, częściej mężczyźni. Korzystają z nowych mediów i, co dla nich charakterystyczne, podejmują aktywności kulturalne głównie w kontekście czynności samorealizacyjnych i relaksu. Stosunkowo często za pomocą komputera. Korzystanie z kultury jest w ich przypadku raczej czynnością separującą od innych. Nie uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych.
5. Ucyfrowieni normalsi	To najmniej wyrazisty segment. Jego przedstawiciele mają częściej wyższe wykształcenie, ale inne cechy społeczno-demograficzne ich nie wyróżniają. Uczestniczą w kulturze za pośrednictwem urządzeń elektronicznych, korzystają z nowych mediów. Ich uczestnictwo ma raczej charakter indywidualny. Bywają na wydarzeniach kulturalnych, choć raczej okazjonalnie.
6. Młodzi analogowcy	W tym segmencie mocno reprezentowani są najmłodsi badani (18–24). Charakterystyczne dla nich jest podejmowanie dość tradycyjnych aktywności kulturalnych: czytanie książek, słuchanie muzyki (również radia), rzadziej poświęcają czas na nowe media. Korzystają z kultury raczej za pomocą komputera niż telefonu, a jeszcze rzadziej – telewizora. Zdarza im się odwiedzać instytucje kultury, choć raczej z niską częstotliwością.
7. Rodzinne widzki	Rodzinne widzki to w większości kobiety. Uczestniczą w kulturze przeważnie w obecności innych lub z innymi. Szczególnie często korzystają z telewizora. W większości są nieobecne w instytucjach kultury.
8. Towarzyskie animatorki	Towarzyskie animatorki to najbardziej sfeminizowany segment, a ich uczestnictwo w kulturze wydaje się najbardziej powiązane z relacjami społecznymi. Są wyjątkowo aktywne, również poza domem, korzystają z kultury głównie razem z innymi lub w ich obecności. Odwiedzają instytucje kultury, chociaż raczej z umiarkowaną częstotliwością.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).



Teza VI: Ważnym aspektem współczesnej kultury jest jej silna audialność, obecna zwłaszcza na co dzień i w interesujący sposób podkreślająca różnice społeczne.

Ustalenia z badań pozwalają dostrzec, że najczęstszą formą uczestnictwa w kulturze nie jest, jak mogłoby się wydawać, oglądanie, ale słuchanie. Jest to oczywiście zaskakujące, bo przywykliśmy do tezy o wzrokocentrycznym charakterze zachodniej kultury i jej zorganizowaniu wokół obrazów, ale jednocześnie zrozumią, jeżeli weźmiemy pod uwagę dwie istotne cechy uczestnictwa w niej w kontekście codzienności.

Pierwszą z nich jest, jak pokazaliśmy w tezie I, towarzyszący charakter tego procesu, który sprawia, że nie może być on nadmiernie angażujący i powinien pozwalać na wykonywanie innych czynności (fizjologicznych, dojazdów do pracy, nauki, prac domowych itd.). W tej roli zaś bardziej sprawdza się słuchanie raczej niż oglądanie lub czytanie. Doskonale dowodzą tego dane: ponad 80% osób słucha w trakcie pracy lub nauki, prawie 77% w czasie wykonywania obowiązków domowych i tyle samo podczas przemieszczania się. Znaczące jest też to, że wymienionym tu czynnościom najczęściej towarzyszy słuchanie radia, zatem medium, które bardzo często dostarcza dziś akustycznego, słabo angażującego tła dla bardziej podstawowych aktywności.

Drugą cechą kultury sprzyjającą słuchaniu jest, jak pokazaliśmy z kolei w tezie IV, często samotniczy i separujący charakter kulturowej partycypacji. Jego ilustracją jest osoba obecna w miejscu publicznym ze słuchawkami na uszach, izolująca się za ich pomocą od otoczenia i reżyserująca własną fonosferę niezależnie od miejsca, w którym się znajduje.

Po tych wstępnych ustaleniach warto przyjrzeć się bliżej praktykowanemu na co dzień słuchaniu. Słuchanie jest praktyką silnie udomowioną (realizuje je w tej formie 96% osób), ale też silnie obecną w trakcie przejazdów (42% badanych słucha w środkach komunikacji) oraz w miejscu pracy lub nauki (29%). 55% osób słucha za pomocą sprzętu audio, ale jeszcze więcej za pośrednictwem różnych urządzeń komputerowych (telefonu lub tabletu – 51%, a komputera lub laptopa – 31%). Co interesujące, do słuchania używa się też telewizora, co praktykuje 24% Polek i Polaków. 95% osób zdarza się słuchać w pojedynkę, a tylko 25% razem z innymi, co sugeruje zasadniczo separujący charakter tej praktyki.

Najbardziej interesujące jest jednak to, w jaki sposób poprzez słuchanie wyrażają się, a w konsekwencji też reprodukują różnice społeczne, co jest widoczne zwłaszcza w przypadku dwu zmiennych: wieku i wykształcenia.

Jeżeli chodzi o wiek, to odrębności dotyczą środków technicznych, których używa się do słuchania (dla przykładu, sprzętu audio używa zaledwie 19,4% z najmłodszej grupy 18–25 lat, a wraz z wiekiem odsetek ten rośnie, by w przypadku grupy 60+ osiągnąć wartość prawie 50%). Najmłodsze osoby, częściej też niż najstarsze, słuchają muzyki, podcastów oraz materiałów poradnikowych, a domeną najstarszych jest słuchanie radia.

W kontekście wykształcenia również widoczne są różnice w używanej technologii (wśród osób słabo wykształconych odsetek osób używających sprzętu audio wynosi 29%, a w przypadku wykształconych dobrze – prawie 45%). Widać również wyraźną przewagę osób dobrze wykształconych w częstotliwości słuchania każdej w zasadzie formy materiałów audialnych, zwłaszcza radia, muzyki, podcastów i audiobooków; trochę tak, jakby słuchanie było silnie splecione z dystynktywnymi praktykami kulturalnymi, stanowiąc element ich zestawu wiążącego się z wysokim kapitałem kulturowym. Potwierdzają to dane: radia słucha prawie 60% osób bardzo aktywnych kulturalnie, w porównaniu z niecałymi 40% wśród słabo aktywnych.

Teza VII: Głównymi czynnikami warunkującymi intensywność codziennych aktywności kulturalnych są wykształcenie, płeć i status zawodowy. Nie są nimi natomiast sytuacja materialna, miejsce zamieszkania ani liczebność gospodarstwa domowego.

Przeprowadzone przez nas badania codziennych aktywności kulturalnych wskazują, że zmienną silnie różnicującą sposoby ich praktykowania jest wykształcenie.

Tabela 5. Częstotliwość codziennych aktywności kulturalnych w kulturze wśród osób dobrze i słabo wykształconych

		Dobrze wykształceni	Słabiej wykształceni
Oglądanie	filmy, seriale	52%	48%
	podcasty, edukacja	13%	11%
	poradniki	8%	11%
	media społecznościowe	42%	40%
	streamy live	9%	9%
Słuchanie	muzyka	50%	45%
	radio	51%	40%
	podcasty	15%	6%
	poradniki	7%	6%
	audiobooki	9%	3%
Czytanie	książki, komiksy	25%	12%
	poradniki	12%	12%
	prasa	9%	8%
	info w Internecie	48%	36%
	media społecznościowe	52%	51%
	zakupy/ogłoszenia	19%	15%
Poza domem	turystyka	11%	9%
	galerie	3%	3%
	teatr, koncert	4%	3%
Inne	gry	23%	5%
	tworzenie treści	18%	25%
	twórczość artystyczna	11%	15%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Tabela wskazuje na generalnie nieco wyższy poziom aktywności kulturalnych we wszystkich formach wśród osób dobrze wykształconych, ale też szczególnie dużą ich przewagę w przypadku słuchania radia, czytania książek i informacji w Internecie lub słuchania podcastów. Wszystkie one są powiązane, jak się zdaje, z klasycznymi formami uczestnictwa w kulturze, praktykowanymi przez osoby o wysokim kapitale kulturowym i zainteresowane życiem publicznym.

Drugą ze zmiennych różnicujących formy codziennych aktywności kulturalnych jest płeć.

Tabela 6. Częstotliwość codziennych aktywności kulturalnych wśród kobiet i mężczyzn

		Kobiety	Mężczyźni
Oglądanie	filmy, seriale	55%	48%
	podcasty, edukacja	10%	13%
	poradniki	7%	12%
	media społecznościowe	42%	40%
	streamy live	5%	13%
Słuchanie	muzyka	44%	50%
	radio	48%	47%
	podcasty	10%	10%
	poradniki	6%	8%
	audiobooki	6%	5%
Czytanie	książki, komiksy	22%	14%
	poradniki	10%	11%
	prasa	7%	13%
	info w Internecie	40%	46%
	media społecznościowe	55%	48%
	zakupy/ogłoszenia	16%	18%
Poza domem	turystyka	11%	12%
	galerie	3%	4%
	teatr, koncert	3%	3%
Inne	gry	23%	24%
	tworzenie treści	18%	14%
	twórczość artystyczna	12%	9%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Zgodnie z tą tabelą kobiety chętniej wybierają treści narracyjne i skoncentrowane na relacjach (oglądanie seriali i filmów, oglądanie i czytanie mediów społecznościowych, czytanie książek i słuchanie audiobooków itd.) oraz aktywności twórcze. Mężczyźni natomiast częściej praktykują formy aktywności, które wiążą się z rozwiązywaniem problemów technicznych (stąd ich przewaga w kontekście kultury poradniczej) oraz z rywalizacją (stąd przeważają w praktykach oglądania streamów lub grania w gry). Jest to zgodne z kierowanymi do osób różnych płci genderowymi oczekiwaniami, niewątpliwie też stanowi formę ich reprodukcji.

Trzecią ze zmiennych różnicujących aktywności kulturalne Polek i Polaków jest status zawodowy, a dokładniej to, czy są one aktywne, czy też bierne zawodowo. Nie ma potrzeby prezentacji w tym przypadku wykresu, ponieważ wszystkie w zasadzie typy aktywności kulturalnych częściej podejmują osoby pracujące. Nie budzi to zdziwienia, jeżeli weźmiemy pod uwagę, że w przypadku osób niepracujących mamy najczęściej do czynienia z borykaniem się z niedostatkiem, próbami związania końca z końcem, poczuciem niestabilności, a to z pewnością nie sprzyja uczestnictwu w kulturze. Czasami też nieaktywność zawodowa związana jest

z niższym wykształceniem oraz z niepełnosprawnością lub zaawansowanym wiekiem, a to również nie są czynniki, które wzmacniają urzeczywistnianie partycypacji kulturowej.

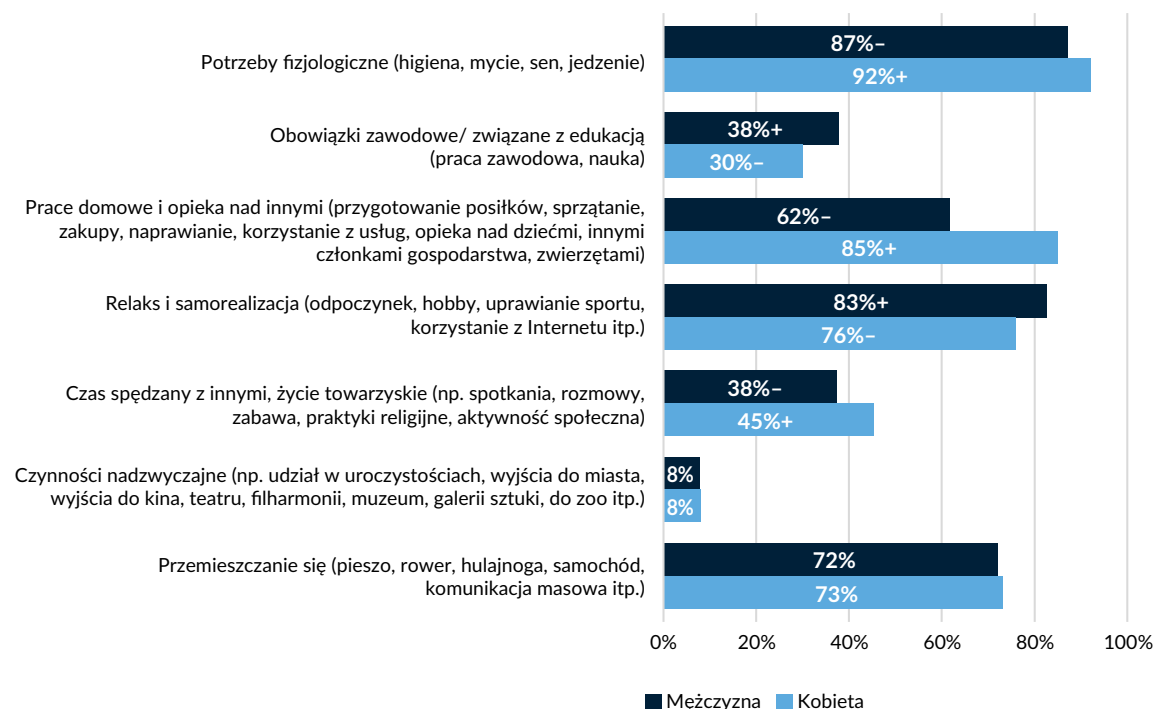
Tym natomiast, co może zaskakiwać, jest brak jednoznacznego wpływu miejsca zamieszkania na intensywność codziennego korzystania z kultury. Porównanie aktywności wśród osób mieszkających na wsi i w małych miastach, w średniej wielkości miejscowościach i w dużych miastach wskazuje na różnice, ale nie układają się one w żaden wyrazisty wzór, co może oznaczać, że zapośredniczenie korzystania z kultury przez media znosi przestrzenne bariery dostępu, a w ich miejsce pojawiają się odrębności subtelniejsze, wynikające ze specyfiki zamieszkiwanego typu miejscowości. Tylko tak możemy wyjaśnić, dlaczego mieszkańcy największych miast częściej oglądają filmy i seriale, a na wsiach i w małych miejscowościach ogląda się i czyta media społecznościowe albo to, dlaczego właśnie w średnich miejscowościach częściej niż gdzie indziej korzysta się z kultury poradnikowej.

Z kolei jeżeli weźmiemy pod uwagę takie zmienne, jak sytuacja materialna lub wielkość gospodarstwa domowego, okaże się, że pomiędzy tymi, którym się wiedzie i nie wiedzie, żyjącymi w gospodarstwach jedno- i wieloosobowych nie odnotowano znaczących różnic w intensywności uczestnictwa w kulturze. Interesujące nas codzienne aktywności kulturalne realizowane są dziś głównie w kontekście domowym i za pośrednictwem wysoce egalitarnych mediów elektronicznych, przestają być one zatem czułe na bariery stwarzane przez miejsce zamieszkania i podziały związane z materialnym dobrostanem.

Teza VIII: Sposoby korzystania z kultury kobiet i mężczyzn różnią się nie tyle intensywnością, ile raczej temporalnością i sposobem zakorzenienia w codzienności.

Jak wspomnieliśmy wyżej, płeć jest ważną cechą różnicującą codzienne aktywności kulturalne. Nie może być zresztą inaczej, skoro pomiędzy kobietami i mężczyznami istnieją ważne różnice w sposobie zakorzenienia w codzienności.

Wykres 2. Częstotliwość realizacji codziennych czynności przez kobiety i mężczyzn



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Z wykresu tego wynika, że kobiety są zdecydowanie częściej zaangażowane w prace domowe, opiekę nad innymi, ale też w czas spędzany z innymi, zaś mężczyźni znacząco częściej oddają się relaksowi i samorealizacji, choć też deklarują mocniejsze zaangażowanie w obowiązki zawodowe. Omawiając tezę VI, wskazaliśmy formy codziennych aktywności kulturalnych, które są praktykowane przez kobiety i mężczyzn – te pierwsze preferują formy narracyjne i relacyjne, zaś ci drudzy te, które umożliwiają rozwiązywanie problemów technicznych lub są rywalizacyjne. Tu chcielibyśmy zwrócić uwagę na to, z kim w kulturze uczestniczą kobiety i mężczyźni oraz jak podejmowane przez nie i przez nich praktyki są zakorzenione w strukturze temporalnej.

Jak wynika z badań, kobiety rzadziej niż mężczyźni korzystają z kultury w pojedynkę: w ich przypadku odsetek ten wynosi 45%, zaś w przypadku mężczyzn – 53%. Co interesujące, kobiety nieco częściej też niż mężczyźni korzystają z kultury w czasie przejazdów (73,3% wobec 72,2%), natomiast dla mężczyzn przestrzenią codziennych praktyk kulturalnych częściej jest miejsce

pracy lub nauki (28% wobec 19%). Może to oznaczać, że kobiety intensywniej wykorzystują każdą wolną chwilę na uczestnictwo w kulturze, bo mają na to mniej czasu ze względu na większe zaabsorbowanie obowiązkami domowymi; są też przy tym bardziej zaangażowane w sytuacje zawodowe i nie wykorzystują ich tak często jak mężczyźni na inne rodzaje działań niż wynikające z ich obowiązków.

Bardzo interesujące ustalenia przynosi też porównanie temporalności korzystania z kultury kobiet i mężczyzn.

Tabela 7. Struktura temporalna codziennego uczestnictwa w kulturze kobiet oraz mężczyzn

	Pora dnia	Kobiety	Mężczyźni
Oglądanie	przed 9 rano	27%	27%
	9-12	42%	43%
	12-15	46%	45%
	15-18	59%	63%
	18-21	65%	67%
	po 21	43%-	51%+
Słuchanie	9-12	37%	37%
	od 9 do 12	54%+	45%-
	12-15	48%	48%
	15-18	45%	44%
	18-21	35%	39%
	po 21	18%	24%
Czytanie	przed 9 rano	31%	25%
	9-12	44%	44%
	12-15	43%	44%
	15-18	47%-	56%+
	18-21	51%-	60%+
	po 21	36%	34%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20-21.10. II fala 23-25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Z tabeli wynika, że jedyną porą, w której kobiety intensywniej od mężczyzn korzystają z kultury, są godziny przedpołudniowe i dotyczy to tylko słuchania, a więc często towarzyszącej aktywności kulturalnej. Z kolei mężczyźni zdecydowanie intensywniej uczestniczą w kulturze popołudniami i wczesnym wieczorem i to w zasadzie w przypadku każdej z wyodrębnionych przez nas form aktywności kulturalnych. Potwierdza to z kolei poczynione wyżej ustalenie, że kobiece uczestnictwo jest mocniej zintegrowane ze strukturą codziennych obowiązków i ma charakter towarzyszący, natomiast męskie jest aktywnością na wyłączność, realizowaną w czasie wolnym i ma przede wszystkim charakter samorealizacyjny.

Teza IX: Różnice w sposobach korzystania z kultury w różnych grupach wiekowych wyrażają się nie tyle w intensywności, ile raczej w sposobie uzyskiwania dostępu do niej oraz w rodzaju oferty, po którą się sięga.

Tabela poniżej prezentuje intensywność, z jaką skontrastowane grupy wiekowe (młodzi i starsi) praktykują poszczególne aktywności kulturalne. Trudno wskazać, że młodzi albo starsi są mocniej zanurzeni w codziennych praktykach kulturalnych, ale też łatwo dostrzec, że znacznie się różnią co do przedmiotu tych aktywności.

Tabela 8. Częstotliwość podejmowania aktywności kulturalnych przez młodych i starszych

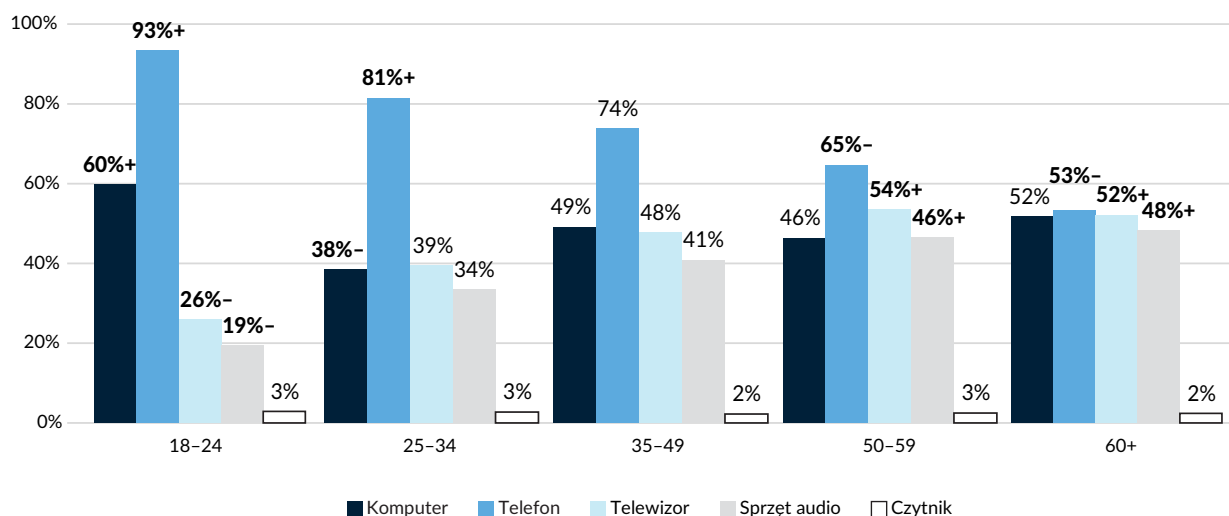
Rodzaje aktywności kulturalnych		Młodzi (do 25. roku życia)	Starsi (powyżej 55. roku życia)
Oglądanie	filmy, seriale	46%	52%
	podcasty, reportaże, materiały edukacyjne	18%	9%
	poradniki, filmy instruktażowe	20%	6%
	materiały w mediach społecznościowych	58%	28%
	streamy live	18%	5%
Słuchanie	muzyka ogólnie	72%	38%
	radio	18%	54%
	podcasty, audycje, reportaże	14%	7%
	materiały edukacyjne i poradniki	15%	5%
	audiobooki	5%	3%
Czytanie	książki, komiksy	26%	18%
	materiały edukacyjne i poradniki	27%	6%
	prasa	4%	11%
	wiadomości/informacje w Internecie	33%	49%
	media społecznościowe	66%	45%
	ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itd.	12%	14%
Aktywności poza domem	zwiedzanie, turystyka	7%	11%
	wizyty w galeriach sztuki, muzeach	5%	4%
	chodzenie do teatru, na koncerty	5%	1%
Inne aktywności	granie w gry, quizy itp.	40%	17%
	robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych	28%	11%
	malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach	16%	8%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Jak można dostrzec, osoby młodsze, co oczywiste, zasadniczo częściej partycypują w kulturze sieciowej, zaś starsze w tradycyjnych formach uczestnictwa (takich jak słuchanie radia, czytanie prasy), a także są mocniej zainteresowane tym, co można nazwać życiem publicznym (stąd większa intensywność czytania informacji w Internecie czy też prasy). Interesujące jest jednak to, że młodzi częściej niż starsi deklarują czytanie książek i komiksów, ale jak się wydaje, wynika to z tego, że pierwsi wciąż się uczą i studiują, a więc praktyka ta może być z konieczności obecna w ich życiu na co dzień. Warto też zwrócić uwagę na większą intensywność twórczą wśród młodych, co z jednej strony wiąże się z dużą potrzebą ekspresji, jak i samopoznania w tej kategorii wiekowej, ale z drugiej niewątpliwie powiązane jest również z dużą łatwością w posługiwaniu się komputerowymi narzędziami umożliwiającymi kreowanie i upowszechnianie różnorodnych treści kultury. Interesujące jest także silne zanurzenie młodych w kulturze poradnikowej, co może świadczyć o tym, że z jednej strony borykają się z różnorodnymi problemami, które starają się rozwiązać, a z drugiej też o tym, że wiedza starszych pokoleń okazuje się dla nich nieprzydatna.

Wiekowe zróżnicowanie uczestnictwa w kulturze zaznacza się również w tym, za pomocą jakich urządzeń się z niej korzysta. Tego typu odrębności pokazuje kolejny wykres.

Wykres 3. Częstotliwość korzystania z poszczególnych urządzeń elektronicznych przez poszczególne kategorie wiekowe



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Jak można dostrzec, we wszystkich kategoriach wiekowych dominującym narzędziem praktykowania uczestnictwa w kulturze jest telefon. Intensywność sięgania po to urządzenie maleje co prawda wraz z wzrastającym wiekiem badanych, jednak sytuacji, w której staje się on głównym medium codziennego korzystania z kultury, trudno nie uznać za wyzwanie. Nie tylko dlatego, że w rezultacie z kultury można dziś korzystać dosłownie wszędzie (co pokazują też nasze badania), ale przede wszystkim dlatego, że nasila to niewątpliwie tendencję do samotniczego praktykowania uczestnictwa w kulturze, a co za tym idzie – wypina jednostki z jego zinstytucjonalizowanych form. Ta telefonocentryczność jest szczególnie intensywna

w przypadku najmłodszej kategorii wiekowej, w której ta zapośredniczona forma korzystania z kultury jest absolutnie dominująca. Najbardziej zrównoważony model, jeżeli chodzi o korzystanie z różnorodnych mediów umożliwiających dostęp do kultury, obecny jest w najstarszej kategorii wiekowej. Paradoks polega na tym, że choć jest ona często wskazywana jako najbardziej wykluczona cyfrowo, to jednocześnie jest też najmniej zależna od jakiegoś pojedynczego medium.

Teza X: Poziom uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej jest stosunkowo niski, co wynika również z jej niedostępności dla niektórych grup społecznych.

Tabela poniżej prezentuje intensywność, z jaką w kulturze instytucjonalnej uczestniczą osoby przynależące do poszczególnych, skontrastowanych ze sobą grup społecznych¹.

Tabela 9. Intensywność korzystania z kultury instytucjonalnej w poszczególnych skontrastowanych grupach społecznych

Kategorie społeczne	Nieaktywni	Umiarkowanie aktywni	Bardzo aktywni
Wiek			
młodzi	47%	43%	10%
starsi	55%	35%	9%
Wykształcenie			
dobrze wykształceni	46%	43%	11%
słabiej wykształceni	66%	27%	7%
Dochody			
wiedzie im się	48%	40%	12%
nie wiedzie im się	60%	33%	7%
Wielkość miejsca zamieszkania			
duże miasta	54%	33%	13%
małe/średnie miasta	54%	37%	9%
wieś	58%	36%	6%
Sytuacja materialna			
aktywni zawodowo	47%	42%	11%
bierni zawodowo	70%	25%	5%
Wielkość gospodarstwa			
gospodarstwo jednoosobowe	56%	33%	11%
gospodarstwo wieloosobowe	55%	36%	9%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

1 Trzy kategorie osób uczestniczących w kulturze instytucjonalnej zostały wyodrębnione na podstawie informacji uzyskanych w sondażowych odpowiedziach na pytanie: „Ile razy, jeśli w ogóle, w ciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzyło się Panu/Pani uczestniczyć w kulturze instytucjonalnej?”. Badani wskazywali, z jakiej oferty korzystali i ile razy w ostatnim roku to się zdarzyło. Mogli wybierać pomiędzy następującymi aktywnościami: film w kinie; koncert; wydarzenie plenerowe; muzeum, galeria lub inna wystawa; spektakl teatralny lub kabaretowy; wydarzenie sportowe; przedstawienie operowe lub balet; inne wydarzenia kulturalne. Na podstawie odpowiedzi badanych wyodrębniono trzy kategorie: (1) nieaktywne – osoby deklarujące, że wzięły udział w od 0 do 5 wydarzeniach kulturalnych; (2) umiarkowanie aktywne – osoby deklarujące, że wzięły udział w od 5 do 20 wydarzeniach kulturalnych; oraz (3) bardzo aktywne – osoby deklarujące, że wzięły udział w więcej niż 20 wydarzeniach kulturalnych. Dodatkowo na poziomie analizy zastosowano podział na skontrastowane kategorie społeczne: młodzi (do 25. roku życia), starsi (powyżej 55. roku życia); wykształceni (poziom wykształcenia średni oraz wyższy), słabiej wykształceni (poziom wykształcenia podstawowy oraz zawodowy); wiedzie im się (odpowiedzi: wystarcza nam na utrzymanie i różnorakie przyjemności oraz nie musimy specjalnie liczyć się z wydatkami), nie wiedzie im się (ledwo wiążemy koniec z końcem, wystarcza nam jedynie na podstawowe potrzeby oraz na utrzymanie, ale się nie przelewa); duże miasta (miasta powyżej 200 tys. mieszkańców), małe i średnie miasta (miasta do 200 tys. mieszkańców); aktywni zawodowo (osoby pracujące), bierni zawodowo (emerytura, renta, bezrobotni, urlop macierzyński/wychowawczy).

Pierwszy wniosek, jaki się tu nasuwa, to wskazanie, że osób bardzo aktywnych jest stosunkowo niewiele – około 9%, a więc niecałe 3 miliony dorosłych Polek i Polaków, natomiast nieaktywnych prawie sześciokrotnie więcej. Warto jednak pamiętać, że w tym przypadku mówimy o korzystaniu z oferty instytucji, a nie o aktywnościach kulturalnych w ogóle, które – jak wskazaliśmy już wcześniej – są intensywne i powszechne.

Tabela pokazuje też, że uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej nie różnicuje w sposób znaczący wiek (choć wśród osób starszych więcej jest nieaktywnych), miejsce zamieszkania (choć w dużych miastach więcej jest osób bardzo aktywnych) czy też rodzaj gospodarstwa domowego, w którym się zamieszkuje.

Czynnikami istotnie różnicującymi uczestnictwo w kulturze są natomiast wykształcenie (20% różnicy w odsetkach nieaktywnych), sytuacja zawodowa (ponad 20% różnicy) i sytuacja materialna (12%).

Jak się wydaje, jest to zgodne z intuicją – do korzystania z kultury potrzeba wiedzy i kompetencji, ale też nawyku uczestnictwa, który wpajają rodzice oraz nauczyciele i wykładowcy, a więc jest ono powiązane z wykształceniem. Potrzeba do niego również środków, o co trudno, gdy ktoś jest nieaktywny zawodowo albo ledwo starcza mu na utrzymanie.

Możemy oczywiście przyjąć, że problem leży po stronie jednostek, które są w jakiś sposób „niekompletne” – nie mają wystarczających kompetencji i środków, by korzystać z oferty instytucji kultury. Możemy też jednak założyć, że miejsca te nie są dla niektórych spośród nich dostępne. I to nie ze względów finansowych ani z racji barier architektonicznych, ale przede wszystkim dlatego, że nie odnajdują one w ofercie muzeów reprezentacji ich własnej kultury, charakterystycznych dla niej estetyk i gustów, a także dlatego, że nie czują się w tych miejscach dobrze i nie mają ochoty w nich bywać. To wyjaśnienie wskazywałoby, że problemu absencji w instytucjach kultury osób słabiej wykształconych, gorzej sytuowanych czy też nieaktywnych zawodowo nie rozwiąże bezpłatny wstęp (choć oczywiście byłoby wspaniale, gdyby ta bariera mogła zniknąć). Chodzi raczej o to, że z jednej strony instytucje te nie są przez te osoby rozpoznawane jako miejsca dla nich oraz z drugiej strony o to, że cierpią one z powodu wielowymiarowego wykluczenia społecznego, utrudniającego pełne uczestnictwo w kulturze. Oba te zjawiska są o tyle groźne, że niosą za sobą nieobecność tych osób w publicznym życiu społecznym oraz niesłyszalność ich głosu jako obywateli i obywaterek mających wpływ na życie społeczne. Instytucje kultury nie są w stanie wyeliminować powodów tej absencji, której źródeł należy poszukiwać w nierównościach o charakterze strukturalnym, mogą one jednak wypełniać istotną rolę włączającą, łagodząc tym samym skutki społecznej marginalizacji, dowartościowując kulturę osób nieobecnych zazwyczaj w tych miejscach, a tym samym wyposażając je w poczucie wpływu i sprawstwa.



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY

INTERPRETACJE

Kontekstowa segmentacja uczestników kultury

Zuzanna Maciejczak-Kwiatkowska, Grażyna Pol

Uczestnictwo w kulturze jest sposobem wyrażania i praktykowania przynależności do pewnych zbiorowości i wspólnot, ale też odróżniania się od innych. Poznawczo ciekawe, ale i praktycznie istotne staje się zatem pytanie o to, czy można wyodrębnić różne modele uczestnictwa charakterystyczne dla określonych grup społecznych. Jeśli tak, to jakie kryteria różnicujące, inne niż potwierdzone licznymi badaniami status społeczno-ekonomiczny, mają tutaj zastosowanie. Jedną z metod szukania odpowiedzi na te pytania, wykorzystywanych we wdrożeniowo nakierowanych badaniach kultury, jest analiza segmentacyjna. O jej celach, przykładach z Polski z ostatnich lat, a przede wszystkim o jej efektach wynikających z analiz kontekstowego uczestnictwa w kulturze piszemy w tym rozdziale raportu. Opowieść o segmentacji jako jeden z tekstów wprowadzających daje dobry, choć z samej istoty tej metody uproszczony, obraz uczestnictwa w kulturze – jego niuansy analizują autorzy i autorki w pogłębiających rozdziałach problemowych.

Segmentacja w badaniach kultury

Segmentacja ma swoje źródło w badaniach rynku i praktyce marketingowej, gdzie pomaga dzielić społeczeństwo na różne grupy docelowe wyróżnione ze względu na inne charakterystyki niż proste zmienne społeczno-demograficzne, na przykład ze względu na wybierane marki i stojące za tymi decyzjami potrzeby. Pozwala ona na: (1) wyodrębnienie kilku wyraźnych grup odbiorców z dokładnymi profilami behawioralnymi i odmiennymi motywacjami; (2) opracowanie kierowanych doń specyficznych komunikatów, precyzyjnie odpowiadających na potrzeby poszczególnych segmentów; (3) sformułowanie rekomendacji dotyczących optymalnych kanałów dystrybucji oraz polityki cenowej, dostosowanych do różnych profili konsumentów; (4) przygotowanie konkretnych działań optymalizujących komunikację z każdym segmentem².

Segmentacja przeniesiona na grunt badań społecznych jest pomocna raczej przy opisie zebranych danych niż wyjaśnieniu uzyskanych wyników. Daje syntetyczny obraz badanych w podziale na różniące się od siebie grupy wyodrębnione ze względu na cechy ważne z punktu widzenia celów badania. W przypadku badań kultury ma duży potencjał praktyczny; może być pomocna na

2 Por. G. Armstrong, P. Kotler, *Marketing. Wprowadzenie*, tłum. D. Wąsik, Wydawnictwo Nieoczywiste – GAB Media, Siedliska 2016.

przykład przy projektowaniu oferty kulturalnej dopasowanej do określonych grup i dostosowaniu komunikacji do nich. Instytucje kultury konkurują z rynkiem o czas i uwagę publiczności – nie dziwi więc, że sięgają po narzędzia właśnie przez rynek sprawdzone, choć może to budzić kontrowersje i pytanie, czy uczestnictwo w kulturze to jeszcze jedna forma konsumpcji.

W ostatnich latach w badaniach kultury pojawiło się kilka segmentacji bezpośrednio związanych z uczestnictwem w kulturze. W tekście Małgorzaty Retko-Bernatowicz³ z 2017 oraz w naszym z 2019 roku⁴ omówione zostały polskie segmentacje uczestników kultury przygotowane dotąd w różnych projektach i instytucjach. W ostatnich kilku latach pojawiły się jednak nowe próby grupowania uczestników kultury, które przedstawiamy w tabeli poniżej. Większość z nich bazuje na różnicach w podejmowanych aktywnościach kulturalnych (szerzej lub wężej określonych w zależności od badania) oraz oczekiwaniach i potrzebach z nimi związanych.

Tabela 10. Ogólnodostępne segmentacje w badaniach kultury z lat 2019–2025

Instytucja	Badana zbiorowość	Kryteria segmentacji	Rok	Tytuł raportu
Strefa Kultury Wrocław	Mieszkańcy Wrocławia i powiatu wrocławskiego: uczestnicy kultury definiowani jako osoby, które przynajmniej raz uczestniczyły w wybranych aktywnościach kultury instytucjonalnej lub domowej: 95% mieszkańców (próba kwotowa, reprezentatywna dla badanej populacji, ze względu na płeć, wiek, miejsce zamieszkania, N = 802)	Zachowania (korzystanie z instytucji kultury i kultury domowej) oraz potrzeby (oczekiwania wobec czasu wolnego); kryteria analogiczne jak w segmentacji z 2016 roku opracowanej na zlecenie muzeum POLIN, Muzeum Historii Polski i Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina ⁵	2019	„Badanie uczestników kultury we Wrocławiu. Raport z badania ilościowego” ⁶
Narodowy Instytut Dziedzictwa	Dorośli Polacy i Polki (próba ogólnopolska reprezentatywna ze względu na wiek, płeć, wykształcenie, województwo oraz wielkość miejscowości zamieszkania, N = 1000)	Stosunek do dziedzictwa	2021	„Segmentacja psychograficzna Polaków ze względu na ich postawy wobec dziedzictwa” ⁷
Narodowe Centrum Kultury	Dorośli Polacy i Polki (próba ogólnopolska reprezentatywna ze względu na wiek, płeć, wykształcenie, województwo oraz klasę wielkości miejscowości, N = 1000)	Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych i odwiedzanie instytucji oraz aktywności podejmowane prywatnie (w węższym ujęciu aktywności kulturalnych)	2023	„Aktywność kulturalna Polaków w 2023 roku” ⁸

3 M. Retko-Bernatowicz, *Aktywność kulturalna Polaków – próby segmentacji*, „Rocznik Kultury Polskiej” 2017.

4 G. Pol, Z. Maciejczak-Kwiatkowska, *Kogo nie interesuje kultura (instytucjonalna)? Segmentacja uczestników kultury*, „Zarządzanie w Kulturze” 4/2019, s. 579–595.

5 *Badanie segmentacyjne uczestników kultury*, Smartscope, Warszawa 2016, <https://nck.pl/badania/raporty/raport-badanie-segmentacyjne-uczestnikow-kultury> (14.10.2025).

6 *Badanie uczestników kultury we Wrocławiu. Raport z badania ilościowego*, Strefa Kultury Wrocław/Smartscope, Warszawa 2019, https://strefakultury.pl/download.php?file=https%3A%2F%2Fstrefakultury.pl%2Fwp-content%2Fuploads%2F2019%2F12%2FBadanie-wroc%2F82awskiej-publiczno%2F5%2F9Bci-smartscope_raport_pe%2F5%2F82na-wersja.pdf (14.10.2025).

7 *Segmentacja psychograficzna Polaków ze względu na ich postawy wobec dziedzictwa*, Narodowy Instytut Dziedzictwa – Brainlab, Warszawa 2021, https://nid.pl/wp-content/uploads/2021/12/NID_infografika_Segmentacja-Polako%CC%81w-wobec-dziedzictwa_27.04.2021.pdf (14.10.2025).

8 A. Głowacki, *Aktywność kulturalna Polaków w 2023 roku. Komunikat z badań Narodowego Centrum Kultury*, <https://nck.pl/badania/aktualnosci/aktywnosc-kulturalna-polakow-w-2023-roku> (14.10.2025).

Instytucja	Badana zbiorowość	Kryteria segmentacji	Rok	Tytuł raportu
Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia (GZM) i Katowice Miasto Ogrodów – Instytucja Kultury im. Krystyny Bochenek	Mieszkańki i mieszkańcy GZM (próba reprezentatywna mieszkańców Metropolii GZM, N = 6002)	Zachowania (korzystanie z instytucji kultury oraz kultury domowej) oraz potrzeby (oczekiwania wobec czasu wolnego); kryteria analogiczne jak w segmentacji wrocławskiej oraz segmentacji z 2016 roku opracowanej na zlecenie muzeum POLIN, Muzeum Historii Polski i Narodowego Instytutu Fryderyka Chopina	2023	„Diagnoza kondycji sektora kultury na terenie Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii” ⁹
Państwowy Instytut Sztuki Filmowej	Polacy i Polki (próba ogólnopolska, wiek 15+, reprezentatywna ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, wielkość miejscowości i region, N = 1101)	Podejście do konsumpcji treści filmowych, preferencje, motywacje oraz bariery w chodzeniu do kina	2025	„Segmentacja widzów kina. Raport z 7. fali badania ilościowego. Czerwiec 2025” ¹⁰
Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN, Muzeum Sztuki Nowoczesnej, Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie, Zamek Królewski w Warszawie	Uczestnicy kultury definiowani jako osoby, które przynajmniej raz uczestniczyły w wybranych aktywnościach kultury instytucjonalnej lub domowej: 93% Polek i Polaków, wiek 15+ (próba ogólnopolska, N = 1542)	Zachowania związane z uczestnictwem w kulturze: formy i częstotliwość uczestnictwa oraz miejsce i sposoby korzystania z oferty (instytucje, wydarzenia plenerowe, online, w domu) oraz potrzeby związane z czasem wolnym: motywacje i oczekiwania wobec kultury, rola kultury w stylu życia (rozrywka, rozwój, inspiracja, wspólnota, prestiż, relaks)	2025	„Ogólnopolska segmentacja uczestników kultury 2025” ¹¹
Warszawskie Obserwatorium Kultury	Mieszkańki i mieszkańcy Warszawy, N = 9000	Segmentacja w przygotowaniu; w planach jest bazowanie na oczekiwaniach (potrzebach), aktywnościach kulturalnych (ujętych szeroko), zachętach i barierach	2025	w przygotowaniu ¹²

Źródło: opracowanie własne.

Mnogość segmentacji uczestników kultury jest raczej zaletą niż wadą badań kultury w Polsce. Segmentacja jest pewną heurystyką, zwraca uwagę tylko na pewne aspekty rzeczywistości społecznej. Zostawia duże pole do interpretacji badaczom – zarówno na poziomie analizy

9 *Diagnoza kondycji sektora kultury na terenie Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii*, GZM/Katowice Miasto Ogrodów/ Mobe Dick, <https://katowicegzm2027.eu/raporty-z-badan-sektora-kultury/> (14.10.2025).

10 *Segmentacja widzów kina. Raport z 7. fali badania ilościowego. Czerwiec 2025*, PISF/Difference, <https://pisf.pl/badania-i-analazy-pisf/> (27.10.2025). Pod wskazanym linkiem dostępne są również wyniki wcześniejszych fal badania i wcześniejszych segmentacji.

11 *Ogólnopolska segmentacja uczestników kultury 2025*, Smartscope, Warszawa 2025, <https://nck.pl/badania/raporty/ogolnopolska-segmentacja-uczestnikow-kultury-2025> (27.10.2025).

12 Projekt badania segmentacyjnego, będącego wtedy na etapie realizacji, zaprezentowano podczas spotkania w Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN „Zrozumieć publiczność. Wyniki ogólnopolskiego badania segmentacyjnego uczestników kultury 2025”, które odbyło się 30 września 2025 roku. Badanie jest częścią większego projektu Warszawskiego Obserwatorium Kultury „Warszawskie uczestnictwo w kulturze” (WUK): <https://wok.art.pl/dzialania/procesy-artystyczne-i-badawcze/jak-mieszkanicy-warszawy-uczestnicza-w-kulturze/> (14.10.2025).

danych¹³ (np. na etapie wyboru liczby segmentów), jak i w zakresie ich nazewnictwa. Każda z segmentacji w kulturze na co innego kładzie nacisk, inne kryteria różnicujące bierze pod uwagę – zazwyczaj ze względu na praktyczne cele zlecniodawców i główne pytania postawione w danym projekcie badawczym. Z opisanych wyżej przyczyn nie istnieje jedna właściwa segmentacja uczestników kultury – można oczekiwać, że każda kolejna dodaje nową perspektywę do opisu kulturowej partycypacji.

Segmentacja kontekstowa

Badanie kontekstowe jest próbą zobaczenia aktywności kulturalnych (szeroko rozumianych) z uwzględnieniem innych aktywności podejmowanych przez jednostki w dniu poprzedzającym badanie (osobno w dzień powszedni i w weekend). To nowatorskie podejście w badaniach uczestnictwa, toteż „kontekstowa segmentacja” bazuje na innym zestawie zmiennych niż wykorzystywane do tej pory, co z kolei pozwala na uzyskanie innego obrazu i kategoryzacji uczestników niż w dotychczasowych propozycjach. „Kontekstowa segmentacja” pokazuje, jak różne aktywności kulturalne (słuchanie, czytanie/przeglądanie, oglądanie, aktywności poza domem, uczestnictwo w kulturze instytucjonalnej) oraz ich cechy łączą się ze sobą, a w konsekwencji umożliwiają podział uczestników kultury na różniące się od siebie grupy. Od dotychczasowych segmentacji odróżnia ją szeroki katalog aktywności objętych badaniem, a przede wszystkim wysunięcie na pierwszy plan ich uspołeczniającego i separującego charakteru oraz technologii, za pośrednictwem których są podejmowane.

Na etapie budowy kwestionariusza autorzy koncepcji badania zakładali analizę tego, jak różne grupy społeczne uczestniczą w kulturze – stąd między innymi rozbudowana metryczka z pytaniami o cechy społeczno-demograficzne. Pierwotnie nie przewidywali natomiast stworzenia segmentacji badanych, dopiero na etapie wtórnej analizy materiału podjęto próbę segmentacji, testując różne zmienne z kwestionariusza.

„Kontekstowa segmentacja” została wykonana na podstawie hierarchicznej analizy skupień metodą Warda przeprowadzonej przez Research Collective¹⁴. Hierarchiczna analiza skupień to technika eksploracyjna służąca do identyfikacji naturalnych grup (klastrów) w zbiorze danych, które bez jej zastosowania mogłyby pozostać niezauważone. Polega na podziale dostępnych obserwacji na mniejsze podzbiory. Głównym celem analizy jest stworzenie takich grup, które będą od siebie wyraźnie odróżnialne, a jednocześnie wewnątrz każdej z nich znajdą się obserwacje jak najbardziej podobne do siebie. W procesie tym można jednocześnie uwzględnić wiele zmiennych, co pozwala na wyodrębnienie grup charakteryzujących się unikalnymi wzorcami ich wartości.

13 Dotyczy to szczególnie segmentacji przeprowadzanych metodą hierarchicznej analizy skupień i metodą k-średnich – zazwyczaj wykorzystywanych w omawianych badaniach kultury. Por. J.B. Schreiber, A.J. Pekarik, *Technical Note: Using Latent Class Analysis versus K-means oraz Hierarchical Clustering to Understand Museum Visitors*, „Curator: The Museum Journal” 1(57)/2014, s. 45–59.

14 Metoda Warda (*Ward's method*) to szczególny wariant klasteryzacji aglomeracyjnej, który stara się minimalizować wewnątrzklastrową wariancję (sumę kwadratów odległości obiektów od środka klastra).

Zmienne wykorzystane do analizy w segmentacji kontekstowej:

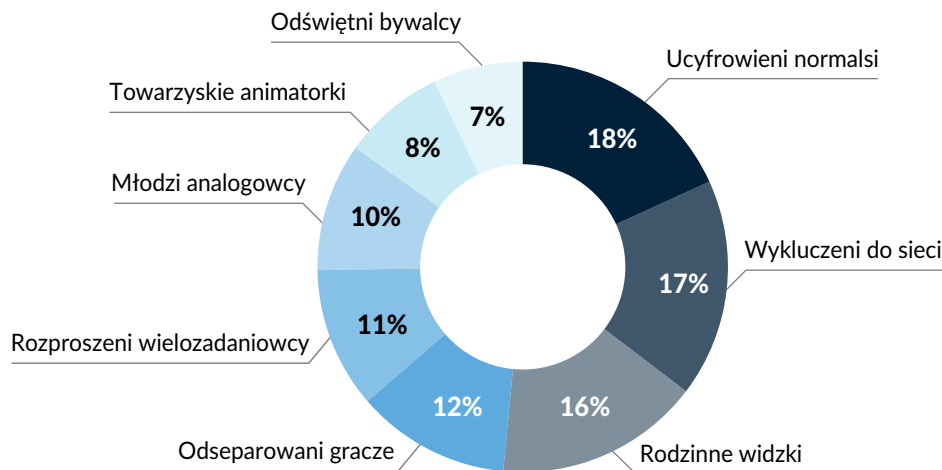
- ◆ aktywności kulturalne (w szerokim ujęciu), czyli: słuchanie, czytanie/przeglądanie, oglądanie, aktywności poza domem, inne aktywności;
- ◆ intensywność uczestniczenia w kulturze instytucjonalnej;
- ◆ intensywność korzystania z kultury przy użyciu różnego typu urządzeń: komputera, telefonu/tabletu, telewizora, radia;
- ◆ częstotliwość aktywności podejmowanych samodzielnie, razem z innymi lub w ich obecności.

Zmienne wykorzystane jako kowarianty (zmienne, których wpływ na wynik był kontrolowany podczas analiz):

- ◆ wiek, płeć;
- ◆ wykształcenie;
- ◆ sytuacja zawodowa;
- ◆ sytuacja materialna;
- ◆ mieszkanie z kimś, sam/sama.

W wyniku opisanych wyżej operacji na zbiorze danych z badania kontekstowego uzyskaliśmy podział badanych na osiem grup – możliwie spójnych wewnątrznie i jednocześnie odróżniających się od innych.

Wykres 4. Kontekstowa segmentacja uczestników kultury



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Porównanie segmentów

W dalszej części tekstu portretujemy poszczególne segmenty, ale zanim do tego przejdziemy, chciałobyśmy przypomnieć ich główne charakterystyki i różnice pomiędzy nimi zebrane w formie opisu w tabeli nr 15 (przywołanej już w Tezie V na s. 20) oraz w tabeli nr 16 w formie porównania cech społeczno-demograficznych.

Tabela 11. Skrócone opisy segmentów

Nazwa segmentu	Skrócony opis
1. Odświętni bywalcy	Niemal połowa segmentu to osoby powyżej 50. roku życia; zdecydowanie przeważają mieszkańcy miast. Kultura jest dla nich raczej kwestią odświętną: najczęściej ze wszystkich segmentów odwiedzają instytucje kultury, ale na co dzień relatywnie mało oglądają, słuchają i czytają. Charakterystyczne jest dla nich przywiązanie do tradycyjnych mediów (telewizor, radio). Korzystają z kultury zarówno indywidualnie, jak i z innymi lub w ich obecności (nie wyróżniają się pod tym względem na tle innych segmentów).
2. Rozproszeni wielozadaniowcy	W większości w średnim wieku, aktywni zawodowo i zajęci pracą. Korzystają z kultury przy okazji – szczególnie często przez słuchanie czegoś w tle. Badane aktywności kulturalne podejmują raczej z innymi lub w ich obecności niż samotniczo. Relatywnie często odwiedzają instytucje kultury.
3. Wykluczeni do sieci	W porównaniu z danymi dla ogółu badanych w tym segmencie częściej znajdziemy osoby ze wsi, z gorszą sytuacją materialną i niższym wykształceniem. Korzystają one z kultury głównie za pośrednictwem telefonu i zazwyczaj samotniczo. Są nieobecne w instytucjach kultury.
4. Odseparowani gracze	Młodszy, częściej mężczyźni. Korzystają z nowych mediów i, co dla nich charakterystyczne, podejmują aktywności kulturalne głównie w kontekście czynności samorealizacyjnych i relaksu. Stosunkowo często za pomocą komputera. Korzystanie z kultury jest w ich przypadku raczej czynnością separującą od innych. Nie uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych.
5. Ucyfrowieni normalsi	Ucyfrowieni normalsi to najmniej wyrazisty segment. Mają częściej wyższe wykształcenie, ale inne cechy społeczno-demograficzne ich nie wyróżniają. Uczestniczą w kulturze za pośrednictwem urządzeń elektronicznych, korzystają z nowych mediów. Ich uczestnictwo ma raczej charakter indywidualny. Bywają na wydarzeniach kulturalnych, choć raczej okazjonalnie.
6. Młodzi analogowcy	W tym segmencie mocno reprezentowani są najmłodszy badani (18–24). Charakterystyczne dla nich jest podejmowanie dość tradycyjnych aktywności kulturalnych: czytanie książek, słuchanie muzyki (również radia), rzadziej poświęcają czas na nowe media. Korzystają z kultury raczej za pomocą komputera niż telefonu, a jeszcze rzadziej – telewizora. Zdarza im się odwiedzać instytucje kultury, choć raczej z niską częstotliwością.
7. Rodzinne widzki	Rodzinne widzki to w większości kobiety. Uczestniczą w kulturze przeważnie w obecności innych lub z innymi. Szczególnie często korzystają z telewizora. W większości są nieobecne w instytucjach kultury.
8. Towarzyskie animatorki	Towarzyskie animatorki to najbardziej sfeminizowany segment, a ich uczestnictwo w kulturze wydaje się najbardziej powiązane z relacjami społecznymi. Są wyjątkowo aktywne, również poza domem, korzystają z kultury głównie razem z innymi lub w ich obecności. Odwiedzają instytucje kultury, chociaż raczej z umiarkowaną częstotliwością.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Tabela 12. Charakterystyki społeczno-demograficzne segmentów

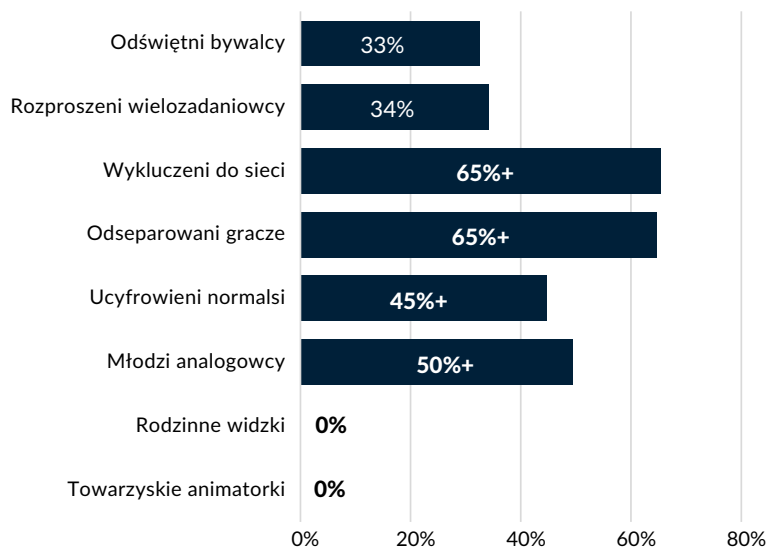
	Ogół	Segmenty							
		Od- świętni bywalczy	Rozpro- szeni wielozadaniowcy	Wykluczeni do sieci	Odsepa- rowani gracze	Ucyfro- wieni normalisi	Młodzi analogowcy	Rodzinne widzki	Towa- rzyskie anima- torki
Płeć									
mężczyzna	49%	56%	52%	50%	60%+	50%	54%	41%-	28%-
kobieta	51%	44%	48%	50%	40%-	50%	46%	59%+	72%+
Wiek									
18-24	11%	11%	3%-	4%-	19%+	11%	18%+	12%	14%
25-34	21%	25%	21%	22%	24%	18%	17%	19%	25%
35-49	31%	15%-	36%	33%	33%	33%	26%	33%	29%
50-59	18%	22%	25%+	18%	14%	19%	14%	14%	19%
60+	19%	26%	14%	22%	11%-	18%	25%	22%	13%
Wykształcenie									
podstawowe	14%	23%	7%-	7%-	18%	13%	19%	14%	21%
zasadnicze zawodowe	22%	20%	12%-	36%+	35%+	14%-	16%	25%	11%-
średnie	37%	31%	42%	40%	30%	41%	35%	35%	36%
wyższe	27%	26%	39%+	17%-	17%-	33%+	30%	26%	32%
Wielkość miejscowości zamieszkania									
wieś	40%	22%-	40%	45%+	39%	37%	30%	39%	44%
miasto do 19 999 mieszkańców	9%	5%	9%	10%	19%+	8%	11%	11%	5%
miasto 20 000-49 999 mieszkańców	11%	12%	10%	13%	10%	16%	9%	13%	9%
miasto 50 000-199 999 mieszkańców	18%	24%	25%	15%	14%	19%	25%	18%	18%
miasto 200 000- 499 000 mieszkańców	10%	19%	8%	5%-	7%	7%	13%	11%	18%
miasto powyżej 500 000 mieszkańców	12%	19%	7%-	13%	11%	13%	13%	8%	6%
Obecnie mieszka									
sam/sama	13%	17%	11%	14%	19%	15%	16%	8%-	2%-
z innymi osobami	87%	83%	89%	86%	81%	85%	85%	92%+	98%+
Próba	2064	153	226	352	237	378	215	339	164

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20-21.10. II fala 23-25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Pogrubienie wskazuje na częstość występowania danej odpowiedzi w segmencie różniącą się od częstości dla ogółu badanych w sposób istotny statystycznie (istotność mierzona testem proporcji - testem Z).

Opisane wyżej segmenty różnią się zasadniczo w kilku wymiarach. Część segmentów charakteryzuje samotniczy sposób uczestnictwa (szczególnie wykluczonych do sieci i odseparowanych graczy), podczas gdy, w dniach objętych badaniem, korzystały z kultury tylko z kimś (tutaj wyróżniają się rodzinne widzki i towarzyskie animatorki).

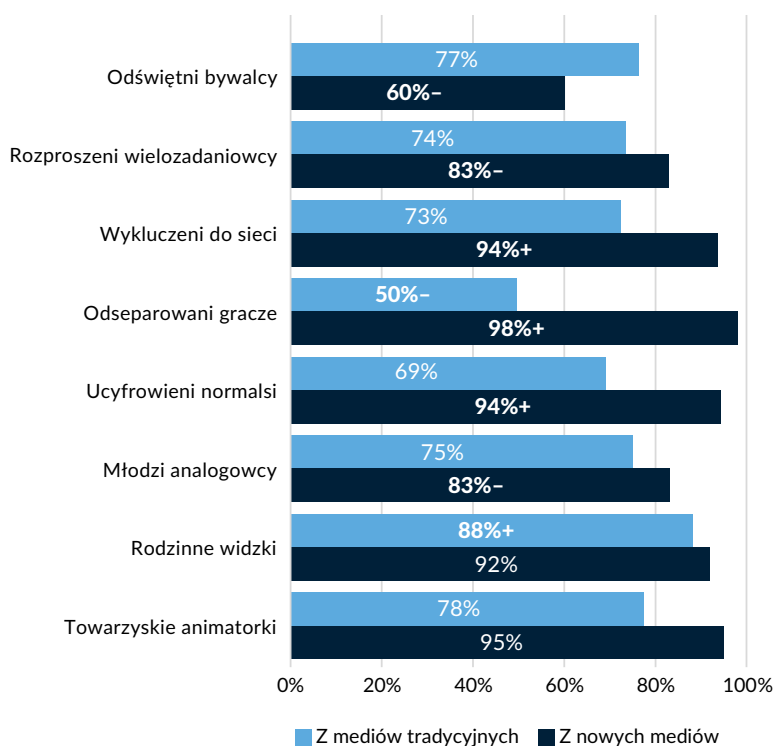
Wykres 5. Udział osób uczestniczących wyłącznie samotniczo w podziale na segmenty



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10. II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Kolejnym wymiarem różnicującym są wykorzystywane przez badanych urządzenia, w tym korzystanie z nowych i tradycyjnych mediów. Do starych mediów szczególnie przywiązane są rodzinne widzki, a na drugim krańcu lokują się odseparowani gracze. Nowe, czyli cyfrowe media, są w użyciu większości badanych, jednak istotnie rzadziej korzystają z nich odświeżeni bywalcy, wydają się natomiast naturalnym środowiskiem dla wykluczonych do sieci, odseparowanych graczy i ucyfrowionych normalsów.

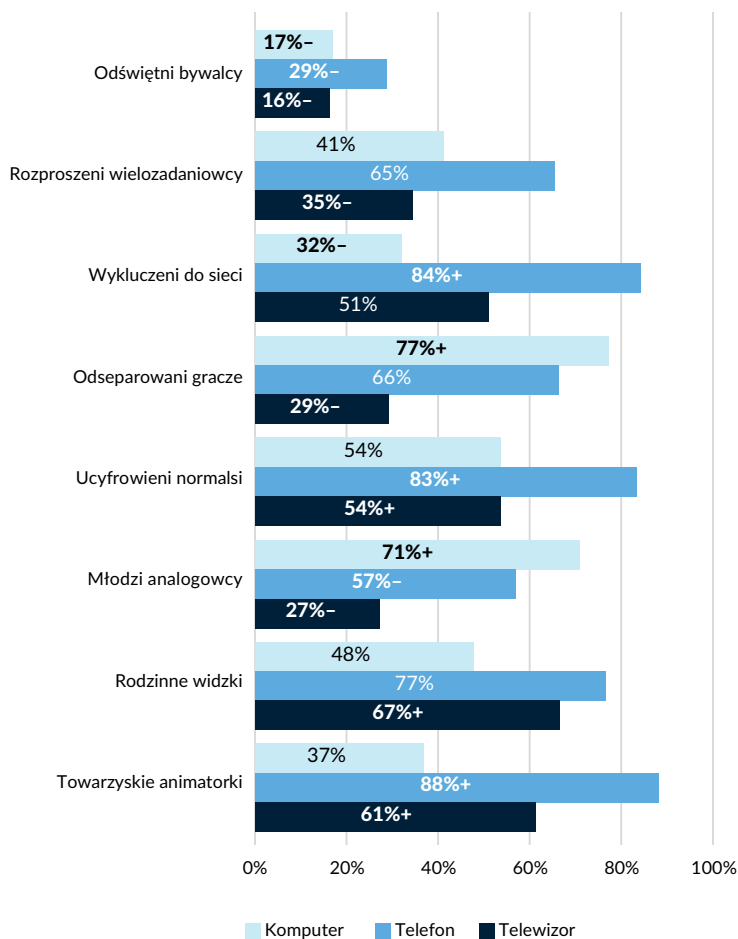
Wykres 6. Korzystanie z mediów tradycyjnych i nowych mediów w podziale na segmenty



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Osoby korzystające z mediów danego typu to osoby, które wskazały którekolwiek z wymienionych nowych (telefon, komputer, czytnik, tablet) lub tradycyjnych mediów (papier, radio, telewizor) przy którejkolwiek z badanych aktywności. Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Kiedy przyjrzymy się bliżej korzystaniu z kultury za pomocą określonych urządzeń, okazuje się, że wprowadza ono nieco inne podziały w badanych segmentach. Komputer jest wykorzystywany przez istotnie większy odsetek odseparowanych graczy i młodych analogowców, a niższy wśród wykluczonych do sieci i odświętnych bywalców. W przypadku korzystania z telefonu istotnie większy jest udział wykluczonych do sieci, ucyfrowionych normalsów, ale i towarzyskich animatorek. Po telefon w celu korzystania z kultury w mniejszej skali sięgają odświętni bywalcy, ale i młodzi analogowcy. Różnice w korzystaniu obserwujemy również na przykładzie telewizora, który jest w użyciu większości osób z segmentów rodzinnych widzki, towarzyskich animatorek, jak i ucyfrowionych normalsów.

Wykres 7. Korzystanie z poszczególnych technologii w podziale na segmenty



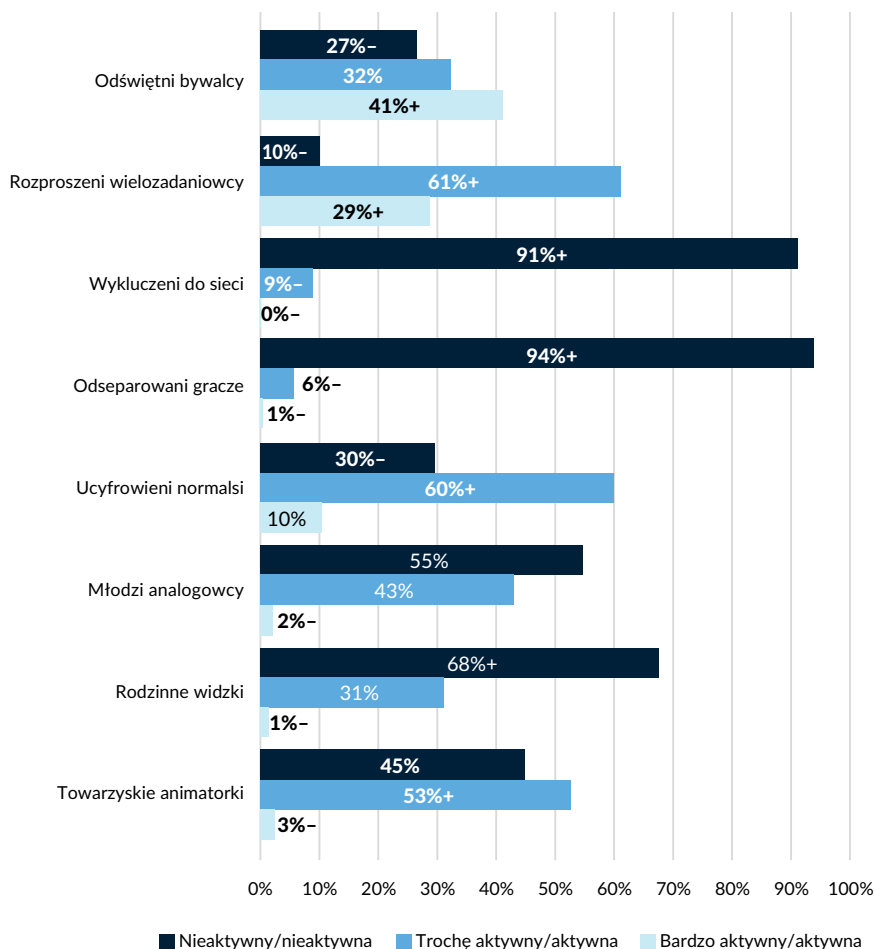
Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Osoby korzystające z technologii danego typu to osoby, które wskazały użycie danego urządzenia przy którejkolwiek z badanych aktywności. Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Jak wynika z badań Narodowego Centrum Kultury¹⁵, trudno opisać różne modele uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej, należałoby raczej mówić o odwiedzaniu instytucji jako pewnym wzorcu korzystania z kultury. Jeśli ktoś odwiedza jeden typ instytucji, jest duże prawdopodobieństwo, że nieobcy jest mu też inny. Z tego powodu sensowne jest mierzenie aktywności kulturalnej (instytucjonalnej) nie tylko ze względu na rodzaj instytucji, lecz także biorąc pod uwagę wszystkie razem. Na podstawie danych z badania kontekstowego widać, że tak rozumiana aktywność różnicuje uczestników kultury. W segmentach odświętnych bywalców i rozproszonych wielozadaniowców znajdziemy najwyższe odsetki bardzo aktywnych pod względem udziału w wydarzeniach. „Trochę aktywnych” szczególnie często widzimy z kolei również wśród rozproszonych wielozadaniowców, ale i ucyfrowionych normalsów oraz towarzyskich animatorek. Z kolei młodzi analogowcy nie wyróżniają się – ani na plus, ani na minus – pod względem uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej. Rodzinne widzki w większości

15 A. Głowacki, *Aktywność kulturalna Polaków w 2023 roku. Komunikat z badań Narodowego Centrum Kultury*, <https://nck.pl/badania/aktualnosci/aktywnosc-kulturalna-polakow-w-2023-roku> (14.10.2025).

są nieaktywne, choć prawie 1/3 z nich zdarza się bywać w instytucjach. Natomiast wykluczeni do sieci i odseparowani gracze są niemal całkowicie poza instytucjonalnym obiegiem kultury.

Wykres 8. Udział w wydarzeniach kulturalnych w podziale na segmenty



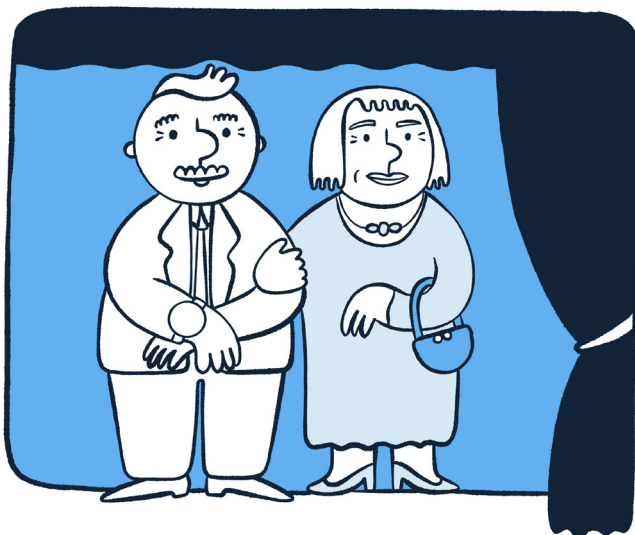
Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Wskaźnik uczestnictwa opracowany przez wykonawcę badania na podstawie sumy wydarzeń¹⁶, w których uczestniczył respondent w ciągu ostatnich 12 miesięcy. Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

16 Lista wydarzeń i miejsc uwzględnionych w pytaniu: 1) spektakl teatralny, kabaretowy, 2) film w kinie, 3) muzeum, galeria lub inna wystawa, 4) koncert, 5) przedstawienie operowe lub balet, 5) wydarzenie sportowe, 6) wydarzenie plenerowe, 7) inne wydarzenie kulturalne.

Charakterystyki poszczególnych segmentów

Segment 1. Odświętni bywalcy

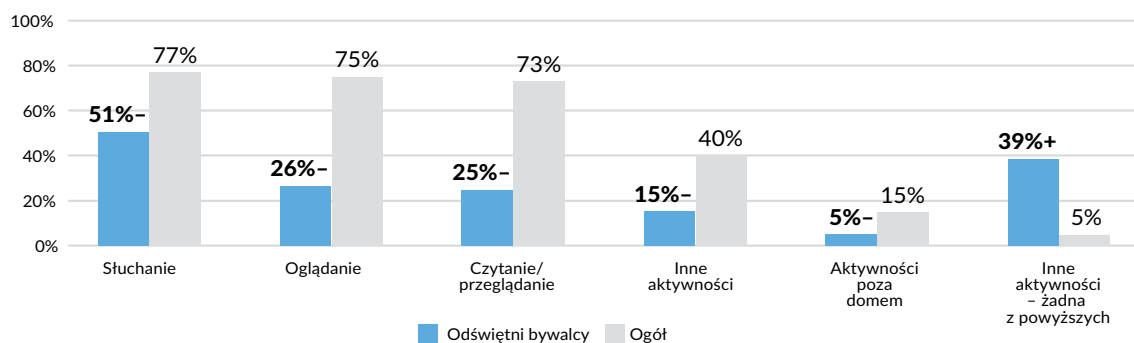
ODŚWIĘTNI BYWALCY



Odświętni bywalcy przeważnie mieszkają w mieście i mają dobrą sytuacją materialną. Są to raczej osoby starsze, stosunkowo rzadko korzystające z kultury za pomocą urządzeń elektronicznych. Wyróżnia je to, że dla kultury znajdują specjalny czas i miejsce: odwiedzają instytucje i biorą udział w wydarzeniach istotnie częściej niż inne segmenty. Jednocześnie stosunkowo mało przeglądają, czytają, słuchają w domu lub podczas przemieszczania się – te wyniki sugerują, że kultura nie jest tak silnie zakorzeniona w ich codzienności, jak w przypadku innych segmentów, ma raczej status odświętny, a nie towarzyszący innym czynnościom. Odświętni bywalcy nie łączą aktywności kulturalnych z innymi czynnościami tak często jak ma to miejsce w przypadku innych segmentów. Warto też zwrócić uwagę, że najrzadziej ze wszystkich segmentów podejmowali czynności związane z relaksem i samorealizacją w dniach poprzedzających badanie. Nie wyróżnia ich ani szczególne uspołecznienie praktyk kulturalnych, ani ich samotniczość.

Odświętni bywalcy jawią się jako osoby, które, choć nie są na codzień zanurzone w kulturze, jednocześnie wydają się najbardziej przywiązane do uczestniczenia w niej rozumianego jako korzystanie z oferty instytucji do tego przeznaczonych. Odwiedzają je często lub co najmniej czują pewną powinność z tym związaną - na tyle dużą aby w sondażu deklarować częste wizyty w instytucjach (41% z nich zaliczyliśmy do bardzo aktywnych).

Wykres 9. Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu odświętnych bywalców na tle ogółu badanych



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Tabela 13. Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu odświętnych bywalców na tle ogółu badanych

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Odświętni bywalc
Oglądanie	filmy, seriale	51%	18%-
	podcasty, reportaże, materiały edukacyjne	11%	2%-
	poradniki, filmy instruktażowe	10%	1%-
	materiały w mediach społecznościowych	41%	5%-
	streamy live	9%	2%-
	coś innego	2%	1%
Stuchanie	muzyka ogólnie	47%	25%-
	radio	48%	32%-
	podcasty, audycje, reportaże	10%	-
	materiały edukacyjne i poradniki	7%	1%-
	audiobooki	6%	1%-
	coś innego	1%	1%
Czytanie	książki, komiksy	18%	6%-
	materiały edukacyjne i poradniki	11%	3%-
	prasa	10%	2%-
	książki, komiksy + prasa	25%	8%-
	wiadomości/informacje w Internecie	43%	11%-
	media społecznościowe	51%	10%-
	ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itp.	17%	2%-
	coś innego	1%	-

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Odświętni bywalcy
Aktywności poza domem	zwiedzanie, turystyka	11%	4%-
	wizyty w galeriach sztuki, muzeach	3%	1%
	chodzenie do teatru, na koncerty	3%	0%-
	coś innego	6%	4%
Inne aktywności	granie w gry, quizy itp.	24%	7%-
	robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych	16%	3%-
	malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach	10%	4%-
	coś innego	4%	2%
Brak odpowiedzi		5%	39%+
Próba		2064	146

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Segment 2. Rozproszeni wielozadaniowcy

ROZPROSZENI WIELOZADANIOWCY

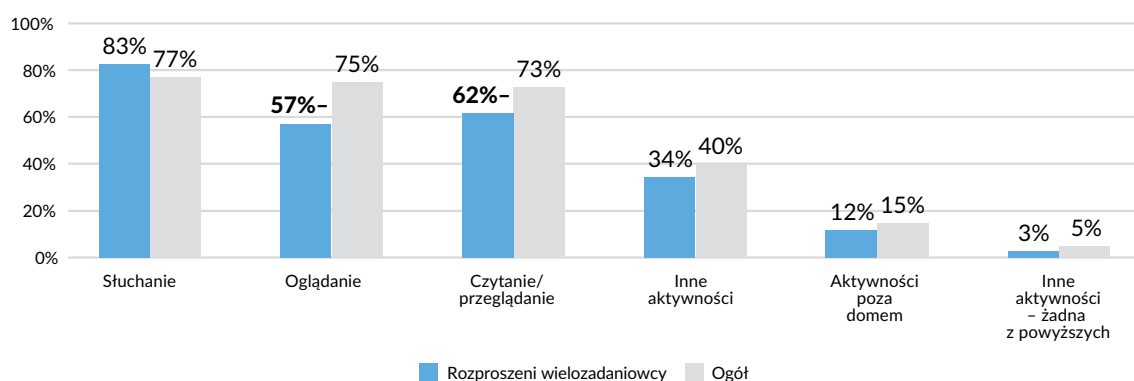


Rozproszeni wielozadaniowcy to (na tle ogółu) częściej osoby w wieku między 35. a 59. rokiem życia, częściej z wykształceniem wyższym, rzadziej mieszkańcy wielkich miast. Są aktywni zawodowo i częściej niż inne segmenty wskazują obowiązki zawodowe lub związane z edukacją jako czynności wykonywane w dniu poprzedzającym badania – rzadziej natomiast poświęcali czas na relaks i samorealizację. Pory korzystania z kultury również sugerują, że praca pochłania dużą część ich uwagi: istotnie częściej korzystają z kultury w miejscu pracy, ale też słuchają rano, przed 9, a po godzinie 18 oglądają coś z innymi. Charakteryzuje ich relatywnie częste słuchanie czegoś w tle w trakcie czynności

instrumentalnych. Rzadziej niż ogół badanych podejmują aktywności kulturalne podczas czynności samorealizacyjnych lub w czasie spędzonym z innymi. Nie ograniczają aktywności kulturalnej do sfery domowej – częściej niż inni podejmują ją podczas przemieszczania się. Korzystają z kultury na urządzeniach elektronicznych, istotnie częściej używają urządzeń audio. Oglądanie i czytanie, przeglądanie mediów społecznościowych nie są ich domeną, za to stosunkowo często uczestniczą w wydarzeniach kulturalnych. Rozproszeni wielozadaniowcy relatywnie często uczestniczą w kulturze z innymi: razem z dziećmi lub partnerami/partnerkami lub w ich obecności.

Na podstawie danych można wyobrazić sobie rozproszonych wielozadaniowców jako osoby korzystające z jednej strony z kultury jako tła (szczególnie dźwiękowego) lub przerywnika w ich wypełnionej pracą codzienności, a z drugiej – jako sposobu spędzenia wolnego czasu z innymi, na co wskazują częste wizyty w instytucjach. Można przypuszczać, że na co dzień poziom uwagi, którą poświęcają treściom kulturalnym, jest niski, a wyjątkiem od tego wzoru uczestnictwa staje się udział w wydarzeniach kulturalnych.

Wykres 10. Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu rozproszonych wielozadaniowców na tle ogółu badanych



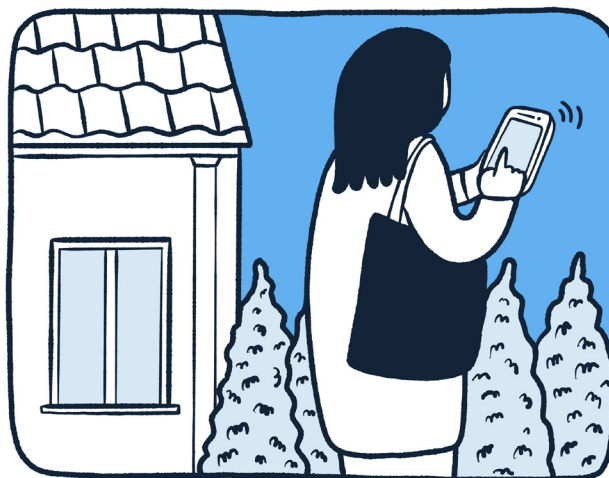
Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Tabela 14. Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu rozproszonych wielozadaniowców na tle ogółu badanych

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Rozproszeni wielozadaniowcy
Oglądanie	filmy, seriale	51%	37%–
	podcasty, reportaże, materiały edukacyjne	11%	11%
	poradniki, filmy instruktażowe	10%	7%
	materiały w mediach społecznościowych	41%	24%–
	streamy live	9%	6%
	coś innego	2%	1%
Słuchanie	muzyka ogólnie	47%	42%
	radio	48%	53%
	podcasty, audycje, reportaże	10%	7%
	materiały edukacyjne i poradniki	7%	7%
	audiobooki	6%	6%
	coś innego	1%	1%
Czytanie	książki, komiksy	18%	14%
	materiały edukacyjne i poradniki	11%	5%–
	prasa	10%	12%
	książki, komiksy + prasa	25%	23%
	wiadomości/informacje w Internecie	43%	28%–
	media społecznościowe	51%	32%–
	ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itp.	17%	9%–
	coś innego	1%	1%
Aktywności poza domem	zwiedzanie, turystyka	11%	8%
	wizyty w galeriach sztuki, muzeach	3%	2%
	chodzenie do teatru, na koncerty	3%	3%
	coś innego	6%	6%
Inne aktywności	granie w gry, quizy itp.	24%	17%–
	robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych	16%	10%–
	malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach	10%	10%
	coś innego	4%	3%
Brak odpowiedzi		5%	3%
Próba		2064	284

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).
 Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

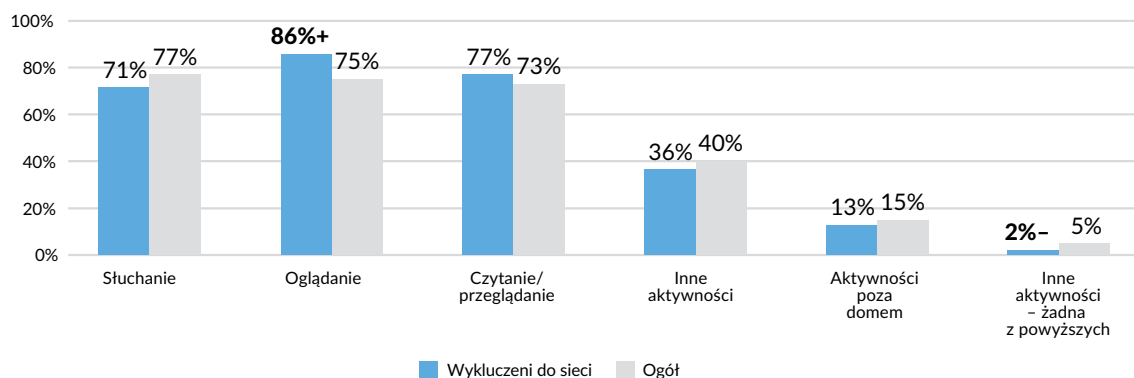
Segment 3. Wykluczeni do sieci



WYKLUCZENI DO SIECI

Wykluczeni do sieci charakteryzują się cechami społeczno-demograficznymi, które sprzyjają wykluczeniu społecznemu, ale też wykluczeniu z kultury instytucjonalnej. W tym segmencie istotnie częściej lokują się osoby z wykształceniem zawodowym, mieszkańcy wsi, osoby nieaktywne zawodowo, o gorszej sytuacji materialnej, niemieszkający z małżonkiem/małżonką czy partnerem/partnerką. Są to rzadziej najmłodszy w wieku 18–24 lata. Osoby z segmentu wycofanych do sieci rzadziej deklarują podejmowanie aktywności z innymi lub aktywności nadzwyczajnych, a częściej takich aktywności jak oglądanie materiałów w mediach społecznościowych i przeglądanie stron sprzedażowych. Są niemal nieobecni na wydarzeniach kulturalnych i w instytucjach kultury. Rzadziej niż ogół badanych czytają książki, słuchają muzyki i korzystają z treści edukacyjnych. Nie oznacza to, że nie korzystają z kultury w ogóle. Koncentrują się na oglądaniu/czytaniu informacji w Internecie i mediach społecznościowych – częściej na telefonie, rzadziej na komputerze w porównaniu z innymi segmentami. Ich kontakt z kulturą odbywa się bez pośrednictwa instytucji kultury jako kuratora treści, ale też bez wykorzystania instytucji czy innych aktywności kulturalnych jako przestrzeni czy okazji do bycia z innymi. Częściej niż ogół badanych podejmują aktywności sami, nawet jeśli mieszkają z kimś.

Wykres 11. Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu wykluczonych do sieci na tle ogółu badanych



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Tabela 15. Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu wykluczonych do sieci na tle ogółu badanych

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Wykluczeni do sieci
Oglądanie	filmy, seriale	51%	53%
	podcasty, reportaże, materiały edukacyjne	11%	6%-
	poradniki, filmy instruktażowe	10%	6%-
	materiały w mediach społecznościowych	41%	51%+
	streamy live	9%	5%-
	coś innego	2%	2%
Słuchanie	muzyka ogólnie	47%	37%-
	radio	48%	53%
	podcasty, audycje, reportaże	10%	4%-
	materiały edukacyjne i poradniki	7%	6%
	audiobooki	6%	2%-
	coś innego	1%	2%
Czytanie	książki, komiksy	18%	10%-
	materiały edukacyjne i poradniki	11%	10%
	prasa	10%	10%
	książki, komiksy + prasa	25%	18%-
	wiadomości/informacje w Internecie	43%	55%+
	media społecznościowe	51%	66%+
	ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itp.	17%	23%+
	coś innego	1%	2%

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Wykluczeni do sieci
Aktywności poza domem	zwiedzanie, turystyka	11%	9%
	wizyty w galeriach sztuki, muzeach	3%	2%
	chodzenie do teatru, na koncerty	3%	1%-
	coś innego	6%	5%
Inne aktywności	granie w gry, quizy itp.	24%	22%
	robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych	16%	12%-
	malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach	10%	7%
	coś innego	4%	4%
Brak odpowiedzi		45%	2%-
Próba		2064	320

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

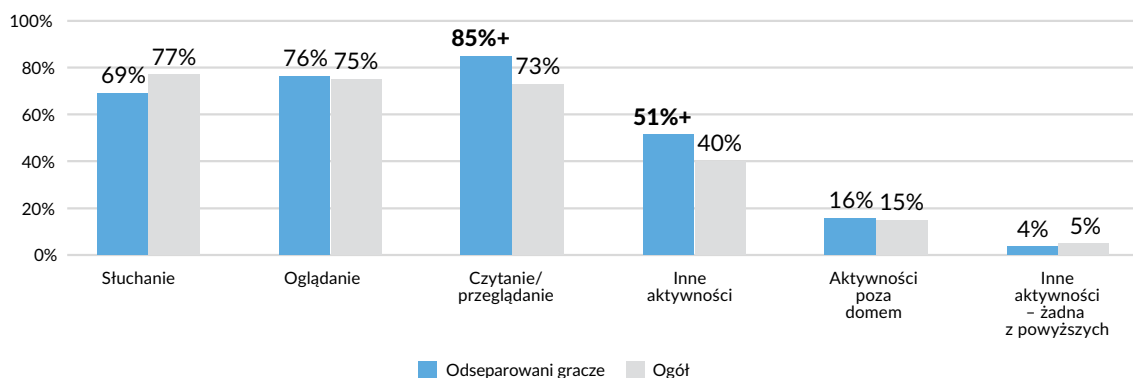
Segment 4. Odseparowani gracze



ODSEPAROWANI GRACZE

Odseparowani gracze to częściej mężczyźni niż kobiety. Na tle ogółu badanych w tym segmencie jest istotnie wyższy odsetek osób młodych i mieszkających z rodzicami. Większość odseparowanych graczy mieszka na wsi lub w małym mieście. Korzystają z kultury w pojedynkę – ani z innymi, ani w obecności innych. Charakterystycznymi dla nich aktywnościami jest oglądanie streamów, słuchanie podcastów, muzyki, przeglądanie mediów społecznościowych oraz granie w gry. Podobnie jak wykluczeni do sieci nie korzystają z kultury instytucjonalnej. Różnią się od nich jednak nie tylko wiekiem, ale też wyraźnie nastawieniem na relaks i samorealizację – istotnie częściej niż ogół czytaniem książek, materiałów edukacyjnych i poradników. Urządzeniami, które pośredniczą w ich kontakcie z kulturą, jest nie tylko telefon, ale też komputer – są wielomedialni. Częściej niż inne segmenty korzystają z nowych mediów, a rzadziej ze starych, takich jak telewizor i radio.

Wykres 12. Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu odseparowanych graczy na tle ogółu badanych



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Tabela 16. Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu odseparowanych graczy na tle ogółu badanych

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Odseparowani gracze
Oglądanie	filmy, seriale	51%	53%
	podcasty, reportaże, materiały edukacyjne	11%	20%+
	poradniki, filmy instruktażowe	10%	19%+
	materiały w mediach społecznościowych	41%	54%+
	streamy live	9%	23%+
	coś innego	2%	1%
Słuchanie	muzyka ogólnie	47%	57%+
	radio	48%	17%-
	podcasty, audycje, reportaże	10%	12%
	materiały edukacyjne i poradniki	7%	12%
	audiobooki	6%	11%
	coś innego	1%	1%
Czytanie	książki, komiksy	18%	26%+
	materiały edukacyjne i poradniki	11%	19%+
	prasa	10%	11%
	książki, komiksy + prasa	25%	33%
	wiadomości/informacje w Internecie	43%	50%
	media społecznościowe	51%	46%
	ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itp.	17%	26%+
	coś innego	1%	1%

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Odseparowani gracze
Aktywności poza domem	zwiedzanie, turystyka	11%	10%
	wizyty w galeriach sztuki, muzeach	3%	5%
	chodzenie do teatru, na koncerty	3%	9%+
	coś innego	6%	6%
Inne aktywności	granie w gry, quizy itp.	24%	38%+
	robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych	16%	18%
	malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach	10%	13%
	coś innego	4%	2%
Brak odpowiedzi		5%	4%
Próba		2064	200

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Segment 5. Ucyfrowieni normalni

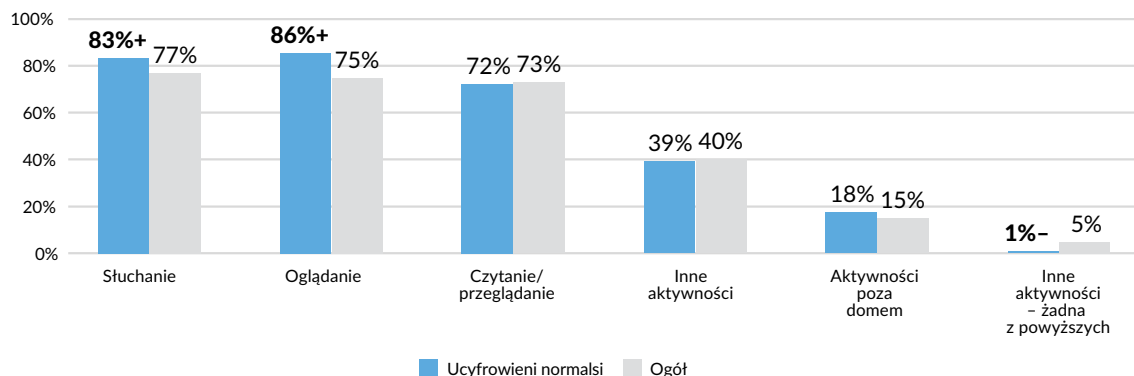


UCYFROWIENI NORMALSI

Ucyfrowieni normalni pod względem cech społeczno-demograficznych nie różnią się wyraźnie od ogółu badanych. Nie wyróżniają się również pod względem podejmowanych na co dzień czynności (aktywnością zawodową, relaksem, obowiązkami domowymi itd.). Częściej w tym segmencie lokują się badani z wyższym wykształceniem, aktywni zawodowo. Na tle innych segmentów często korzystają z nowych mediów i uczestniczą w kulturze za pomocą urządzeń elektronicznych. Jeśli chodzi o typy podejmowanych aktywności kulturalnych, to wyróżnia ich częste słuchanie i oglądanie: oglądanie reportaży, materiałów edukacyjnych, słuchanie muzyki i podcastów, ale też audiobooków, przeglądanie mediów społecznościowych i czytanie wiadomości w Internecie. Te i inne

aktywności podejmują głównie samotniczo, relatywnie często w trakcie przemieszczania się. W odróżnieniu od dwóch poprzednich, również ucyfrowionych segmentów, instytucje kultury nie są im obce – okazjonalnie uczestniczą w wydarzeniach, odwiedzają galerie i teatry. Od rozproszonych wielozadaniowców odróżnia ich samotniczy charakter uczestnictwa.

Wykres 13. Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu ucyfrowionych normalsów na tle ogółu badanych



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Tabela 17. Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu ucyfrowionych normalsów na tle ogółu badanych

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Ucyfrowieni normalsi
Oglądanie	filmy, seriale	51%	49%
	podcasty, reportaże, materiały edukacyjne	11%	17%+
	poradniki, filmy instruktażowe	10%	9%
	materiały w mediach społecznościowych	41%	38%
	streamy live	9%	11%
	coś innego	2%	2%
Słuchanie	muzyka ogólnie	47%	54%+
	radio	48%	49%
	podcasty, audycje, reportaże	10%	20%+
	materiały edukacyjne i poradniki	7%	7%
	audiobooki	6%	12%+
	coś innego	1%	1%

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Ucyfrowieni normalni
Czytanie	książki, komiksy	18%	19%
	materiały edukacyjne i poradniki	11%	10%
	prasa	10%	13%
	książki, komiksy + prasa	25%	28%
	wiadomości/informacje w Internecie	43%	54%+
	media społecznościowe	51%	58%+
	ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itp.	17%	17%
	coś innego	1%	0%
Aktywności poza domem	zwiedzanie, turystyka	11%	13%
	wizyty w galeriach sztuki, muzeach	3%	6%+
	chodzenie do teatru, na koncerty	3%	4%
	coś innego	6%	4%
Inne aktywności	granie w gry, quizy itp.	24%	24%
	robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych	16%	15%
	malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach	10%	10%
	coś innego	4%	3%
Brak odpowiedzi		5%	1%-
Próba		2064	413

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).
 Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

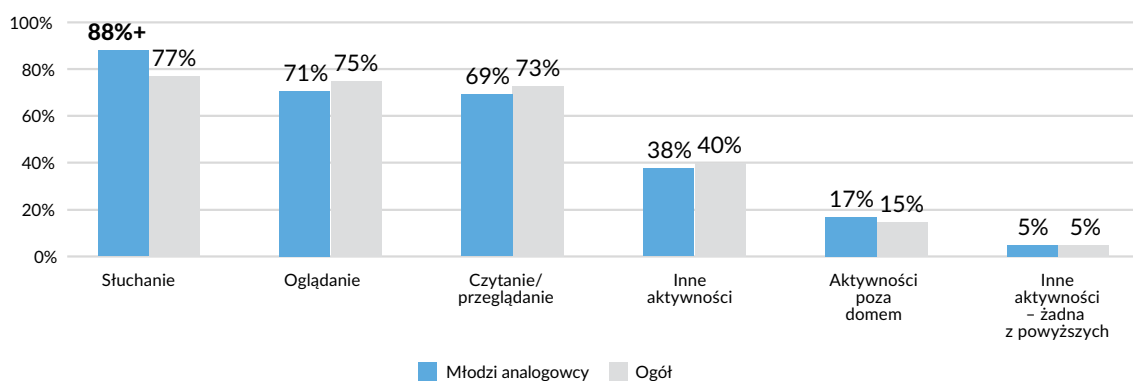
Segment 6. Młodzi analogowcy



MŁODZI ANALOGOWCY

Wśród młodych analogowców istotnie częściej niż w całej próbie badanych znajdziemy osoby w młodym wieku (18–24 lata). Pod względem innych cech społeczno-demograficznych nie wyróżniają się. Wyróżniają się natomiast pod względem aktywności kulturalnych. Dane dotyczące tego segmentu sugerują, że kontakt z kulturą jest mocno zakorzeniony w jego codzienności i ogniskuje się wokół dość tradycyjnie rozumianych indywidualnych aktywności kulturalnych i jej nośników. Młodzi analogowcy istotnie częściej niż ogół badanych czytają książki, komiksy i prasę, częściej słuchają – za pośrednictwem radia lub sprzętu audio, oglądają poradniki. Rzadziej natomiast przeglądają media społecznościowe czy strony sprzedażowe w Internecie, nowe media nie są ich domeną. Korzystają z kultury głównie samotniczo. Robią to za pośrednictwem urządzeń elektronicznych, ale na tle innych segmentów częściej za pośrednictwem komputera, a rzadziej telewizora lub telefonu. Aktywność kulturalna w instytucjach jest wśród nich na przeciętnym poziomie. W kontekście wyróżniającej się grupy młodych w tym segmencie zastanawiający jest dość tradycyjny sposób, w jaki korzystają z kultury.

Wykres 14. Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu młodych analogowców na tle ogółu badanych



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Tabela 18. Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu młodych analogowców na tle ogółu badanych

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Młodzi analogowcy
Oglądanie	filmy, seriale	51%	47%
	podcasty, reportaże, materiały edukacyjne	11%	13%
	poradniki, filmy instruktażowe	10%	17%+
	materiały w mediach społecznościowych	41%	42%
	streamy live	9%	11%
	coś innego	2%	1%
Słuchanie	muzyka ogólnie	47%	54%
	radio	48%	61%+
	podcasty, audycje, reportaże	10%	17%
	materiały edukacyjne i poradniki	7%	9%
	audiobooki	6%	6%
	coś innego	1%	3%
Czytanie	książki, komiksy	18%	38%+
	materiały edukacyjne i poradniki	11%	13%
	prasa	10%	15%
	książki, komiksy + prasa	25%	45%+
	wiadomości/informacje w Internecie	43%	25%-
	media społecznościowe	51%	35%-
	ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itp.	17%	11%
	coś innego	1%	2%
Aktywności poza domem	zwiedzanie, turystyka	11%	13%
	wizyty w galeriach sztuki, muzeach	3%	5%
	chodzenie do teatru, na koncerty	3%	2%
	coś innego	6%	7%
Inne aktywności	granie w gry, quizy itp.	24%	21%
	robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych	16%	21%
	malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach	10%	10%
	coś innego	4%	4%
Brak odpowiedzi		5%	5%
Próba		2064	214

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).
 Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

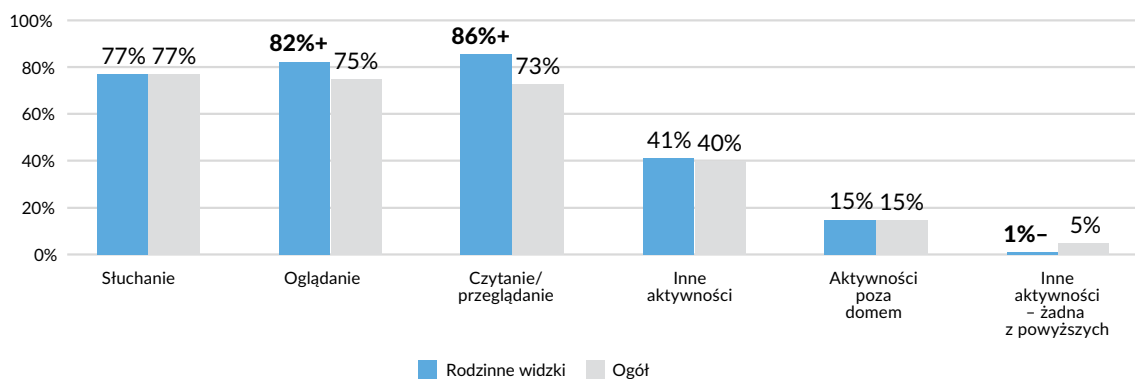
Segment 7. Rodzinne widzki



RODZINNE WIDZKI

Rodzinne widzki to częściej kobiety i w zdecydowanej większości osoby mieszkające z innymi. Jeśli chodzi o pozostałe cechy społeczno-demograficzne, nie wyróżniają się na tle pozostałych segmentów. Rodzinne widzki są zanurzone w relacjach społecznych. Spędzanie czasu z innymi wskazywały jako podejmowaną aktywność znacznie częściej niż pozostałe segmenty – rzadziej natomiast pracę zawodową. Korzystają one z kultury niemal wyłącznie w obecności innych lub (rzadziej) razem z innymi (partnerami, dziećmi, innymi krewnymi). Wyróżnia je częste oglądanie filmów i seriali, przeglądanie wiadomości w Internecie i mediów społecznościowych. Częściej korzystają z tradycyjnych mediów, używają telewizora. Są raczej nieaktywne w instytucjach – na tle innych segmentów rzadko biorą udział w wydarzeniach kulturalnych. W ich przypadku podtrzymywanie relacji i spędzanie czasu z innymi odbywa się bez pośrednictwa instytucji kultury. Jednocześnie wyniki wskazują, że korzystanie z kultury (pozainstytucjonalnej) nie separuje ich od bliskich. Stanowi raczej tło dla relacji niż cel sam w sobie.

Wykres 15. Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu rodzinnych widzek na tle ogółu badanych



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Tabela 19. Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu rodzinnych widzów na tle ogółu badanych

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Rodzinne widzki
Oglądanie	filmy, seriale	51%	69%+
	podcasty, reportaże, materiały edukacyjne	11%	11%
	poradniki, filmy instruktażowe	10%	10%
	materiały w mediach społecznościowych	41%	50%+
	streamy live	9%	8%
	coś innego	2%	2%
Słuchanie	muzyka ogólnie	47%	50%
	radio	48%	50%
	podcasty, audycje, reportaże	10%	11%
	materiały edukacyjne i poradniki	7%	4%
	audiobooki	6%	2%-
	coś innego	1%	1%
Czytanie	książki, komiksy	18%	19%
	materiały edukacyjne i poradniki	11%	13%
	prasa	10%	7%
	książki, komiksy + prasa	25%	24%
	wiadomości/informacje w Internecie	43%	56%+
	media społecznościowe	51%	62%+
	ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itp.	17%	22%
	coś innego	1%	1%
Aktywności poza domem	zwiedzanie, turystyka	11%	12%
	wizyty w galeriach sztuki, muzeach	3%	2%
	chodzenie do teatru, na koncerty	3%	3%
	coś innego	6%	5%
Inne aktywności	granie w gry, quizy itp.	24%	23%
	robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych	16%	19%
	malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach	10%	12%
	coś innego	4%	4%
Brak odpowiedzi		5%	1%-
Próba		2064	321

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Segment 8. Towarzyskie animatorki

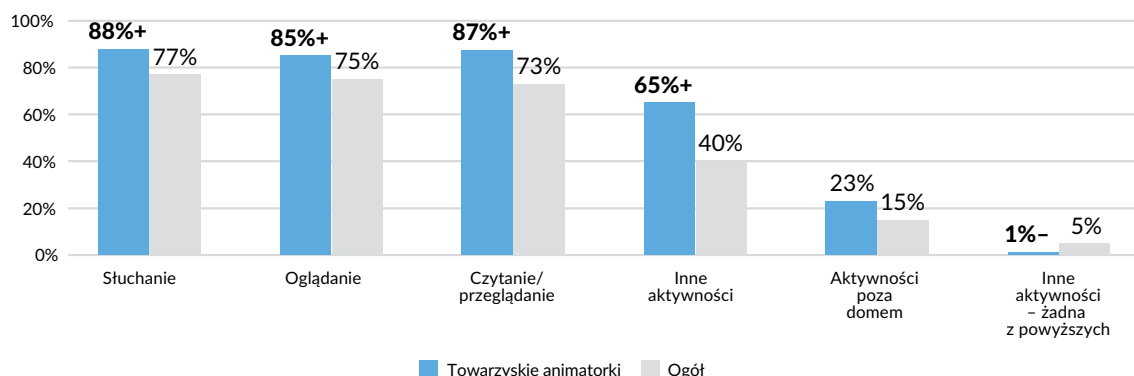


TOWARZYSKIE ANIMATORKI

Najbardziej sfeminizowany segment, a prawie wszystkie należące do niego osoby mieszkają z innymi. Podobnie jak rodzinne widzki segment towarzyskich animatorek jest silnie osadzony w relacjach. Jednak podczas gdy rodzinne widzki korzystają z kultury raczej w obecności bliskich, tak towarzyskie animatorki robią to zarówno razem z nimi, jak i z osobami spoza rodzinnego grona. Są bardziej aktywne poza domem, zdarza im się również uczestniczyć w wydarzeniach kulturalnych i odwiedzać instytucje. Najczęściej na tle innych segmentów wymieniały czynności nadzwyczajne i czas spędzany wspólnie jako podejmowane dnia poprzedniego. Towarzyskie animatorki intensywnie korzystają z kultury: oglądają, słuchają i czytają, tworzą treści, oglądają filmy, seriale, słuchają radia. Te aktywności towarzyszą im podczas czynności instrumentalnych, przemieszczania się czy obowiązków domowych.

Towarzyskie animatorki, zgodnie z nazwą, szukają aktywności, które mogą podejmować z innymi – zarówno w domu, jak i poza nim, a wachlarz możliwości, z którego korzystają, jest szeroki. W tym kontekście nie dziwi ich obecność w instytucjach kultury, chociaż konkurentów o ich uwagę nie brakuje. Ich aktywność może sugerować, że pełnią rolę organizatorek rodzinnego życia kulturalnego.

Wykres 16. Odsetek osób podejmujących aktywności z danej kategorii. Dane dla segmentu towarzyskich animatorek na tle ogółu badanych



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Tabela 20. Odsetek osób podejmujących aktywności (szczegółowo). Dane dla segmentu towarzyskich animatorek na tle ogółu badanych

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Towarzyskie animatorki
Oglądanie	filmy, seriale	51%	70%+
	podcasty, reportaże, materiały edukacyjne	11%	6%
	poradniki, filmy instruktażowe	10%	5%
	materiały w mediach społecznościowych	41%	48%
	streamy live	9%	4%-
	coś innego	2%	2%
Słuchanie	muzyka ogólnie	47%	51%
	radio	48%	63%+
	podcasty, audycje, reportaże	10%	3%-
	materiały edukacyjne i poradniki	7%	4%
	audiobooki	6%	3%
	coś innego	1%	2%
Czytanie	książki, komiksy	18%	14%
	materiały edukacyjne i poradniki	11%	7%
	prasa	10%	1%-
	książki, komiksy + prasa	25%	15%-
	wiadomości/informacje w Internecie	43%	32%-
	media społecznościowe	51%	76%+
	ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itp.	17%	15%
	coś innego	1%	0%

Podejmowane aktywności (szczegółowo)		Ogół	Towarzyskie animatorki
Aktywności poza domem	zwiedzanie, turystyka	11%	22%+
	wizyty w galeriach sztuki, muzeach	3%	2%
	chodzenie do teatru, na koncerty	3%	1%
	coś innego	6%	14%
Inne aktywności	granie w gry, quizy itp.	24%	39%+
	robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych	16%	36%+
	malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach	10%	17%
	coś innego	4%	7%
Brak odpowiedzi		5%	1%-
Próba		2064	166

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie (istotność mierzona testem proporcji – testem Z).

Podsumowanie

Z segmentacji kontekstowej wyłania się przede wszystkim mniej elitarystyczny obraz uczestników kultury niż dotąd. We wcześniejszych segmentacjach pojawiają się duże segmenty „zdystansowanych”¹⁷, „wycofanych”¹⁸ i „pasywnych”¹⁹ lub grupy wyłączone poza obszar badania²⁰. Segmentacja kontekstowa również wskazuje nieobecnych w kulturze instytucjonalnej, ale jednocześnie dużo mówi o tym, co poszczególne grupy robią „zamiast”, poza instytucjami lub bez ich pośrednictwa. Dodatkowo uwypukla uspołeczniający lub separujący charakter różnych aktywności kulturalnych oraz bierze pod uwagę aspekt technologiczny. Segmentacja kontekstowa pokazuje, jak wybrane właściwości uczestnictwa w kulturze różnicują społeczeństwo:

- ◆ korzystanie z oferty instytucji i uczestnictwo w wydarzeniach – istnieją segmenty mocno obecne i takie, które są niemal całkowicie poza orbitą instytucji kultury;
- ◆ korzystanie z nowych i tradycyjnych mediów – istnieją segmenty korzystające z jednych, a rzadko sięgające po drugie;
- ◆ kultura jako płaszczyzna spotkania z innymi vs. sposób na odseparowanie od nich;
- ◆ rozbieżne modele uczestnictwa kobiet (częściej uspołeczniający) i mężczyzn (częściej samotniczy);

17 G. Pol, Z. Maciejczak, *Kogo nie interesuje kultura...*, dz. cyt.

18 A. Głowacki, *Aktywność kulturalna Polaków...*, dz. cyt.

19 T. Szlendak, W. Goszczyński, M. Krajewska, *Praktyki pozametropolitalne. Uczestnictwo w kulturze w małym i średnim mieście*, „Studia Socjologiczne” 2/2019, s. 82.

20 Zob. *Badanie segmentacyjne uczestników kultury*, Smartscope, Warszawa 2016, <https://nck.pl/badania/raporty/raport-badanie-segmentacyjne-uczestnikow-kultury> (14.10.2025); oraz kolejne idące jej tropem opisane w tabeli nr 12.

- ◆ zanurzenie w kulturze na co dzień vs. korzystanie z kultury jako wydarzenia, czegoś odświętnego.

Co ważne, te wymiary uczestnictwa nie tworzą prostych dychotomii. Przedstawiciele poszczególnych segmentów społeczeństwa mogą łączyć ze sobą różne sposoby kulturowej partycypacji i działań niespecyficznym – wychodzić poza typowe dla nich wzory uczestnictwa, które dostrzegamy dzięki segmentacji i które są uwarunkowane między innymi ich statusem społeczno-ekonomicznym. Podjęcie danej aktywności jest bowiem zależne między innymi od... kontekstu, w którym się ona odbywa.

Powyżej podsumowałyśmy, co segmentacja wnosi do opisu i rozumienia uczestnictwa w kulturze i jakie dotychczasowe obserwacje potwierdza. Z punktu widzenia sektora kultury równie ważne jest pytanie o jej praktyczne zastosowania. W kontekście praktycznym segmentacja kontekstowa może być wykorzystywana co najmniej dwojako. Po pierwsze jako źródło wiedzy o obecnej lub potencjalnej publiczności instytucji i podmiotów kultury: o grupach, do których łatwiej i trudniej mogą dotrzeć ze swoją ofertą. Segmentacja może służyć do programowania działań i komunikacji dopasowanych do poszczególnych segmentów. Istnieje jednak pewne zagrożenie związane z takim, zapożyczonym z rynku, wykorzystaniem segmentacji: podmioty kultury, adresując ofertę do segmentów najłatwiejszych do pozyskania, czyli już zainteresowanych, jeszcze bardziej będą pogłębiać nieuczestniczenie lub wykluczenie pozostałych grup z kultury instytucjonalnej. W tym miejscu pojawia się jednak drugi sposób wykorzystania segmentacji – jako cennego źródła wiedzy o grupach społeczeństwa, które powinny być adresatem interwencji publicznych i projektowanych polityk sprzyjających inkluzji i dostępności kultury. Rodzi się zatem pytanie, które z wyróżnionych w badaniu kontekstowym segmentów wymagają szczególnej uwagi i jakie narzędzia, którymi dysponuje państwo, będą w tym celu właściwe.

Z uwagi na eksploracyjny charakter analizy segmentacyjnej przeprowadzonej w badaniu kontekstowym warto pomyśleć o wnioskach z niej płynących dla kolejnych projektów badawczych w obszarze uczestnictwa w kulturze. Po pierwsze do rozważenia byłoby uwzględnienie zmiennych kontekstowych w kolejnych badaniach sondażowych i uzupełnienie ich o inne zmienne sprawdzone w dotychczasowych segmentacjach, na przykład dotyczące motywacji lub oczekiwań wobec uczestnictwa. W wersji optymalnej kolejne sondaże byłyby przeprowadzane technikami dającymi najlepsze efekty, jeśli chodzi o reprezentatywność próby, czyli techniką mieszaną (CAWI/CATI) lub techniką CATI. Po drugie ważnym uzupełnieniem uzyskanej wiedzy byłoby przeprowadzenie badań jakościowych wśród osób lokujących się w poszczególnych segmentach, aby lepiej zrozumieć i opisać ich sposób uczestniczenia w kulturze.

Uspołecniająca rola uczestnictwa w kulturze

Marek Krajewski

Wstęp

Ten rozdział naszego raportu chcielibyśmy poświęcić odpowiedzi na pytanie, czy uczestnictwo w kulturze uspołecznia. Czy jest ono procesem powodującym, że pomiędzy jednostkami pojawiają się nowe typy relacji i więzi albo aktualizują się już istniejące powiązania, formy współpracy, solidarność, wzajemne zainteresowanie?

Pytanie to wydaje się niezwykle istotne, bo uspołecznianie to centralny proces, za sprawą którego wspólnoty tworzą się i reprodukują w czasie. Od charakteru tego procesu zależy też charakter tych zbiorowości. Pytanie to jest również doniosłe z innego powodu. Dotyka ono bowiem kwestii tego, czy uczestnictwo w kulturze jest praktyką przynoszącą różnego rodzaju gratyfikacje tylko osobom upowszechniającym i oferującym na rynku dobra kultury oraz tym, które po nie sięgają, czy też szersze korzyści społeczne, takie jak: tworzenie nowych i wzmacnianie istniejących więzi, poszerzanie zakresu empatii i demokratycznych zasad współżycia, zwiększanie wiedzy czy świadomości istnienia innych niż nasza własna perspektyw, przez które można widzieć świat.

Odpowiadając na pytanie o uspołecniająca rolę uczestnictwa w kulturze, wskazujemy też na istotną funkcję, jaką w procesach budowania i odtwarzania różnorodnych zbiorowości odgrywają jej instytucje. Analiza pozycji kin, teatrów czy domów kultury w praktykach uczestnictwa jest jednym z bardziej efektywnych sposobów sprawdzania, czy są one dziś wciąż potrzebne. I choć nie mamy wątpliwości, że odpowiedź jest twierdząca – co wyraża główna teza tego raportu – to nadal warto próbować określić, jak są potrzebne, jaką pozycję zajmują w procesach uspołecznienia i w życiu zbiorowości, których są częścią.

Co to jest uspołecznienie?

Uspołecznienie rozumiem zgodnie z socjologią relacyjną, a zatem jako **wiązanie ze sobą różnorodnych elementów tak, że zmieniają one swój status i formę działania, bo zaczynają**

być określone przez relacje, w które są uwikłane²¹. W tym sensie uspołecznienie rozpoczyna się nową pracą, podjęcie rozmowy, wspólne podróżowanie z innymi, transakcje handlowe, miłość i nienawiść, wojna, a w końcu też uczestnictwo w kulturze.

Efektom uspołecznienia jest zawsze powstawanie układów (asamblaży), czyli dających się wyodrębnić ze środowiska całości składających się z różnorodnych aktorów powiązanych ze sobą wieloma typami relacji²². Takim układem jest naród, ale też para, osoba spacerująca z psem czy jadąca na rowerze. Jest nim też ludzkie ciało i jego mikrobiom albo ptasie gniazdo zbudowane na drzewie, jezioro lub elektrownia.

Oznacza to, że uspołecznienie nie jest ekskluzywną ludzką własnością, ale uniwersalnym procesem, w którym uczestniczy wszystko, co składa się na świat²³. Jego podstawową cechą jest przecież współzależność wynikająca z niesamowystarczalności, rywalizacja i współpraca, koegzystencja i konkurowanie w zdobywaniu niezbędnych do przetrwania zasobów.

Oczywiście w przypadku człowieka uspołecznienie ma wyjątkowy charakter, co wynika z trybu adaptowania się ludzi do rzeczywistości. Najważniejszą z jego cech jest oparcie tego procesu na wielu antropotechnikach²⁴, takich jak: umiejętność tworzenia narzędzi, posługiwanie się językiem i normatywna regulacja działań zwyczajowo utożsamianych z kulturą. To ona jest najbardziej podstawowym środkiem uspołecznienia w przypadku ludzi, co nie oznacza, że istnieją inne, takie jak biologiczne potrzeby, podatność na infekcje, emocje rozumiane jako automatyczne reakcje na bodźce różnego rodzaju.

Warto również zauważyć dwie istotne cechy procesu uspołecznienia, które sprawiają, że nie powinniśmy go utożsamiać z czymś, co niesie wyłącznie pozytywne skutki. Pierwsza z nich to jego wykluczający charakter. Stosunkowo mało można znaleźć układów społecznych, do których mogą należeć wszyscy. Przeciwnie, większość relacji, które zamykamy, ma ograniczony zasięg, zaś istotą wielu jest ich zamykający charakter, pozwalający, by jednostki czerpały ich sens i znaczenie właśnie z tego, że nie biorą w nich udziału wszyscy²⁵. Drugą z nich jest to, że proces uspołecznienia wymaga użycia różnorodnych zasobów (czasu, zaangażowania, pieniędzy, miejsca, uwagi itd.), które nigdy nie są nieograniczone. Uczestnicząc w pewnych formach uspołecznienia, jednostka nie jest w stanie brać udziału w innych. O tym zaś, w których partycypuje, nie zawsze decyduje sama, czasami wynika to z przymusu, wcześniej podjętych zobowiązań lub zamykającego charakteru układów, których jest ona częścią.

21 B. Latour, *Splatając na nowo to, co społeczne. Wprowadzenie do teorii aktora-sieci*, tłum. K. Abriszewski, A. Derra, Universitas, Kraków 2010; *The Palgrave Handbook of Relational Sociology*, ed. F. Dépelteau, Palgrave Macmillan, London–New York 2018 (e-book).

22 G. Deleuze, F. Guattari, *Percept, afekt i pojęcie*, tłum. P. Pieniążek, „Sztuka i Filozofia” 17/1999; G. Deleuze, F. Guattari, *Tysiąc plateau*, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa 2023.

23 T. Ingold, *Splatać otwarty świat*, tłum. E. Klekot, D. Wąsik, Instytut Architektury, Warszawa 2018; B. Latour, *Polityka natury. Nauki wkraczają do demokracji*, tłum. A. Czarnacka, M. Gdula, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2009; A. Shotwell, *Against Purity. Living Ethically in Compromised Times*, University of Minnesota Press, Minneapolis 2016.

24 P. Sloterdijk, *Musisz życie swe odmienić. O antropotechnice*, tłum. A. Żychliński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014.

25 G. Simmel, *Tajność i tajny związek*, [w:] tegoż, *Socjologia*, tłum. M. Łukasiewicz, PWN, Warszawa 1975.

Kultura i społecznienie

Z tego, co powiedzieliśmy wyżej, wynika, że kultura jako narzędzie adaptacyjne jest jednocześnie efektem procesów uspołeczniania (kreujemy ją przecież kolektywnie), jak i medium, za sprawą którego proces ten przebiega we właściwy dla człowieka sposób²⁶. Centralną rolę zdaje się odgrywać tu zdolność ludzi do obiektywizowania myśli, przeżyć i doświadczeń w różnorodnych przejawach kultury – w języku, w obiektach, dźwiękach i obrazach²⁷. Dzięki temu to, co subiektywne, staje się intersubiektywne i może być przedmiotem doświadczenia wielu osób. Przedmiotem, który dodatkowo może być przenoszony w czasie i przestrzeni, łącząc ze sobą jednostki, które nie znajdują się aktualnie w bezpośredniej bliskości, tych, których już nie ma, z tymi, którzy dopiero przyjdą, ludzi żyjących w zbiorowościach oddzielonych od siebie nieprzepuszczalnymi granicami i tych, których drogi nigdy się nie przetną.

Z oczywistych powodów w przeprowadzonych badaniach nie mogliśmy objąć wszystkich możliwych do pomyślenia aspektów kultury oraz uczestnictwa w niej. Dlatego też skoncentrowaliśmy się na jej węższym rozumieniu. Tym, w centrum którego znajdują się różnorodne obiekty ekspresyjne przez kogoś tworzone, by zostać komuś innemu zaprezentowane. Jednocześnie nie ograniczaliśmy ich zbioru wyłącznie do tych, które upowszechniają instytucje kultury. Przeciwnie, przyjęliśmy, że należą do niej też obiekty tworzone przez zwykłe jednostki, powstające i upowszechniane w obrębie digitalnych sieci komunikacyjnych, a także sytuacje, w których są one wykorzystywane (jak np. gry, wszelkiego rodzaju twórczość, wspólne oglądanie lub słuchanie czegoś itd.). Takie rozumienie kultury sprawia, że możliwe staje się uchwycenie w badaniach empirycznych procesu uczestnictwa w niej, również wtedy, gdy nie odbywa się on w kontekście instytucjonalnym.

To węższe rozumienie kultury pozwala dostrzec, że może ona uspołeczniać w kilku podstawowych wariantach.

Po pierwsze na najbardziej podstawowym poziomie kultura i jej doświadczanie to pretekst, by być z innymi. Chodzi o wszystkie te sytuacje, w których razem doświadczamy różnorodnych dóbr kultury lub je współtworzymy, dyskutujemy o nich, polecamy je sobie nawzajem lub się nimi dzielimy. W tym przypadku kultura uspołecznia w sensie bardzo dosłownym. Sprawia ona bowiem, że osoby, które były rozproszone i zajmowały się czymś w pojedynkę, zaczynają uczestniczyć we wspólnej sytuacji: oglądają razem film, bawią się podczas koncertu, czegoś wspólnie słuchają, dyskutują o książce, którą przeczytały, grają razem w grę, zasiadają na widowni teatru lub opery. Ponieważ bardzo wiele form współuczestnictwa ma dziś charakter zdalny, jego zakres znacznie się poszerza, nie wymaga ono też obecności w tej samej przestrzeni. Niezależnie jednak od tego, jak jest praktykowana ta forma uspołecznienia, ma

26 R. Dunbar, *Nowa historia ewolucji człowieka*, tłum. B. Kucharzyk, Copernicus Center Press, Kraków 2013; D. Wężowicz-Ziółkowska, W. Borkowski, *Kultura jako adaptacja. Kultura w paradygmacie przyrodznawstwa*, „Biblioteka Postscriptum Polonistycznego” 3/2013; M. Krajewski, *W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze*, „Kultura i Społeczeństwo” 1/2013.

27 M.P. Markowski, *Pragnienie obecności. Filozofie reprezentacji od Platona do Kartezjusza*, słowo/obraz terytoria, Gdańsk 1999; P.L. Berger, T. Luckmann, *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, tłum. J. Niżnik, PWN, Warszawa 1983.

ona wysoki potencjał łączący, bo opiera się na współobecności w tym samym zdarzeniu i na fizycznym zaangażowaniu, na podzieleniu emocji i atmosfery, które mu towarzyszą, na doświadczaniu tego, jak rozumieją jego sens inni. Tego rodzaju rezonowanie ma z kolei zdolność do aktualizowania i potwierdzenia więzi, członkostwa w określonych zbiorowościach lub kategoriach społecznych, ale też staje się pretekstem do zawiązywania nowych połączeń, a tym samym prowadzi do poszerzenia zakresu układów, w których uczestniczymy, do zawiązywania nowych ich rodzajów lub włączenia się w te, w których nie byliśmy dotąd obecni.

Po drugie kultura uspołecznia również w tym sensie, że pozwala zawiązywać jednostkom relacje o charakterze paraspołecznym z tymi, których nie znamy, których już nie ma, i tymi, którzy nie istnieją, bo są postaciami fikcyjnymi: bohaterami książek, filmów, przedstawień teatralnych, gier, piosenek itd. Ta forma uspołeczniania jest ogromnie istotna, bo stanowi ważne ćwiczenie z doświadczania ludzkiej różnorodności, uczy empatii i złożoności ludzkich postaw, wielości perspektyw widzenia tego samego. Bez tego rodzaju umiejętności nie jest możliwe życie zbiorowe, zaś ich doskonalenie jest warunkiem wzmacniania demokratycznych wspólnot. Jak się wydaje, wraz z postępującą indywidualizacją życia społecznego ta forma uspołecznienia musi stawać się szczególnie częsta. Dzięki niej zaspokajamy bowiem istotną potrzebę bycia z innymi, ale w sposób, który nie jest zobowiązujący, a więc nie krępuje swobody wyborów jednostki.

Po trzecie kultura uspołecznia także w tym sensie, że pozwala jednostce usytuować się w obrębie różnorodnych relacji, bo dzięki niej dowiaduje się ona, kim jest, co z kolei jest podstawą budowania przez nią własnej tożsamości decydującej o tym, jakiego rodzaju relacje zawiązuje, jakich zaś unika. Obiekty kulturowe wyrażają więc identyfikacje, które są dostępne w określonym porządku kulturowym i które można przyjąć jako własne, w ten sposób odpowiadając na pytanie: kim jestem? Odpowiedź ta określa jednocześnie, z kim lub z czym jednostka zawiązuje różnorodne relacje, nie tylko pozytywne (jak przyjaźń, miłość czy też wola współpracy albo naśladownictwo), lecz także negatywne (jak niechęć, unikanie czy nienawiść). Mówiąc jeszcze inaczej, bardzo wiele typów relacji jesteśmy w stanie podjąć dopiero wówczas, gdy wiemy, kim jesteśmy, zaś samowiedzę tę przynosi nam właśnie uczestnictwo w kulturze.

Po czwarte (choć pewnie tych form uspołeczniania przez kulturę jest dużo więcej) kultura w interesującym nas tu wąskim znaczeniu uspołecznia też dlatego, że uruchamia ogromną liczbę wymian uzależniających nas od siebie nawzajem. Po części są one konsekwencją tego, że tworzenie kultury jest aktywnością zbiorową, a jej produkty są towarami oferowanymi na rynku, po części zaś tego, że ich użytkowanie prowokuje też wiele zwrotnych reakcji, stanowiących rodzaj konwencji lub zobowiązania. Interesowanie się, komentowanie, nagradzanie oklaskami, wysoką oceną lub pochlebną recenzją, stawianie się zagorzałym wielbicielem, oczekiwanie na kolejne dzieło lub koncert – wszystkie te działania stanowią rodzaj odwzajemnienia, które wymuszają obiekty kulturowe. Tym samym wzmacniają one jedną z bardziej centralnych reguł organizujących życie społeczne – zasadę wzajemności.

Jakie aspekty uspołeczniającej roli kultury analizowaliśmy?

Przeprowadzone przez nas badania miały charakter sondażowy, nie byliśmy w stanie w ich trakcie dotknąć wszystkich możliwych form, w jakich realizuje się uspołeczniająca rola kultury i to nawet we wskazanym wyżej węższym rozumieniu. Dlatego też nacisk zostanie tu położony na pierwszy z modusów uspołecznienia i sprowadzać się będzie do próby odpowiedzi na następujące pytania: **czy, a jeśli tak, to w jaki sposób, kultura stwarza okazję do bycia razem? W odniesieniu do jakich jej form to działanie jest najbardziej skuteczne? Jakie kategorie społeczne szczególnie chętnie je praktykują? Jakiego rodzaju więzi ona wzmacnia lub aktualizuje – rodzinne czy z wyboru? Interesować nas będzie również to, kiedy kultura i uczestnictwo w niej są wykorzystywane jako narzędzia separowania się od innych oraz ich unikania. Ważnym aspektem analiz będzie też próba odpowiedzi na pytanie, czy jakieś kategorie jednostek mają szczególnie silną skłonność do wykorzystywania kultury jako narzędzia uspołeczniania i odspołeczniania. Spróbujemy też udzielić odpowiedzi na pytanie, jakiego rodzaju technologie uczestnictwa w kulturze zbliżają nas do innych, zaś jakie separują. Ważne pytanie dotyczy również roli instytucji kultury w procesach uspołecznienia.**

Jednocześnie, choć będzie to marginalny aspekt analiz zawartych w tej części raportu, **spróbujemy też określić popularność tych form uczestnictwa w kulturze, które sprzyjają zawiązywaniu relacji o charakterze paraspołecznym.** Należą do nich przede wszystkim oglądanie filmów i seriali, czytanie książek, oglądanie materiałów w mediach społecznościowych, słuchanie podcastów, audycji i reportaży, bywanie w teatrze. Ponieważ są one formami narracyjnymi, których przedmiotem są losy innych ludzi, to właśnie w trakcie ich doświadczenia ten paraspołeczny wymiar uczestnictwa w kulturze realizuje się najpełniej. W mniejszym stopniu jest on obecny w śledzeniu wiadomości, podczas transmisji sportowych, zwiedzania czy turystyki albo w rozwiniętej dziś niezwykle kulturze poradniczej. Oczywiście ostre rozróżnienie sytuacji uczestnictwa, w których zawiązywane są relacje paraspołeczne, i tych, w których do tego nie dochodzi, są trudne do przeprowadzania. Można sobie przecież wyobrazić oglądanie programu motoryzacyjnego, informacyjnego czy prognozy pogody nie ze względu na zawarte w nich treści, ale z powodu zainteresowania osobami, które je prowadzą. Może się też zdarzyć oglądanie filmu lub serialu nie po to, by śledzić losy ich bohaterów, ale by podziwiać wnętrza, stroje i krajobrazy.

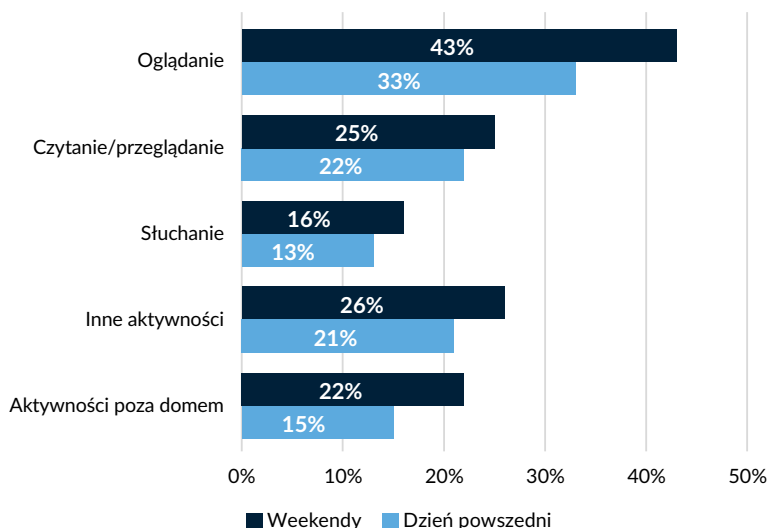
Co wynika z przeprowadzonych badań?

Zacznijmy od tego, że mniej więcej **30% osób badanych w dzień powszedni oraz 53% w weekendy deklaruje podejmowanie praktyk, które nazwaliśmy czynnościami społecznymi** (i do których zaliczyliśmy spotkania i rozmowy, praktyki religijne, zabawę, aktywności społeczne). Warto przy tym zauważyć, że czynności o charakterze społecznym są stosunkowo rzadko wskazywane przez badanych. Dla przykładu praktykowanie czynności fizjologicznych deklaruje na co dzień ponad 90% badanych, relaks i samorealizację 76% osób biorących udział w badaniu, a prace domowe i przemieszczanie się około 70% spośród nich. Czynności społeczne stanowią zatem istotną część naszego życia i stały jego element, ale jednocześnie to

nie one są najbardziej absorbujące, jeżeli chodzi o czas, który pochłaniają, i miejsce w strukturze codzienności. Nie można oczywiście na tej podstawie wnioskować, że są one mniej ważne czy marginalne z punktu widzenia jednostki. Przeciwnie – mogą one stanowić zwieńczenie wszystkich innych działań podejmowanych przez nie na co dzień, a także podstawowy cel oraz sens innych aktywności. Nieprzypadkowo zatem odsetek osób, które deklarują ich podejmowanie, wzrasta do 53% w weekendy. To wtedy bowiem rozproszone w ciągu tygodnia zbiorowości domowe, przyjacielskie, rodzinne ponownie się spotykają, a łączące je więzi ulegają aktualizacji.

Przejdźmy teraz do określenia, jakiego rodzaju aktywności kulturalne podejmowane są w ramach czynności społecznych. Częstotliwość ich praktykowania w kontekście sytuacji, w których aktualizują się więzi społeczne, pokazuje tabela poniżej.

Wykres 17. Czynności społeczne – generalna struktura, jeżeli chodzi o aktywności kulturalne w nich obecne



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Osoby badane najczęściej wskazywały, że w ramach czynności społecznych najczęściej praktykują oglądanie (33% badanych na co dzień oraz przez 43% w weekendy); jak wynika z bardziej szczegółowych analiz, oglądają przede wszystkim filmy oraz seriale, w drugiej zaś kolejności materiały w mediach społecznościowych. Oznacza to, że uspołeczniająca rola kultury ulega tu zwielokrotnieniu. Nie dość bowiem, że staje się ona powodem spędzania czasu razem, to dodatkowo jest on pożytkowany na śledzenie losów innych, będących bohaterami i bohaterkami filmów, seriali i doniesień medialnych, a więc na budowanie relacji paraspołecznych z nimi.

Warto też zaznaczyć, że odsetek osób podejmujących w ramach czynności społecznych aktywności kulturalne realizowane poza domem (kiedy jednostki korzystają z oferty instytucji kultury) wśród tych, którzy zadeklarowali, że oddają się czynnościom społecznym, to odpowiednio 15% w dzień powszedni oraz 22% w weekendy. Jest więc stosunkowo niski, jeżeli porównamy to z oglądaniem, czytaniem i przeglądaniem lub też innymi aktywnościami

podejmowanymi w ramach czynności społecznych. Nie może być inaczej, skoro to właśnie aktywności realizowane poza domem wymagają mobilizacji największej liczby różnorodnych zasobów oraz są działaniami absorbującymi, wymagającymi wyłączności. Nieprzypadkowo więc to właśnie w ich przypadku odsetek osób deklarujących ich praktykowanie zwiększa się najbardziej w weekendy. Są one bowiem aktywnościami wyraźnie odświętnymi, służącymi akcentowaniu istotności określonych wydarzeń, rodzajem rytuału, w trakcie którego aktualizowane są więzi, potwierdzana jest przynależność do określonych wspólnot, rodzinnych, przyjacielskich, ale przecież też zawodowych lub wynikających ze wspólnych zainteresowań. **Ten parareligijny aspekt uczestnictwa w kulturze, choć paradoksalny w zlaicyzowanych zbiorowościach, wydaje się niezwykle istotny.** Również dlatego, że pozwala on wyjaśnić, dlaczego istnienie instytucji kultury w tego typu społeczeństwach jest tak doniosłe.

Oczywiście czynności społeczne nie są jedynymi, w trakcie których robimy coś z innymi lub w obecności innych. Równie istotne są czynności określone przez nas jako **nadzwyczajne** (np. udział w uroczystościach, wyjścia do miasta, do kina, teatru, do zoo, do filharmonii lub muzeum, galerii sztuki itp.). Jak wynika z deklaracji badanych, prawie 74% spośród nich podejmuje je wraz z innymi. Są oni też obecni **w czasie prac domowych** (na co wskazuje 51% badanych), **w czasie przeznaczonym na wypoczynek i relaks** (co z kolei deklaruje prawie 50% osób) czy w czasie przemieszczania się, gdzie odsetek ten wynosi też około 51%. Warto oczywiście pamiętać, że ta obecność innych może realizować się na wiele sposobów, dlatego też w trakcie naszych badań wyróżniliśmy dwie istotne okoliczności. Pierwsza to sytuacja, w której robimy coś w obecności innych osób, druga to taka, w której robimy coś wspólnie z innymi osobami. Ponieważ do tej pierwszej sytuacji może dochodzić w zasadzie wszędzie tam, gdzie jednostka znajduje się wśród innych (a więc też wśród obcych spotykanych w miejscach publicznych, w środkach transportu, w instytucjach kultury), to jest ona dużo częstsza niż druga forma, która zazwyczaj praktykowana jest wśród osób, które znamy i z którymi pozostajemy w zażytych relacjach.

Przechodząc do przedstawienia tego, **w jaki sposób jednostki uczestniczą w kulturze – samotniczo czy też wraz z innymi lub w ich obecności** – warto zacząć od przedstawienia podstawowej tabeli pokazującej generalny odsetek osób partycypujących w kulturze na co dzień w pojedynkę, ale też ich społeczno-demograficzne charakterystyki.

Tabela 21. Odsetek osób deklarujących uczestnictwo w kulturze w pojedynkę

Kategorie społeczne badanych osób	Dni powszednie	Weekendy
Ogółem	54%	43%
Wiek		
18-24	50%	40%
25-34	60%	46%
35-49	51%	43%
50-59	53%	42%

Kategorie społeczne badanych osób	Dni powszednie	Weekendy
60+	56%	43%
Wielkość miejsca zamieszkania		
wieś	53%	44%
miasto do 20 tys.	61%	43%
20–50 tys.	57%	38%
50–200 tys.	51%	44%
200–500 tys.	50%	36%
500 tys.+	76%	58%
Obecnie mieszkam		
mieszkam sam/sama	61%	52%
mieszkam z kimś	51%	40%
Obecnie mieszkam z		
partnerem/partnerką	46%	32%
dziećmi	54%	38%
rodzicami	63%	57%
innymi spokrewnionymi osobami	84%	61%
innymi niespokrewnionymi osobami	70%	70%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Z tabeli tej wynika, że **w przypadku ponad połowy osób badanych (54%) codzienne aktywności kulturalne realizowane są w samotniczy sposób** (a więc nie w obecności innych ani nie wspólnie z nimi). Odsetek takich samotniczych form korzystania w kulturze spada o 10% w weekendy, ale jak można dostrzec wśród niektórych grup, takie praktykowanie kultury ma specyficzny charakter.

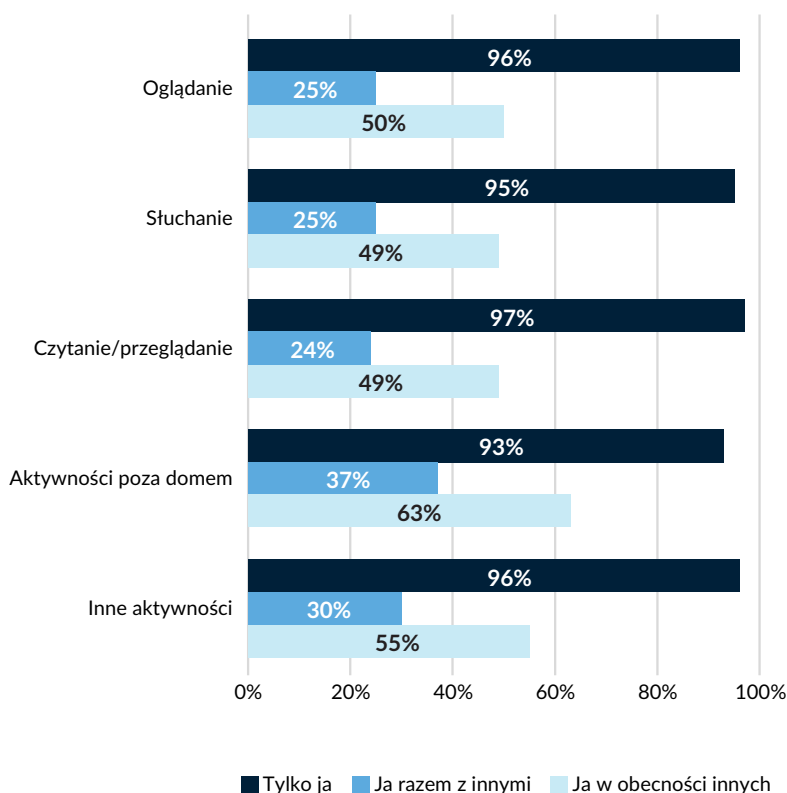
Liczba osób korzystających z kultury w pojedynkę jest szczególnie wysoka wśród osób zamieszkujących wspólnie z rodzicami, innymi krewnymi lub osobami niespokrewnionymi (w dni powszednie odsetek tego rodzaju osób wynosi wśród tych kategorii od 63 do 84%), co może oznaczać, że aktywności tego rodzaju mogą mieć separującą, a nie integrującą rolę, być czynnościami, dzięki którym nie musimy być z innymi, a zatem formą odrywania się od zbiorowości.

Interesujące jest też to, że **korzystanie z kultury w pojedynkę częstsze jest w największych miastach** (aż 61%) – trochę tak, jakby jednostki separowały się dzięki niemu od zbyt intensywnych doświadczeń społecznych towarzyszących życiu w wielkim mieście. **Jest ono też silnie obecne w najmniejszych miejscowościach** (do 20 tys. mieszkańców), co zdaje się wynikać z uczestnictwa w mniej rozległych sieciach społecznych, które aktualizują się w dni wolne od pracy (co wyraża spadek o 20% osób samotniczo korzystających z kultury w weekendy w tych właśnie typach miejscowości).

Nieco inną przyczynę może mieć **częste korzystanie z kultury w pojedynkę wśród „młodych dorosłych”** (25–34 lata), gdzie odsetek tego typu jednostek wynosi 60% – może to wynikać z najbardziej intensywnego zaabsorbowania codziennością w tej grupie, a co za tym idzie, z tego, że aktywności kulturalne są tu realizowane w tzw. międzyczasie, tuż przed zasypianiem, w czasie dojazdów, a więc w sposób z konieczności samotniczy.

Kolejny wykres pozwala nieco szczegółowiej przyjrzeć się procesom samotniczego korzystania z kultury, bo pokazuje, w jaki sposób realizowane są poszczególne aktywności kulturalne, o które pytaliśmy w trakcie badań – w pojedynkę, w obecności innych czy też wraz z innymi, a tym samym które z nich uspołeczniają, które zaś separują nas od innych.

Wykres 18. Deklaracje na temat obecności innych osób podczas poszczególnych aktywności kulturalnych



Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Jak można dostrzec, **w przypadku wszystkich codziennych aktywności kulturalnych respondenci wskazywali, że zdarza się im je realizować w pojedynkę** (z kolei, co już nie wynika z powyższego wykresu wprost, ale z innych rodzajów poczynionych w trakcie analiz obliczeń, **odsetek osób, które deklarują, że zawsze uczestniczą w kulturze wraz z innymi, jest bardzo niski i wynosi około 1,5%, zaś tych, które zaznaczały, że zawsze praktykują tego typu działanie w obecności innych, wynosi około 6,5%**).

Nie ma w tym oczywiście niczego zaskakującego, o ile weźmiemy pod uwagę to, że współczesne życie, rozciągnięte pomiędzy różnorodnymi i często odseparowanymi od siebie kontekstami (pracy, dojazdów, wypoczynku, praktyk zdrowotnych i religijnych, zakupów itd.), cechuje codzienne rozpraszanie się osób tworzących gospodarstwa domowe, wspólnoty

zainteresowań czy poglądów. W rezultacie wiele codziennych działań podejmowanych przez jednostki należące do wspólnot rodzinnych lub przyjacielskich urzeczywistnianych jest w pojedynkę. Dodatkowo wiele współczesnych form uczestnictwa w kulturze dokonuje się za pośrednictwem ekranów osobistych urządzeń, takich jak smartfony, tablety i laptopy. Te zaś zaprojektowano tak, by wygodnie mogła z nich korzystać jedna osoba. Nie oznacza to oczywiście, że technologie te jedynie separują nas od innych – przeciwnie, stworzono je przecież do tego, by nas ze sobą łączyć. Powodują one jednak, że zwiększa się liczba okoliczności, w których samotnie uczestniczymy w kulturze.

Wracając do zamieszczonego wyżej wykresu, warto jednocześnie dostrzec, że tylko w przypadku „innych aktywności” oraz „aktywności realizowanych poza domem” odsetek osób, które deklarują, że zdarza się im urzeczywistniać je w obecności innych, jest wyższy niż 50%, zaś tylko w przypadku tego drugiego rodzaju aktywności przekracza 30%, jeżeli chodzi o sytuacje, w których kulturowa partycypacja realizowana jest wraz z innymi osobami, a nie tylko w ich obecności. **Oznacza to, że codzienne uczestnictwo w kulturze ma raczej charakter separujący, zaś dopiero te jego formy, które realizują się poza domem i w których uczestniczą instytucje kultury, przełamują ten schemat.** Warto o tym przypominać, bo z innych naszych ustaleń zawartych w tym raporcie, zwłaszcza w tezie II, wynika, że prawie 80% osób obywateli jest bez pośrednictwa instytucji kultury w kontakcie z kulturą, korzystając w tym procesie przede wszystkim z usieciowionych mediów elektronicznych. **Pomimo tego więc, że instytucje kultury tracą swój monopol na upowszechnianie kultury, to jednocześnie trudno je uznać za zbędne. Przeciwnie – odgrywają one niezwykle istotną rolę uspołeczniającą.** Jak pokazuje powyższy wykres, choć urzeczywistnia się ona w zasadzie w obrębie każdej z aktywności kulturalnych, to jednak tylko w przypadku „aktywności poza domem” realizuje się ona w wyjątkowo pełny sposób. Nie tylko bowiem zapewnia ona doświadczanie innych w całej ich złożoności (co jest bardzo trudne do zrealizowania w przypadku komunikacji zapośredniczonej medialnie), lecz także daje możliwość poszerzenia zakresu relacji poza łączące nas z osobami, z którymi dzielimy codzienność, a więc z rodziną, przyjaciółmi, znajomymi z pracy lub szkoły albo z bliskimi, z którymi pozostajemy w związkach o intymnym charakterze. Dzięki temu zwiększa się szansa nie tylko na poszerzenie zakresu więzi, ale też na poznawanie wielości światopoglądów, systemów wartości i spojrzeń na rzeczywistość. To zaś z kolei niezbędne jest do wzmacniania demokratycznego porządku, budowy społeczeństwa uznającego różnorodność oraz prawo do samorealizacji za istotne wartości.

Jednostki biorące udział w naszych badaniach miały również możliwość wskazania, z jakiego rodzaju urządzeń korzystają, uczestnicząc w kulturze na co dzień. To z kolei pozwala nam określić, **które z technologii medialnych sprzyjają byciu z innymi, które zaś separują.** By odpowiedzieć na to pytanie, podzielono jednostki na dwie kategorie. W pierwszej z nich znalazły się osoby, które wskazały, że jakkolwiek aktywność kulturalną realizują wraz z innymi, w drugiej zaś te, które tego nie zrobiły. Poniższa tabela pokazuje, do której z tych kategorii należą osoby deklarujące używanie poszczególnych technologii²⁸.

28 W tabeli nie uwzględniono osób, które zadeklarowały, że korzystają z kultury w obecności innych.

Tabela 22. Uczestnictwo w kulturze wraz z innymi a korzystanie z określonych technologii

	Ogółem	Odsetek osób korzystających ze wskazanej technologii spośród deklarujących, że nie uczestniczą w kulturze razem z innymi	Odsetek osób korzystających ze wskazanej technologii spośród deklarujących, że zdarza im się uczestniczyć w kulturze razem z innymi
Komputer	48%	52%	46%
Telefon	72%	75%	79%
Telewizor	46%	45%	58%
Sprzęt audio	39%	38%	53%
Czytnik	3%	2%	3%
Analogowe technologie (książki, prasa)	13%	9%	29%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Jak można dostrzec, w powyższej tabeli **tylko w przypadku uczestnictwa w kulturze za pośrednictwem komputerów mamy do czynienia z przewagą osób deklarujących, że w ogóle nie biorą w niej udziału razem z innymi**. Potwierdza to stereotyp osoby siedzącej samotnie przed ekranem komputera ze słuchawkami na uszach, odseparowanej od bezpośredniego otoczenia i zaangażowanej w relacje zdalne lub paraspółeczne. I choć nadużyciem byłoby stwierdzenie, że technologia ta odspółecznia, to jak wspomniano wyżej, niewątpliwie ogranicza zasoby niezbędne do zawiązywania aktualnych, bezpośrednich relacji. Z tabeli tej wynika również, że używanie określonej technologii nie ma związku z tym, czy uczestniczymy w kulturze wraz z innymi w przypadku czytników czy też smartfonów – odsetki osób praktykujących ją razem z innymi oraz tych, którzy czynią to w pojedynkę, są bardzo zbliżone. Największą różnicę w tym zakresie widzimy natomiast w przypadku telewizorów i sprzętu audio (mniej więcej 14% różnicy) oraz technologii analogowych, gdzie różnica ta wynosi 20%. Ponieważ nie wiemy, czy poszczególne technologie są wykorzystywane, by uczestniczyć w kulturze z innymi, możemy jedynie stwierdzić, że osoby używające poszczególnych ich rodzajów mają większe lub mniejsze tendencje do wspólnotowych form samorealizacji. Warto przy tym zauważyć, że skłonności te mają najwyższy poziom w przypadku osób czytających książki lub prasę oraz używających sprzętu audio i telewizora. To zaś może oznaczać, że **wspólnotowe uczestnictwo w codziennej kulturze wpisane jest po prostu mocniej w bardziej tradycyjne modele kulturowej partycypacji**. Dla przykładu, jak pokazują inne zgromadzone przez nas dane, korzystanie z kultury w jej analogowych formach jest najbardziej powszechne wśród osób z małych i średnich miast, dobrze wykształconych, należących do kilkusobowych gospodarstw domowych i tych, które są generalnie aktywne kulturalnie.

Przyjrzyjmy się teraz wybranym formom uczestnictwa w kulturze, składającym się na poszczególne rodzaje aktywności kulturalnych, próbując wychwycić wśród nich te, które realizowane są wspólnie z innymi osobami, a więc mają silnie uspołeczniający charakter. Następnie przyjrzymy się tym, które najczęściej realizowane są w pojedynkę i mogą uspołecznić,

ale przede wszystkim jako podstawa budowania relacji paraspółecznych lub jako oś i temat późniejszych interakcji (rozmów, komentowania, dzielenia się, rekomendowania ich innym).

Tabela 23. Formy uczestnictwa w kulturze ze względu na to, z kim są one podejmowane

Forma aktywności	Odsetek osób wykonujących ją wraz z innymi	Odsetek osób wykonujących ją w obecności innych	Odsetek osób wykonujących ją w pojedynkę
Aktywności poza domem – zwiedzanie, turystyka	21%	23%	58%
Inne aktywności – malowanie, rysowanie, rzeźbienie, śpiewanie, gra na instrumentach, rękodzieło, majsterkowanie itp.	16%	20%	73%
Słuchanie – radio	14%	27%	73%
Inne aktywności – robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści do mediów społecznościowych	12%	15%	78%
Oglądanie – filmy, seriale	11%	26%	63%
Aktywności poza domem – wizyty w galeriach sztuki, muzeach itd.	11%	8%	81%
Inne aktywności granie w gry, quizy, itp.	10%	20%	75%
Słuchanie – muzyka ogólnie	9%	19%	81%
Czytanie/przeglądanie – książki, komiksy	7%	10%	85%
Oglądanie – streamy live	6%	11%	85%
Aktywności poza domem – chodzenie do teatru, na koncerty	6%	20%	74%
Czytanie/przeglądanie – media społecznościowe	5%	11%	87%
Oglądanie – poradniki, filmy instruktażowe	5%	14%	83%
Słuchanie – materiały edukacyjne i poradniki	4%	14%	82%
Oglądanie – materiały w mediach społecznościowych	4%	15%	85%
Słuchanie – audiobooki	3%	11%	90%
Czytanie/przeglądanie – materiały edukacyjne i poradniki	3%	9%	89%
Czytanie/przeglądanie – prasa	3%	11%	90%
Oglądanie – podcasty, reportaże, materiały edukacyjne	3%	15%	87%
Czytanie/przeglądanie – wiadomości/informacje w Internecie	2%	12%	89%
Słuchanie – podcasty, audycje, reportaże	2%	12%	89%
Czytanie/przeglądanie – ogłoszenia, strony sprzedażowe, zakupy, serwisy aukcyjne itd.	2%	11%	91%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Analiza tej tabeli prowadzi do kilku podstawowych wniosków.

Po pierwsze do wskazania, że **nie istnieje taka forma codziennego uczestnictwa w kulturze, którą można uznać za uniwersalne narzędzie uspołeczniające** – w przypadku każdej z uwzględnionych w tabeli aktywności dominuje realizowanie jej w pojedynkę. Można w tym widzieć efekt trzech, wcześniej wspomnianych, podstawowych zjawisk: **(i) rosnącej indywidualizacji**, która definiuje relacje z innymi jako zobowiązanie, koszt, który może zostać zredukowany do zera, gdy korzystamy z kultury w pojedynkę; **(ii) specyfiki dostępnych dziś technologii korzystania z kultury**, projektowanych często tak, by najwygodniej było z nich korzystać właśnie w pojedynkę oraz **(iii) rosnącego wewnętrznego różnicowania samej kultury**, kierowania oferty do bardzo wąskich nisz, składających się najczęściej z jednostek rozproszonych przestrzennie.

Po drugie można wskazać na wspomniane już wyżej **dwa osobne modusy, poprzez które kultura wiąże nas z innymi**. Pierwszy z nich polega na tym, że kultura stwarza preteksty i okazje do bycia z innymi, zaś istotą drugiego jest to, że daje nam ona wgląd w życie innych osób, pozwala śledzić ich losy, poznać ich spojrzenie na rzeczywistość. W tym pierwszym sensie najsilniej uspołeczniają takie aktywności, jak zwiedzanie, tworzenie, ale też słuchanie radia; w tym drugim zaś różne formy czytania, a więc aktywności, którą trudno jest realizować wraz z innymi, a która jest jednocześnie paradygmatyczną formą doświadczania losów innych osób.

Po trzecie **nieco może zaskakiwać to, że pozostałe (oprócz zwiedzania) formy uczestnictwa w kulturze należące do kategorii aktywności poza domem są realizowane wraz z innymi zaskakująco rzadko** (zwłaszcza w przypadku chodzenia do teatru lub na koncerty), ale kiedy dodamy tu te wszystkie sytuacje, w których są one realizowane w obecności innych, to okaże się, że od 25% do 35% osób urzeczywistnia je jednak w jakimś towarzystwie i ich potencjał uspołeczniający jest wyższy niż w przypadku oglądania, słuchania i czytania. Być może powinniśmy do zbioru osób wskazujących, że realizowały aktywności kulturalne poza domem, dołączyć część deklarujących „oglądanie filmów”, bo jego miejscem są przecież przede wszystkim kina lub sale projekcyjne w miejscach publicznych, zaś chodzenie do kina, jak z kolei pokazują dane dotyczące uczestnictwa w kulturze zinstytucjonalizowanej, w ostatnich 12 miesiącach jest aktywnością popularną – przynajmniej raz podjęło ją 67% badanych.

Na zakończenie przyjrzyjmy się bliżej dwu formom oglądania oraz dwu formom słuchania. **Chodzi o oglądanie** seriali i filmów oraz poradników i filmów instruktażowych. Pierwsze są częściej oglądane z innymi niż drugie (różnica wynosi 6,5%), częściej też w obecności innych (różnica 11,9%). Ta pierwsza też zdaje się silniej uspołeczniać poprzez budowanie relacji paraspołecznych, bo druga częściej jest podejmowana, by rozwiązać jakiś problem techniczny (i w takich kategoriach też definiuje problemy w relacjach z innymi – jako coś, czego rozwiązanie już istnieje i jest proponowane przez eksperta). Chociaż ta druga posiada oczywiście wymiar uspołeczniający, to jednak ten o charakterze technicznym jest dla niej definiujący. **W przypadku słuchania** pierwszą z form, którą chcielibyśmy wyróżnić, jest słuchanie radia, drugą zaś podcastów. Obie praktyki mają raczej towarzyszący charakter, ale pierwsza jest dużo częściej

realizowana niż ta druga (odpowiednio 64% oraz 16% badanych). Ta pierwsza jest też częściej podejmowana wraz z innymi niż druga (razem z innymi realizuje je odpowiednio 12% oraz 1% badanych).

Warto na tym przykładzie przyjrzeć się temu, jakie grupy jednostek praktykują każdą z form. Analizując ich społeczno-demograficzne charakterystyki, dowiemy się, kto chętniej angażuje się w uspołeczniające formy uczestnictwa w kulturze.

Tabela 24. Odsetki osób oglądających wybrane formy przedstawień medialnych w poszczególnych kategoriach społecznych

	Młodzi ²⁹	Starzy	Aktywni zawodowo	Bierni zawodowo	Wielkie miasto	Małe i średnie miasto	Wieś	Kobiety	Mężczyźni	Dobrze wykształceni	Słabiej wykształceni	Ci, którym się wiedzie	Ci, którym się nie wiedzie
Oglądanie filmów i seriali	46%	52%	50%	53%	56%	50%	50%	55%	48%	52%	48%	49%	53%
Oglądanie poradników oraz filmów instruktażowych	20%	6%	11%	7%	7%	13%	8%	7%	12%	8%	11%	9%	10%
Słuchanie radia	18%	54%	48%	46%	43%	49%	50%	48%	47%	51%	40%	50%	48%
Słuchanie podcastów	14%	7%	13%	6%	12%	12%	7%	10%	10%	15%	6%	12%	10%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary).

Zacznijmy od oglądania filmów i seriali. Nie ma tu zasadniczych różnic pomiędzy poszczególnymi kategoriami, jednak widoczne jest, że ta forma aktywności pojawia się częściej tam, gdzie jednostki są bardziej zainteresowane relacjami społecznymi (jak w przypadku kobiet), ale też tam, gdzie uczestnictwo w kulturze rekompensuje częste deficyty tych relacji (jak w przypadku osób starszych, biernych zawodowo, zamieszkujących wielkie miasta, tych, którym się nie wiedzie). Z kolei w przypadku bardziej odspołeczniającej praktyki, jaką jest oglądanie poradników i filmów instruktażowych, mamy do czynienia z przewagą osób, które są aktywne i mierzą się z nowymi problemami (jak osoby młode, aktywne zawodowo), z tymi, na których stereotypowo spoczywa rozwiązywanie problemów technicznych (mężczyźni) lub tymi, którzy muszą radzić sobie sami (jak osoby słabiej wykształcone i te, którym się nie wiedzie).

²⁹ Zastosowano tu uproszczony schemat grupowania jednostek składających się na poszczególne kategorie społeczne, którego rezultatem jest uporządkowanie ich w następujące, skontrastowane zbiory:

- młodzi (osoby do 25. roku życia), starsi (osoby powyżej 55. roku życia);
- dobrze wykształceni (poziom wykształcenia średni + wyższy), słabiej wykształceni (poziom wykształcenia podstawowy);
- wiedzie im się (odpowiedzi: wystarczy nam na utrzymanie i różnorakie przyjemności + nie musimy specjalnie liczyć się z wydatkami), nie wiedzie im się (ledwo wiążemy koniec z końcem + wystarczy nam jedynie na podstawowe potrzeby + wystarczy nam na utrzymanie, ale się nie przelewa);
- duże miasta (miasta powyżej 200 tys. mieszkańców), małe i średnie miasta (miasta do 200 tys. mieszkańców), wieś;
- aktywni zawodowo (osoby pracujące), bierni zawodowo (emerytura, renta, bezrobotni, urlop macierzyński/wychowawczy).

Bardziej dystynktywną praktyką jest słuchanie radia. Wpisuje się ona w tradycyjne modele uczestnictwa w kulturze (nieprzypadkowo zdecydowanie częściej aktywność tę podejmują osoby starsze, mieszkające na wsi oraz w mniejszych miejscowościach i lepiej wykształcone). **Oznacza to też, że uspołeczniająca rola kultury jest silniej wpisana w praktyki uczestnictwa, które wypierane są przez nowe technologie** (jak słuchanie radia, oglądanie telewizji, chodzenie do kina lub teatru). Nieprzypadkowo więc samotnicza praktyka słuchania podcastów jest częściej praktykowana przez młodych ludzi, aktywnych zawodowo i dobrze wykształconych, a więc osoby, które uczestniczą w kulturze, przede wszystkim w zapośredniczony przez nowe media sposób. Nie oznacza to oczywiście, że tego rodzaju modusy kulturowej partycypacji odspołecniają. Przeciwnie, jak pokazują inne dane zgromadzone przez nas, **młodzi ludzie korzystają z kultury najczęściej z pominięciem instytucji kultury, a za pośrednictwem elektronicznych środków komunikacji. To oni są jednak też tymi, którzy najczęściej korzystają z kultury wraz z innymi.** Być może więc współczesne formy uspołeczniania przez kulturę nie wymagają bezpośredniego kontaktu jednostek, współbycia w tej samej przestrzeni, integrowania i współdzielenia atmosfery. Być może też wymiana, szerowanie, komentowanie, granie online wiąże również silnie ze sobą, jak tradycyjne formy kulturowej partycypacji. Niezależnie od tego, jak odpowiemy na te pytania, problematyczny staje się w tych procesach status instytucji kultury i to on powinien być przedmiotem pogłębionej refleksji.

Podsumowanie

Ponad połowa Polek i Polaków na co dzień uczestniczy w kulturze w pojedynkę, zaś większość aktywności kulturalnych urzeczywistniana jest w samotniczy sposób. Po części jest to skutek przestrzennego rozproszenia jednostek ze względów zawodowych lub związanych z nauką, po części rezultat charakteru technologii, po które sięgamy, wymuszających indywidualny sposób korzystania z nich, po części konsekwencja postępującej indywidualizacji oraz przeobrażania kultury w konstelację coraz bardziej wyspecjalizowanych nisz, co sprawia, że trudno znaleźć w bezpośredniej bliskości kogoś, kto podziela nasze zainteresowania. Wszystko to sprawia, że **kultura i uczestnictwo w niej nie tylko łączą, ale też oddzielają nas od siebie.** Co więcej, uzyskane wyniki badań sugerują, że wykorzystuje się ten proces, by separować się od innych. **Trudno jednak oceniać to zjawisko jednoznacznie negatywnie.** Niesie ono za sobą niewątpliwie niepokojące konsekwencje społeczne w postaci narastającej atomizacji, ale nie wiemy też przecież, przed czym jednostki uciekają, zanurzając się w doświadczeniach kulturowych i czy w związku z tym bycie samemu nie jest czasami lepsze dla nich od skazania na opresyjną współobecność innych. Niezależnie od oceny tego zjawiska trudno przeoczyć, że kultura w roli bariery oddzielającej nas od innych, od niechcianej bliskości, zobowiązujących więzi i kontaktów pojawia się stosunkowo często.

Nasze badania pokazały też, jak **doniosłą rolę w procesach uspołeczniania odgrywają instytucje kultury oraz formy kulturowej partycypacji realizowane poza domem.** Wszystko wskazuje na to, że to właśnie w ich ramach najpełniej realizuje się łącząca rola kultury, jej zdolność do aktualizowania więzi. Podczas tego rodzaju aktywności kulturalnych, spośród wszystkich innych, które objęto badaniami, najczęściej jesteśmy razem z innymi. **Tym bardziej**

musi martwić to, że – jak wynika z innych prezentowanych choćby w tezie IV analiz zgromadzonego przez nas materiału – prawie 80% badanych osób uczestniczy w kulturze bez pośrednictwa instytucji kultury. Nie musi to oznaczać, że bardziej satysfakcjonujące są dla nas relacje paraspołeczne zawiązywane z tymi, którzy są bohaterami filmów, gier, książek i seriali, a które to relacje możemy budować samotnie, korzystając z kultury zapośredniczonej medialnie, ale wiele wskazuje na to, że tak się właśnie dzieje.

Jesteśmy też świadkami powolnego wypierania tych modeli codziennego uczestnictwa w kulturze, które jeszcze do niedawna były jego synonimem – oglądania telewizji, słuchania muzyki czy radia, czytania książek itd. Dalecy powinniśmy być jednak od stwierdzenia, że na ich miejsce pojawiają się formuły kulturowej partycypacji, które są w jakiś sposób ułomne, jeżeli chodzi o ich uspołeczniające potencje. Mamy do czynienia raczej ze zmianą modeli uspołecznienia, co niekoniecznie musi oznaczać zapaść tego procesu. Zmianę tę jednak warto uważniej obserwować, bo niesie ona nowe wyzwania dla życia społecznego i dla instytucji kultury.

Temporalności kontekstowych badań uczestnictwa

Mikołaj Lewicki

Zidentyfikowane w trakcie badania aktywności kulturalne właściwie odbywają się niemal w trybie ciągłym, jeśli tylko wyłączyć z nich sen. Gdy wziąć pod uwagę także równoczesność wielu aktywności, można zobaczyć, że dotychczasowe ujmowanie aktywności kulturalnej jako praktyk czasu wolnego dosłownie wycina pokażną ich część z rytmów aktywności oraz ze spojrzenia osób je analizujących.

Wciąż czytamy raczej wieczorem, oglądamy rozmaite formaty telewizji rano i wieczorem, słuchamy raczej rano i po południu, spędzamy czas z innymi i na wydarzeniach kulturalnych raczej w weekendy, ale ciągłe zapośredniczenia dzięki smartfonom, tabletom i komputerom (także służbowym) wyznaczają całkiem nowe praktyki, które odbywają się w „rozszerzonej terażniejszości”³⁰. Określa ona liczne czynności, które krzyżują się, są od siebie współzależne, stanowią dla siebie kontekst. Rozszerzona terażniejszość dopinguje do równoczesności tego, co uprzednio było rozdzielane: czasu pracy i bycia z innymi spoza pracy; opieki i czynności domowych, którym towarzyszą aktywności kojarzone z relaksem; nauki wiązanej z przemieszczaniem się; byciem z innymi w domu, a jednocześnie – samotniczego odpoczynku. Zgodnie z wcześniejszymi ujęciami równoczesność jest rezultatem zarówno procesów indywidualizacji, jak i zmian technologicznych; zdomowienia się i włączenia w codzienny obieg cyfrowych sieci, stale łączących to, co prywatne, z tym, co uprzednio kojarzyliśmy z byciem z innymi w sferze publicznej³¹. Doświadczenie i opis przyśpieszenia czasu towarzyszy całej nowoczesności. Sensem przyśpieszenia pozostawał jednak wyraźny horyzont przyszłości – plany, programy, cele przyświecające instytucjom, organizacjom czy społecznościom³². W „rozszerzonej terażniejszości” przyszłość rozplywa się w wielości współzależnych procesów, które odbywają się równocześnie; mają one zagwarantować otwartą przyszłość – wielość

30 H. Nowotny, *Time. The Modern and Postmodern Experience*, Polity Press, Cambridge–Boston 1994.

31 B. Adam, *Time and Social Theory*, Polity Press, Cambridge 1990; H. Nowotny, *Time...*, dz. cyt.; J. Wajcman, *Pressed for Time. The Acceleration of Life in Digital Capitalism*, University of Chicago Press, Chicago 2014.

32 B. Adam, *Time and Social Theory*, dz. cyt., s. 104–127; M. Lewicki, *Przyszłość nie może się zacząć. Polski dyskurs transformacyjny w perspektywie teorii modernizacji i teorii czasu*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2018; P. Wagner, *A Sociology of Modernity. Liberty and Discipline*, Routledge, London–New York 1994.

wariantów, które są jednak dostępne jednostce, a nie społeczności³³. Taka struktura temporalna utrudnia lub uniemożliwia stworzenie jasnych hierarchii: co najpierw, co później, co ważniejsze i priorytetowe, co zaś – wtórne i późniejsze. To paradoks, bo jak pokazuje Hartmut Rosa, wprowadzane technologie, na przykład cyfrowe (choć to dotyczy także odkurzacza, pralki itp.) miały skracać czas niektórych czynności, zostawiając go więcej do dyspozycji jednostek – użytkowników. Czas społeczny, który stanowi ramę dla badania temporalności, jest w istocie porównywaniem dwóch lub wielu ruchów. Gdy żaden z nich nie ma statusu miary ani obiektywności, tworzy się właśnie rozszerzona terażniejszość. W takim układzie jednostki, społeczności i grupy poszukują „czasu właściwego” (*Eigenzeit*), który byłby zarówno „akurat”, jak i „dla mnie/dla nas”³⁴. Analiza temporalności w badaniach kontekstowych otwiera pole do rozpoznawania wielości czasów, wskazuje na struktury „rozszerzonej terażniejszości” i sugeruje, kiedy jednostki poszukują czasu właściwego. Jego ważnym wymiarem zdają się praktyki kulturowe.

„Czas właściwy” jest kontekstowym zestawieniem tego, co w nowoczesnej temporalności jest sprzeczne: synchronii wielu procesów z desynchronizacją, wynikającą z tego, że... czasu jest zbyt mało lub czasem rządzą określone grupy (np. przełożeni w pracy) bądź instytucje (czas na naukę, czas na opiekę, czas dla liderów opinii). Podstawowym celem tego tekstu jest więc prezentacja czasobrazów (*timescapes*)³⁵, czyli kontekstowych, społecznie konstruowanych zestawień rozmaitych temporalności w różnych skalach. Przedstawione tu zostaną czasobrazy rytmu, równoczesności, asynchronii oraz chronotopii i heterochronii, odniesione zarówno do wybranych praktyk kulturowych, jak i do porządku zróżnicowania społecznego, zawartego w kategoriach analitycznych tego badania. Wskazują, że choć na podstawowym poziomie można dzięki naszym badaniom obserwować zarówno temporalności wybranych grup społecznych, jak i aktywności kulturowe, co pozwala dostosować do tego działania instytucji czy komunikację wokół oferty kulturalnej, ważniejsze wydaje się właśnie zrozumienie czasobrazów, dające wyobrażenie o dynamice i współzależnościach tego, co ludzie robią i w czym uczestniczą.

Rytmy

Pozornie w porządkach temporalnych niewiele się zmienia. Czas społeczny określają cykle dnia powszedniego, weekendu i świąt. Codziennosc określają wciąż pory zdominowane przez pracę (a właściwie – relatywnie mniej intensywne praktyki kulturowe), czas opieki i porządkowania w domu, bycia z innymi oraz czas wolny. Ten ostatni – już wcześniej kwestionowany jako osobna kategoria – obejmuje jednak wiązki praktyk, które co najmniej łączą go z innymi: opieką, pracą, samorozwojem lub byciem z innymi³⁶. Czas wolny jako kategoria definiująca

33 H. Nowotny, *Time...*, dz. cyt., s. 45–74.

34 Tamże, s. 132–158.

35 B. Adam, *Timescapes of Modernity. The Environment and Invisible Hazards*, Routledge, London 2005, <https://doi.org/10.4324/9780203981382>.

36 E. Tarkowska, *Czas w życiu Polaków: wyniki badań, hipotezy, impresje*, Polska Akademia Nauk, Warszawa 1992; M. Lewicki, *Przyszłość nie może się zacząć*, dz. cyt.; C. Strzałocka, *Aranżowanie temporalności: kulturowe praktyki zarządzania czasem*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2025.

autonomiczną aktywność jednostek, poświęcany „dla siebie”, jest raczej próbą porządkowania aniżeli wiernym opisem tego czasu, w którym do tej pory przede wszystkim lokowano praktyki kulturalne, szczególnie związane ze zinstytucjonalizowaną kulturą oraz wyraźną etykietą (np. „oglądanie filmu”, „słuchanie muzyki”).

Zaledwie około 20% praktyk kulturowych w trakcie dnia jest wykonywanych ekskluzywnie, a zatem bez towarzyszenia innych praktyk kulturowych lub czynności, które nie są związane z kulturą. Jednocześnie warto wskazać, że część praktyk kulturalnych zdaje się komponować te rytmy dnia. Poranne słuchanie radia lub oglądanie telewizji jest charakterystyczne dla osób żyjących w rodzinie lub w wieku senioralnym, otwiera dzień. Dla części z nich – raczej osób wykształconych z większych miast – poranek wciąż jest także wyznaczany przez lekturę prasy. Dla osób młodych z kolei poranek nie jest związany ze słuchaniem, lecz z przeglądaniem mediów społecznościowych, samorozwojem (oglądaniem lub słuchaniem materiałów edukacyjnych, poradnikowych, publikowanych w sieciach cyfrowych). Poranki kończą się często podczas podróży lub przemieszczania się do pracy. Słuchanie i oglądanie oraz przeglądanie wyznaczają własny „porządek dnia”: komponowania czasu pracy z pozostawieniem poinformowanym czy odpowiednio nastawionym do planów dnia.

Poranka nie wyróżniają jednak czynności takie jak przeglądanie i czytanie wiadomości w Internecie, ponieważ są one wykonywane właściwie ciągle. Choć dla pracowników biurowych, na etatach przeglądanie wiadomości jest nieco rzadsze, dla pracowników fizycznych, osób opiekujących się innymi oraz uczących się – wymyka się rytmom, a staje się elementem konstytuującym równoczesność. W rytmie dnia istotną funkcję pełni słuchanie, a w istocie raczej – słuchania: radio jest bardziej charakterystyczne dla przemieszczania się lub dnia osób w wieku senioralnym, a intensyfikuje się popołudniami dla tych, którzy kończą pracę. W przypadku ponad 1/3 przedstawicieli zawodów należących do klas niższych (np. wykonujący prace proste, monterzy, robotnicy przemysłowi) radio towarzyszy w pracy. Jest za to generalnie rzadsze wśród młodych (do 25. roku życia). Słuchanie muzyki jako odrębna czynność jest z kolei charakterystyczne dla czasu samorealizacji. I jest częstsze wśród osób z wyższym lub średnim wykształceniem, raczej osób młodych oraz – dla tych, którzy mieszkają z rodzicami lub innymi, niespokrewnionymi. Wówczas zdaje się pełnić rolę separującą, podobnie jak lektura książki, słuchanie podcastów lub audiobooków. Słuchanie podcastów jest raczej aktywnością realizowaną w pojedynkę, także w trakcie podróży oraz – wieczorem. Słuchanie obejmuje zatem aktywności, które są uwspólnione w niektórych grupach (jak słuchanie radia w pracy), charakterystyczne dla określonego czasu (np. słuchanie muzyki wieczorem) lub takie, które są silnie powiązane z czynnościami instrumentalnymi (np. nauka).

O ile pasmo poranne telewizji otwiera dzień w niektórych domach, oglądanie seriali i filmów kończy dzień niemal jako uniwersalna praktyka. Dla jednych dzieje się to między godziną 18 a 21, dla sporej części, szczególnie młodych oraz osób mniej wykształconych, także później, w dzień powszedni. To również aktywność niejednokrotnie dzielona z najbliższymi (partnerami/partnerkami, ewentualnie z dziećmi). Z kolei oglądanie krótkich filmów i reportaży jest podwójnie ekskluzywnie: raczej w pojedynkę i przede wszystkim wśród osób o wyższym

wykształceni i mieszkających w większych miastach. Widać wyraźnie, że właściwie w odniesieniu do większości badanych można mówić o wypieraniu czytania przez przeglądanie lub o współbieżności obu – przeglądanie zamienia się w czytanie. Wieczorem aktywności związane z przeglądaniem mediów społecznościowych krzyżują się nie tylko z przeglądaniem informacji, lecz także z oglądaniem seriali lub słuchaniem muzyki. Jak można się domyślać, uwaga uczestników i uczestniczek kultury jest rozchwiana i podzielna.

Jeśli chodzi o rytm (cykl) tygodnia, wyraźnie widać, że weekend jest z jednej strony czasem na praktyki uspołeczniające oraz odbywające się w instytucjach kultury, w każdym razie – nie w domu. Z drugiej strony to także czas na własne aktywności. Sobotnie poranki, szczególnie dla osób lepiej wykształconych, singli i par oraz rodziców, to czas, który jest zagospodarowywany na indywidualne zainteresowania: pojawia się słuchanie audiobooków, czytanie książek lub materiałów informacyjnych i reportażowych. Aktywności te są jednak wraz z upływem dnia wypierane przez takie, które łączą z innymi, pozwalają na bycie z nimi, a zarazem – na uczestnictwo w kulturze.

Równoczesności

Wielu aktywnościom, nie tylko związanym z kulturą, towarzyszą praktyki, które już na dobre wsiąkły w rytmy codzienności i odświętności. Po pierwsze to ciągłe bycie online. Właściwie nie wiemy, kiedy ma ono charakter samotniczy, a kiedy jest po prostu inną formą bycia z innymi. I tak, „gry i quizy” to czynność, która deklarowana jest jako wykonywana w pojedynkę, przede wszystkim przez mężczyzn o wykształceniu średnim, w dodatku raczej wieczorami. Możemy jednak sądzić, że gra się online, z innymi. Gry i quizy to także oczywiście czynności uspołeczniające, zarówno rodziny (powyżej 35. roku życia), jak i grupy niespokrewnione, szczególnie wśród młodszych. Najbardziej jednak powszechne „równoczesności” to korzystanie z mediów społecznościowych oraz tworzenie treści do nich. Tworzenie ma momenty intensywności, szczególnie dla określonych grup społecznych. Dla młodych rozrywka – a może praca – związana z mediami to raczej początek dnia. Dla pozostałych grup wiekowych, bez względu na przekrój wykształcenia czy status, przygotowywanie materiałów do mediów społecznościowych intensyfikuje się późniejszym popołudniem i wieczorami. Niemniej obie aktywności, podobnie jak słuchanie, odbywają się we wszystkich niemal porach i miejscach. Gdyby przeprowadzić jeszcze bardziej szczegółowy pomiar, obraz zapewne byłby bardziej zróżnicowany, a my dostrzegliśmy rytmy nisz i specyficznych form, do- i odspołeczniania, związane z byciem online. Z innych badań wiemy, że może ono być formą czuwania i współodczuwania³⁷.

Asynchronie

Asynchronie określają stan niedopasowania lub wielości temporalności, które nie mogą być łatwo powiązane, zsynchronizowane. Pojawiają się także w wynikach naszych badań, a ich

³⁷ D. Boyd, *It's complicated. The social lives of networked teens*, Yale University Press, New Haven 2014; M. Filiciak, M. Danielewicz, M. Halawa, P. Mazurek, A. Nowotny, *Młodzi i media. Etnografia cyfrowego świata*, „Kultura Popularna” 1/2010, s. 4–65.

źródłem często są nie tylko technologie, lecz także różnice społeczne. Na początek – ilustracja. Słuchanie podcastów i oglądanie krótkich filmów to czynności właściwe zindywidualizowanym mieszkańcom. Na pierwszy rzut oka podobnie jest z filmami instruktażowymi lub poradnikami, oglądanymi w pojedynkę, popołudniami. Ale tu ważnym wyjątkiem są rodzice, szczególnie z mniejszych miejscowości i mniej wykształceni: podejmowanie tej aktywności popołudniami i w towarzystwie dzieci sugeruje wyraźnie, że chodzi o użytki z filmów dostępnych w sieci w celach edukacyjnych, a raczej – dla uzupełniania edukacji formalnej. A zatem czas nauki i pracy jest w tym kontekście innym czasem, niemieszczącym się ani w czasie opieki, ani relaksu. Trudno także tu mówić o tradycyjnej opiece rodziców nad dziećmi, bo można przyjąć, że w trakcie oglądania rodzice również przypominają sobie, starają się zrozumieć lub nauczyć czegoś, co ich dzieci powinny znać ze szkoły. Tego typu aktywności nie mieszczą się w kategorii czasu wolnego, mają wiele wspólnego z czasem opieki, ale jednocześnie są czasem na samorozwój. Korzystanie z poradników, krótkich filmów o tematyce naukowej lub rozrywkowej wyraźnie zostało włączone do aktywności osób mniej wykształconych z mniejszych ośrodków miejskich.

Podobną asynchronią są wspomniane już we wstępie sposoby separacji poprzez praktyki kulturalne. Zdają się one charakterystyczne dla domów, gdzie panuje ciasnota. Choć ta jest właściwa dla stanu mieszkalnictwa w Polsce w ogóle, w wielopokoleniowych gospodarstwach domowych oraz wśród mieszkających wspólnie (najemcach, np. młodych), reakcja na nią przybiera wyjątkową formę³⁸. Intensywnie słuchają podcastów, oglądają filmy i seriale, słuchają muzyki lub audiobooków te osoby, które mieszkają z innymi – albo rodziną, albo osobami niespokrewnionymi. Z pewnością chodzi przede wszystkim o ludzi młodych, najemców lub gniazdowników.

O ile pierwsza z asynchronii odwołuje się do nierówności w wykształceniu, druga dotyczy deficytów w przestrzeni zamieszkiwania. Trzecia z nich z kolei wskazuje w istocie na konflikt związany z deficytem czasu: chodzi o czas popołudniowy, w większości – czas po pracy, a przed snem. Jest on wypełniony wieloma praktykami, zarówno wpisującymi się w poszczególne kategorie czynności wskazane w badaniu (opieka, relaks, samorealizacja, relacje z innymi, święta), jak i w kategorii aktywności kulturalnych. Popołudnie jest więc „rozszerzoną terażniejszością”, w której zwłaszcza intensywnie mieszają się porządki czasu opieki, bycia z innymi, z możliwościami aktywności kulturalnych. Dla osób szczególnie aktywnych, tzw. wszystkożerców kulturalnych (*cultural omnivores*), to czas łączenia i wiązania – czasu dla siebie z czasem dla innych, czynności instrumentalnych z praktykami kulturalnymi³⁹. O ile nie jesteśmy w stanie na podstawie badań stwierdzić, jak w praktyce te różne aktywności i ich temporalności są ze sobą synchronizowane, możemy z pewnością powiedzieć, że przestało to dotyczyć tylko

38 A. Czerniak, *Mobilność mieszkaniowa w Polsce*, „Studia BAS” 76/2023, s. 85–101.

39 R.A. Peterson, R.M. Kern, *Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore*, „American Sociological Review” 5(61)/1996, s. 900–907, <https://doi.org/10.2307/2096460>.

osób z „wyższych sfer”, tych, którzy się spieszą, w przeciwieństwie do tych „na dole”, którzy albo się nie spieszą, albo czekają⁴⁰.

Równoczesność zatem się rozszerza i jest uspołeczniona: począwszy od dzieci, przez rodzinę, na osobach bliskich, niespokrewnionych kończąc. Rozszerzona terażniejszość kolonizuje przede wszystkim czas odświętny i weekendy. To wówczas przede wszystkim „bycie z innymi” łączone jest z aktywnościami związanymi z kulturą zinstytucjonalizowaną. Spotkania ze znajomymi, wizyta w muzeum, wyjazd za miasto lub pójście na koncert to równoległe aktywności kulturalne, które nie zawsze da się zsynchronizować: na koncercie nie można rozmawiać, czas wolny kolonizuje czas opieki i odpoczynku. Ma to, jak można sądzić, duże znaczenie w polskim społeczeństwie, w którym średnia czasu pracy jest szczególnie wysoka⁴¹. A zatem – gdzie na rozszerzoną terażniejszość praktyk kulturalnych nakładają się praktyki uspołeczniające, ale i separujące; związane z relaksem i dotyczące nauki. I tak, wśród lepiej wykształconych czas niecodzienny (przede wszystkim – weekendy) jest momentem na posłuchanie podcastów lub obejrzenie filmów instruktażowych. To czas wizyty w muzeum, ale także – opieki nad dziećmi.

W naszych badaniach – nieco inaczej niż w badaniach segmentacyjnych uczestników kultury – widać, że dla rodziców priorytetem są potrzeby dzieci: intensywniej się im czyta, zabiera na wydarzenia, umożliwia poznawanie różnorodności praktyk kulturowych⁴². Ta aktywność jednak zamiera, gdy młodzi i młode stają się samodzielnymi osobami. Jednocześnie można sądzić, że populacja uczestniczących będzie się coraz bardziej indywidualizować w swych praktykach i coraz mniej akceptować przedkładanie czasu dla innych nad czas dla siebie.

Chronotopie i heterochronie

Mianem chronotopii określa się kombinację temporalności z miejscem, zaś heterochronii – tworzenie temporalności, która miałaby walor „czasu właściwego”, a jednocześnie stałaby w opozycji do dominujących rytmów i temporalności⁴³. Innymi słowy, chronotopie to takie aktywności, które – pomimo presji czasu – stają się społeczną, umiejscowioną praktyką, która jest oddzielona od głównego nurtu aktywności społecznych, zaś heterochronie są społeczną praktyką odbywającą się wbrew presji czasu; stają się zindywidualizowanymi lub niszowymi praktykami, zanurzonymi w rytmach czasu społecznego, zinstytucjonalizowanego w formie pomiaru (np. czasu pracy) lub rytuałów i zbiorowych działań. Sygnalizuję tu problematykę temporalności, która w naszych badaniach może się ujawniać jedynie poszlakowo, bo właściwością obu tych porządków czasowych jest ich głęboka kontekstualność i znaczenia nadawane przez samych aktorów społecznych.

40 H. Rosa, *Przyspieszenie, wyobcowanie, rezonans. Projekt krytycznej teorii późnonowoczesnej czasowości*, tłum. J. Duraj, J. Kołtan, Europejskie Centrum Solidarności, Gdańsk 2020; J. Wajcman, N. Dodd, *The Sociology of Speed. Digital, Organizational, and Social Temporalities*, Oxford University Press, Oxford 2017.

41 Z. Kowalik, *Zpracowany jak Polak – rzecz o jakości zatrudnienia*, Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa 2023.

42 *Ogólnopolska segmentacja uczestników kultury 2025*, Smartscope, Warszawa 2025, <https://nck.pl/badania/raporty/ogolnopolska-segmentacja-uczestnikow-kultury-2025> (22.02.2026).

43 K. Deckner, *Exploring „Heterochronias”, [w:] Mediated Time. Perspectives on Time in a Digital Age*, eds. M. Hartmann i in., Palgrave Macmillan, London–New York 2019, s. 87–109.

Heterotopijne zdają się coraz bardziej praktyki kulturalne, którym nie towarzyszą inne czynności – są one autoteliczne. Z punktu widzenia temporalności to czas wyjątkowy, w którym praktyka kulturalna wiąże się z wyraźnym nadaniem jej charakteru czasu właściwego. Może nią być słuchanie audiobooka podczas podróży, gdy przemieszczanie się ogranicza wszelkie inne aktywności. Heterotopią może być także wspomniane już czuwanie online – bycie z bliską osobą tylko za sprawą połączeń sieciowych, gdy dzieli nas dystans przestrzenny. Wspólne gry, oglądanie serialu, streaming, przekazywanie zdjęć i nagrań niemal w czasie rzeczywistym byłyby ilustracjami wytwarzanych w ten sposób, podzielanych form współbycia. Widać je w badaniach w – jak można sądzić – pojemnej kategorii czynności wykonywanych w pojedynkę. Będą one towarzyszyły czynnościom, na których skoncentrowana jest tylko jednostka. Wiele z nich odbywa się późnym wieczorem. To między innymi czytanie, oglądanie filmów, słuchanie podcastów. Praktykują to przede wszystkim młodzi, ale nie tylko. Wieczne audycje radiowe czy też podcasty są słuchane intensywniej przez osoby senioralne (powyżej 60. roku życia), pracujące w usługach. Wiele z aktywności odbywa się wieczorami, w pojedynkę, w miastach. Wśród nich znajdziemy także takie aktywności, jak granie na instrumentach, majsterkowanie lub rzemiosło. Jak się wydaje, heterotopie służą nie tylko oderwaniu się od codzienności, lecz także są właśnie czasem właściwym, w którym jednostki próbują doświadczyć czegoś, co nie mieści się w rozszerzonej teraźniejszości.

Kategoria „majsterkowanie, rzemiosło, malowanie, śpiewanie czy gra na instrumentach” może przynależeć zarówno do czasu bycia z innymi, szczególnie w przypadku kobiet, i być wkomponowana w popołudniowy czas wolny, jak i stawać się czynnością samotniczą, szczególnie w dużych miastach oraz wśród mężczyzn, wykonywaną także po pracy, ale raczej w czasie „tylko dla siebie”. Nasze badania nie pozwalają na identyfikację znaczeń nadawanych tym czynnościom, ale pozwalają określić ich kontekst temporalny, a więc – naprowadzać nie tylko na to, kiedy następują poszczególne praktyki kulturalne, lecz także jaki jest ich kontekst społeczny i temporalny. Trudno wskazać na wyraźny początek i koniec poszczególnych aktywności (bo tego badania nie identyfikowały), ale przede wszystkim ustalić, które czynności mają charakter najważniejszych, skupiających większość uwagi użytkowników/uczestników i uczestniczek. Co prawda, książki i filmy mają zakończenia, podobnie jak odcinki seriali, jednak zapośredniczenia związane z nowymi mediami stają się częścią mikroritmów dnia: jazdy do pracy lub na uczelnię, wieczornej separacji czy towarzyskości, w której odcinek serialu lub dokumentu, artykułu lub porady na YouTube może być niedokończony, artykuł – przeskanowany itp. Z tej perspektywy poszczególne rodzaje aktywności, analizowane w tym rozdziale, jak słuchanie czy spotykanie się z innymi, mają zarówno swoje specyficzne rytmy i zagęszczenia, jak i mogą służyć do separacji – znajdowania właściwego czasu, w którym dba się o siebie, ewentualnie – najbliższych.

Pierwszą ilustracją heterochronii byłyby wspomniane już w asynchroniach praktyki separowania się od innych w wieloosobowych gospodarstwach domowych. Można sądzić, że heterochronie pozwalają na negocjowanie obecności. Słuchanie muzyki na słuchawkach, oglądanie filmów, granie w gry komputerowe to aktywności, które angażują w narracje i doświadczenia pozwalające stworzyć w jakimś miejscu autonomiczne światy przeżywane.

Drugą ilustracją heterochronii byłyby liczne aktywności wykonywane późnym wieczorem. Czytanie lub oglądanie „do późna” to doświadczenia, które noszą w sobie cechy „czasu właściwego”, pozwalają na immersję, ale jednocześnie wchodzą w konflikt z rytmem codzienności i współbycia. Niewyspanie, nieobecność, „oderwanie od rzeczywistości” to zapewne tego skutki. Heterochronie nie dotyczą jedynie osób o wyższym wykształceniu, wyższym statusie społecznym, mieszkających w dużych ośrodkach miejskich. Aktywne późnymi wieczorami są również osoby w wieku senioralnym, a także przedstawiciele zawodów o słabszym statusie społecznym, mieszkający w niewielkich miejscowościach i na wsiach. Nie jesteśmy w stanie na podstawie tych badań stwierdzić, na ile praktyki na ogół zapośredniczone przez nowe media są rzeczywiście „samotnicze”, a na ile relacyjne za sprawą cyfrowych połączeń. Możemy jednak stwierdzić, że potwierdzają trop, który pojawił się we wcześniejszych badaniach praktyk kulturalnych klasy ludowej⁴⁴. Praktyki wspólnototwórcze, które uprzednio realizowały dyspozycje do bycia razem czy familiarności, być może przeniosły się do świata online. Z pewnością jednak obraz, który dają nasze badania, odbiega od ustaleń badających współczesne „zmediatyzowane temporalności”⁴⁵. Heterochronie zdają się po prostu temporalnościami, w których jednostki praktykują kulturę na wyłączność. Gdy spojrzeć nie tylko na praktyki „samotnicze” online, można by stwierdzić – z zastrzeżeniem, że to być może zbyt duże uproszczenie – iż praktyki kulturalne oparte na autoteliczności, którym towarzyszy deklaracja samorozwoju, są praktykami poszukiwania właściwego czasu, który – z perspektywy samych poszukujących – stoi w napięciu z innymi rytmemi dnia, czasu standardowego, a także z czasem innych. W tym sensie heterochronie i chronotopie są emanacjami procesów wytwarzania innych znaczeń uczestnictwa w kulturze. Dotyczy to zarówno czynności instrumentalnych, którym nadawane są nowe znaczenia, jak i czynności wyjątkowych oraz zindywidualizowanych, odnoszących się do niszowych aktywności kulturalnych. Z tej perspektywy słuchanie muzyki w wannie, audiobooka podczas podróży, gry online w nocy, słuchanie audycji radiowych późnym wieczorem, tak charakterystyczne (i potwierdzone badaniami) dla osób senioralnych i nieaktywnych zawodowo, to manifestacje wielości czasów właściwych dla praktyk kulturalnych.

Podsumowanie

Aktywności kulturalne są osadzone w rozmaitych temporalnościach. Nasze badania odkrywają przed nami ich wielość. Zanurzenie praktyk kulturalnych w czynnościach codziennych to fenomen, który opisuje struktura rozszerzonej teraźniejszości. Aktywności kulturalne są wkomponowane w wiele innych praktyk, związanych z codziennością – w opiekę nad innymi, pracę zawodową, przemieszczanie się – a jednocześnie są powiązane z innymi rodzajami praktyk kulturalnych. Można więc sądzić, że praktyki równoczesne nie są formą „naddatkowej”, nadmiernej aktywności kulturalnej, lecz raczej – formą nadawania znaczeń czynnościom codziennym. Najprawdopodobniej „gotowanie” jest aktywnością powiązaną z kulturą nie tylko poprzez wykorzystywanie kulinarnych poradników, nawiązywanie do lifestyle’owych treści,

44 M. Gdula, M. Lewicki, P. Sadura, *Praktyki kulturowe klasy ludowej*, Instytut Studiów Zaawansowanych, Warszawa 2014.

45 M. Hartmann, E. Prommer, K. Deckner, S.O. Görland, *Mediated time*, [w:] *Mediated Time*, dz. cyt., s. 1–21.

lecz także może mu towarzyszyć słuchanie lub oglądanie, które do tej pory klasyfikowaliśmy jako formę relaksu czy samorozwoju. To tylko ilustracja dla procesów, które dotyczą wielu codziennych rytuałów i rytmów. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że idąc tym tropem, należałoby odrzucić konstatacje podsumowujące „wiek przyspieszenia”, opierające się na przeciwstawieniu tych, którzy dominują, a nie mają czasu, tym, którzy są zdominowani, a mają nadwyżkę czasu⁴⁶. Nasze badania wskazują, że z jednej strony równoczesność i „rozszerzona terażniejszość” są doświadczeniem relatywnie powszechnym społecznie, z drugiej – są oplecione nieco bardziej złożoną siatką zróżnicowań i niuansów aktywności kulturalnych.

Doświadczenie przyspieszenia i naporu na terażniejszość, jeśli chodzi o praktyki kulturalne, zdaje się doświadczeniem określonej grupy społecznej: to „wszystkożercy” (*omnivores*), których nazywa się także „głodomorami”, uczestniczący bardzo intensywnie w kulturze, właściwie niemal bez wyjątku, w tym sensie, że nie wybierają jedynie aktywności wysoko statusowych, popularnych bądź też – wyłącznie – subkulturowych. To właśnie w tej grupie, co potwierdzają badania, kultura online przenika się z offline, a praktyki nieformalne ze zinstytucjonalizowanymi. Ta grupa jest jednak niszowa z punktu widzenia skali i różnorodności praktyk kulturalnych, w tym sensie, że to nie większość, ale raczej część z uczestniczących w praktykach kulturalnych doświadcza nadmiaru oraz przeżywa deficyt czasu. W innych grupach doświadczenie równoczesności jest być może także intensywne, ale kompozycja z czynnościami instrumentalnymi prawdopodobnie dużo bardziej znośna niż w przypadku „bulimików kultury”. Można sądzić – i to jest zachęta do dalszych badań – że pogłębianie tego, co obejmuje „samotnicze” aktywności online, oraz rekonstrukcja sensów nadawanych temu, co jawi się przede wszystkim jako codzienna banalność czynności instrumentalnych, a towarzyszą mu/im praktyki kulturowe, odsłonią przed nami nowe znaczenia partycypacji w kulturze.

46 H. Rosa, *Przyspieszenie, wyobcowanie, rezonans...*, dz. cyt.

Media: maszyny uspołecznienia?

Mirostław Filiciak

Wraz z wdzieraniem się nowych technologii komunikowania w kolejne sfery życia zmieniają się budowane wokół nich praktyki społeczne. Jedną z tych zmian – bardzo wyraźnie widocznych w zgromadzonym przez nas materiale – jest wzrost swobody użytkowników i użytkowniczek w kształtowaniu swoich doświadczeń medialnych. Ten proces rozpoznawano już od lat 90., a jednym z jego przejawów był kryzys badań publiczności. Wyłoniły się one w sytuacji, w której dostęp do przekazywanych przez media treści regulowały decyzje nadawców, co wynikało z kształtu medialnej infrastruktury. Jej paradygmatycznym elementem był telewizor, równocześnie włączany w codzienne praktyki i uosabiający liczne ograniczenia. Nietrudno było wskazać na sytuację „oglądania telewizji”, bo z wyjątkiem tych sytuacji, gdy telewizor stanowił medium tła (przeważnie poza przestrzenią domu – w poczekalni, w barze lub w sklepie, gdzie musiał wpisać się w obowiązujące w danej przestrzeni społeczne konwencje⁴⁷), oglądanie programu opierało się na łatwo uchwytej praktyce: zasiadaniu przed odbiornikiem, na którego ekranie można było oglądać wybrane z ograniczonego programu treści, dostosowując czas odbioru danej audycji do narzuconej ramówki. Ta sytuacja zaczęła zmieniać się stopniowo wraz z pojawieniem się magnetowidów, telewizji satelitarnej i wreszcie Internetu. Doprowadziło to do rozproszenia publiczności – do jej fragmentaryzacji na mniejsze grupy, ale też do zanikania statusu wyjątkowego momentu, w którym można było stać się „publicznością”⁴⁸.

Proliferacja treści i kanałów dostępu do nich sprawiła, że w kolejnych dekadach to rozproszenie zyskało jeszcze inny wymiar: rozproszenia uwagi związanego z tym, że w dominującym dziś modelu „na żądanie” treści medialne są nie tylko dostępne za pośrednictwem wielu kanałów i urządzeń, lecz także nieustannie oczekują, by je konsumować. W sytuacji gdy rolę telewizora przejmuje smartfon, przez swą mobilność zapewniający dostęp do treści nie tylko podczas przebywania w sferze prywatnej, czas i miejsce tej praktyki pozostają kwestią wyboru. Oczywiście nie jest to wybór całkowicie autonomiczny – naiwnością byłoby uznanie, że nasza dieta medialna to wyłącznie nasza decyzja, a pośrednicy w postaci nadawców zniknęli.

47 A. McCarthy, *Ambient Television. Visual Culture and Public Space*, Duke University Press, Durham 2001.

48 N. Abercrombie, B. Longhurst, *Audiences*, SAGE, London 2003, s. 68–76 (pierwsze wydanie 1998); zob. także I. Ang, *Desperately Seeking the Audience*, Routledge, London 1991, s. 12–20.

Zmieniła się raczej logika tego obszaru, podobnie jak zmienili się jego najważniejsi gracze. To dziś głównie, sięgając po język unijnych regulacji, bardzo duże platformy internetowe, które polecają treści, opierając się na technospołecznej infrastrukturze obejmującej wybory jednostki, jej znajomych, ale też uwzględniając nie w pełni transparentne działania algorytmów rekomendacyjnych, obsługujących przecież także zlecenia biznesowe. Można uznać, że algorytmy przejmują dziś w znacznej części funkcje kuratorskie, które kiedyś pełniły publiczne instytucje kultury. Wyzwania stojące przed instytucjami dotyczą jednak jeszcze innej kwestii: chodzi nie tylko o możliwość kształtowania preferencji jednostek i grup, ale też po prostu o rywalizację o ich uwagę. Czytanie, oglądanie, słuchanie lub przeglądanie pozostają czynnościami, które w niewielkim tylko stopniu można delegować na elektronicznych asystentów, w większości przypadków pochłaniają one zaangażowanie (choćby częściowe) oraz czas czytelników, widzów, słuchaczy. A czas jest przecież ograniczony, doba wciąż ma tylko 24 godziny. Odpowiedzią jest wielozadaniowość. W przywoływanych przeze mnie czasach klasycznej telewizji rozproszenie uwagi pomiędzy różne media i czynności było raczej wyjątkiem niż regułą. Dziś wydaje się standardem, podsuwając pytania o potrzebę uchwycenia w badaniach poziomu dzielonych między wiele ekranów uwagi i zaangażowania.

Jeszcze w roku 2014, w stawiającym sobie zbliżone cele badaniu *Praktyki kulturalne Polaków*, w kwestionariuszu ankiety pojawiało się pytanie *Czy zdarza się Panu/Pani robić „dwie rzeczy naraz” (wykonywać kilka czynności jednocześnie)?*⁴⁹. Była to wówczas pewna nowość w myśleniu o sposobach korzystania z kultury, jednak pozytywnie odpowiedziało aż 57% ankietowanych, przy czym wyraźnie częściej multitasking deklarowały osoby do 35. roku życia. W obecnym badaniu, późniejszym zaledwie o nieco ponad dekadę, równoległe wykonywanie różnych czynności jest traktowane jako oczywistość; jest jedną z osi jego konstrukcji, której zasadność potwierdzają uzyskane wyniki. Wpisuje się to w jedną z ważnych tez tego raportu: wskazanie na prymarnie codzienny charakter uczestnictwa w kulturze, ukazanie praktyk łączenia go z innymi czynnościami. Ujawnia to również istotne wyzwanie, także stojące przed badaniami. Tempo dokonujących się zmian modeli uczestnictwa w kulturze jest ogromne, bo przecież nie chodzi tylko o to, że wcześniej nie dostrzegano stojącego przed ekranem telewizora talerza z parującą zupą, ale też o wspomnianą całodobową presję na monetyzację uwagi odbiorców. A przecież nawet w obrębie treści angażujących ten sam zmysł wzroku przełączenie się między ich źródłami i rodzajami może trwać ułamek sekundy: mogą być one otwarte w różnych zakładkach lub aplikacjach na tym samym ekranie albo dostępne na ekranach, które ze sobą sąsiadują (jak np. telefon leżący obok laptopa). Warto więc się zastanowić, jak poradzić sobie z dewaluacją kategorii „medium tła”, zakładającej pewną wyjątkowość sytuacji, w której treści przyswajane są nieuważnie, kątem oka, w trakcie innych działań. Ta dewaluacja nie musi przy tym oznaczać zaniku hierarchii realizowanych aktywności – choć refleksja na ten temat nie musi być oczywista nawet dla osób, które te czynności wykonują.

49 M. Filiciak, *Praktyki medialne Polaków*, [w:] *Praktyki kulturalne Polaków*, red. R. Drozdowski i in., Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2014, s. 247.

Kolejny istotny kontekst analizy społecznej roli mediów stanowi dokonująca się (oczywiście nie po raz pierwszy w historii) redefinicja nie tylko podejmowanych wokół nich praktyk, lecz także funkcji pełnionych przez środki przekazu. Przywoływany już smartfon pokazuje, że coraz trudniej sporządzić zamknięty katalog funkcji powiązanych z mediami. Zgodnie z zaproponowaną przez Stiga Hjarvarda definicją jesteśmy dziś świadkami postępującej mediatyzacji, a więc procesu, w którym „kluczowe elementy aktywności społecznej lub kulturowej (jak praca, odpoczynek, zabawa itp.) przyjmują formę mediów”⁵⁰. W kolejnych tekstach Hjarvard rozszerzył tę perspektywę, wskazując, że media nie tylko zostają wplecione w działania różnych instytucji społecznych, ale same też stają się – włączając się w zasygnalizowany tu trend – takimi półautonomicznymi instytucjami⁵¹. Rozszczelnia to rzecz jasna myślenie o praktykach medialnych, ponieważ coraz trudniej znaleźć takie sfery aktywności, w których media byłyby nieobecne; to już nie tylko obejrzenie filmu lub serialu, ale też nie tylko wysyłanie wiadomości. To też wsparcie w wyznaczeniu trasy do celu, sprawdzenie pogody lub kupno biletu na koncert, bo granica między przeglądaniem a kupowaniem także bywa płynna. W katalogu mogłoby się znaleźć także sprawdzanie liczby wykonanych kroków czy uruchomienie aplikacji randkowej, a więc działania wykraczające poza prostą logistykę dnia codziennego, które można powiązać z Foucaultowskimi technologiami siebie – z zarządzaniem swoim „ja”, mobilizacją do realizacji wyznaczonych sobie celów, ale też po prostu z urefleksyjnieniem „bycia sobą”⁵². Jednostki korzystają dziś z mediów do pomocy w dyscyplinowaniu ciała, kwantyfikowaniu swoich działań, a wobec poszerzających się wpływów kultury terapeutycznej również do zarządzania swoimi emocjami czy świadomego odcinania się od innych ludzi. To ostatnie można połączyć zresztą z kolejnym zjawiskiem, które sprawia, że media trudno wiązać dziś wyłącznie z kategorią ekranu (często osobistego i mobilnego), bo istotnym elementem praktyk medialnych – analizowanym osobno w tym raporcie – staje się ich wymiar audialny, powiązany nie tylko z ekranami. Słuchanie relatywnie łatwo łączyć z innymi działaniami, także tymi angażującymi wzrok, ale można go też używać do izolowania się od bodźców zewnętrznych czy – używając odmiennego języka – indywidualnego wyciszenia (znaczący jest tu ogromny wzrost rynku słuchawek, którego wartość w ciągu sześciu lat uległa niemal podwojeniu)⁵³. W tym miejscu poprzestańmy jednak po prostu na uwadze, że choć podział na bycie offline i online jest od zawsze problematyczny, to w kontekście instytucjonalnej ramy tego raportu warto zaznaczyć, że tak jak logiką medialnych ekosystemów jest zamykanie użytkowników i użytkowników w obrębie usług oferowanych przez jedną platformę, tak z perspektywy jednostki coraz trudniej znaleźć takie wymiary funkcjonowania, które nie mogłyby – lub nie musiały – zostać wzbogacone przez media jako takie. Kurczy się przecież katalog sytuacji, w których rażącym nietaktem byłoby na przykład zerknięcie na

50 S. Hjarvard, *From Bricks to Bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry*, [w:] *European Culture and the Media*, eds. I. Bondebjerg, P. Golding, Intellect, Bristol 2004, s. 48.

51 S. Hjarvard, *The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change*, „Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook” 6(1)/2008, s. 30.

52 M. Jacyno, A. Nowotny, *Technologie cyfrowe a techniki self*, [w:] M. Filiciak i in., *Młodzi i media. Nowe media a uczestnictwo w kulturze*, SWPS, Warszawa 2010, s. 61–65.

53 Credence Research, *Global Earphones and Headphones Market 2018 to 2032*, <https://www.credenceresearch.com/report/headphones-and-earphones-market> (22.02.2026).

ekran telefonu – a impuls do tego spojrzenia nie płynie przecież zazwyczaj z konieczności. Prywatny ekran to zawsze możliwość zobaczenia czegoś interesującego, wyselekcjonowanego przez algorytm pod kątem oczekiwań użytkownika. Wracając do telewizyjnych analogii – widzowie telewizji mogli (i nadal mogą) chcieć obejrzeć konkretny program, ale też po prostu „pooglądać telewizję”. W wypadku dominującego dziś w Internecie formatu krótkiego wideo prezentowanego w postaci „rolek” komponowanych przez algorytm to rozróżnienie ulega zatarciu. Za każdym rzutem oka na ekran stoi obietnica, że zobaczymy to, na co mamy ochotę. To jeden, choć nie jedyny, z tropów interpretacyjnych dla analizy jednego ze zjawisk wyraźnie widocznych w badaniu: jednostki nie tylko odwracają się od instytucji, ale też w przeważającej części uczestniczą w kulturze samotniczo.

W raporcie pokazujemy rolę mediów jako głównej siły napędzającej deinstytucjonalizację uczestnictwa w kulturze, ale też jako narzędzi przyjmujących nowe role. Jednak różne grupy inaczej używają mediów, a wpływ ma na to przede wszystkim wiek. Jak wspomniałem wcześniej, odmienne logiki korzystania najlepiej ilustruje zestawienie popularności telewizora i telefonu. Aby znaleźć grupę, w której większość deklaruje, że wczoraj oglądała telewizję, musimy sięgnąć do kohort w wieku 50+. Telefon, za sprawą swych zróżnicowanych funkcji, jest bardziej egalitarny, ale odsetek osób korzystających z niego oczywiście spada wraz z wiekiem. Takich różnic nie znajdziemy w odniesieniu do innych urządzeń, znów zapewne ze względu na różne możliwości ich zastosowań, choć nie tylko – chyba też w związku z komplementarnością ich użycie z innymi interfejsami. Stąd na przykład użycie komputera deklarowało 38,4% z grupy 25–34 lata i 51,8% osób w wieku 60+. Smartfon zapewne jest bliższy praktykom młodszej generacji, a komputer starszej, choć znów ostrożność nakazuje poczynić zastrzeżenie: jak w kontekście zdalnej edukacji przypomniawszy pandemia, dostęp do komputera nie jest równo rozdystrybuowany we wszystkich polskich gospodarstwach domowych.

Warto ten obraz uzupełnić jednak o informacje na temat praktyki dostępu do treści: oglądania filmów i seriali. Telefonu i tabletu (które w tym pytaniu traktowane były łącznie) używa w tym celu ponad 55% osób w wieku do 34. roku życia. Starsze kohorty robią to rzadziej: wśród osób w wieku 35–49 lat to już tylko 41,9%, a 50–59 lat – 36,8%. Jeszcze większe dysproporcje widoczne są w przypadku telewizora: oglądanie filmów lub seriali z jego użyciem deklaruje zaledwie 29,4% najmłodszej badanej przez nas grupy, podczas gdy wyniki dla kolejnych kohort to 46,4%, 60,7% i 79,4%. Minimalny spadek widać w grupie 60+, z wynikiem 77%. Jak można dostrzec, także w wypadku formatów tradycyjnie związanych z telewizją zmienia się sposób odbioru – nawet jeśli trudno przewidzieć, jak wielu dzisiejszych młodych użytkowników wraz z prawdopodobną zmianą stylu życia w przyszłości wciąż będzie preferować mniejszy ekran. Otwarte pozostaje też pytanie o preferencje estetyczne czy wręcz możliwość długotrwałego skupienia uwagi; z innych źródeł przecież wiemy, że za sprawą sukcesu TikToka dominującym dziś formatem internetowym są krótkie „rolki” z treściami wideo. W konsekwencji nawet serwisy, dla których inne funkcje mogłyby wydawać się dominujące, stały się w ostatnim czasie przede wszystkim dystrybutorami krótkich klipów. Ponad 80% czasu spędzanego przez użytkowników w serwisie Facebook jest poświęcane na oglądanie treści wideo,

w wypadku Instagrama jest to ponad 90%⁵⁴. Spośród około 30 milionów polskich internautów korzystających ze smartfonów i tabletów blisko połowa odwiedza TikToka (spędzając tam przeciętnie ponad 21 godzin w miesiącu). Usługi firmy Meta – a więc Facebook i Instagram – mają zasięgi na poziomie ponad 83% grupy internautów (czas spędzony w aplikacjach firmy to w miesiącu ponad 25 godzin)⁵⁵. Pomijając jednak spekulacje na temat przyszłości tego trendu, trudno nie zauważyć, że przemiany sposobów korzystania z treści wideo – tych bardziej tradycyjnych, jak filmy i seriale, ale też „rolek” – ma wyraźne konsekwencje społeczne: intensyfikację pozadomowych sposobów korzystania z treści, ale też nieodwołalną już chyba śmierć McLuhanowskiej wizji telewizora jako ogniska, przy którym spotyka się rodzina. Mobilność i personalizacja sprawiają bowiem, że nawet jeśli media wciąż mogą być źródłem treści łączących różne wspólnoty, choćby dostarczając kapitału konwersacyjnego, to jednak poza wyjątkowymi sytuacjami (jak wydarzenia sportowe czy nagłe wydarzenia pokazywane na żywo) treści konsumowane są zazwyczaj w pojedynkę⁵⁶.

To wątek związany z czwartą tezą tego raportu – choć wydawać by się mogło, że media z założenia łączą, to w istocie często separują swoich użytkowników od innych. Dotyczące tej kwestii dane chyba jednak zaskakują: spośród osób, które zadeklarowały, że dzień wcześniej oglądały film lub serial (34,1% próby), oglądanie go z kimś deklaruje średnio co dziewięć osób, a w obecności innych – co czwarta. Najniższe wartości zarejestrowano dla osób najmłodszych (5,8% w grupie 18–24 lat) i, co ciekawe, choć różnice nie są duże, najstarszych (9,1% dla 60+ lat), co dodatkowo problematyzuje to zjawisko, pozwalając zastanowić się, na ile zmiany medialnego ekosystemu są tutaj przyczyną, a na ile wpisują się w inne zjawiska społeczne, związane choćby z samotnością. To kolejny wątek wart dalszej eksploracji, bo brak dostępu do towarzystwa rzecz jasna w inny sposób dotyka osób młodych, inaczej starszych, a zarazem nie można tego zjawiska sprowadzać do różnic w wielkości grup rówieśniczych – bo przecież zapewne bywa też konsekwencją wyboru. Nawet jednak uwzględnienie pozamedialnych kontekstów nie unieważnia pytań o konsekwencje tej sytuacji. Zapewne niegdysiejsze domowe „walki” o pilota do telewizora były manifestacją rodzinnych hierarchii, a podejmowane repertuarowe kompromisy nie satysfakcjonowały wszystkich. Dzisiejsza indywidualizacja ekranów sprawia jednak, że oglądanie coraz rzadziej staje się pretekstem do spotkania. Pewną nadzieję przynosi tu poszerzenie spektrum oglądanych formatów i skierowanie pytania o to, kto realizował te czynności wyłącznie do osób, które mieszkają z kimś: okaże się wtedy, że odpowiedź „tylko ja” wybierze wówczas nieco ponad 1/3 ankietowanych widzek i widzów. W przyszłości warto przyglądać się tym procesom, nie tylko ze względu na powiązane z nimi zagrożenia dla idei i praktyki kultury jako społecznego spoiwa. Także dlatego, że jak wspominałem wcześniej, być może pewnych czynników nie

54 Za: D. Maikowski, *Koniec social mediów?*, „Gazeta Wyborcza”, 16.10.2025, <https://next.gazeta.pl/next/7,151243,32322488,koniec-social-mediow-staly-sie-szambem-internetu-przyznaje.html> (22.02.2026).

55 Za: T. Wojtas, *Wydawcy zyskali po wakacjach*, „Wirtualne Media”, 8.10.2025, www.wirtualnemedi.pl/najpopularniejsze-serwisy-i-aplikacje-mobilne-w-polsce-wyniki-we-wrzesniu-2025-roku,7208367795739584a (22.02.2026).

56 Temat powiązania indywidualnych praktyk kulturalnych z towarzyskością, w tym kwestia kultury pełniącej rolę tematu rozmów, poruszony został w opracowaniu *Aktywność kulturalna a towarzyskość* – zob. A. Głowacki, *Aktywność kulturalna a towarzyskość. Komunikat z badania Narodowego Centrum Kultury*. Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2025.

dostrzegamy, a podział na zanurzony w ekranach ogół i z drugiej strony nieliczną grupę osób, które uczestniczą w instytucjonalnym obiegu kultury, manifestując tym samym swój status, może być uproszczeniem. Podobnie zresztą jak rozdział pomiędzy „nowoczesnymi młodymi” i podążającymi ich śladem starszymi kohortami. Może to wynikać z ograniczeń badania ilościowego na reprezentatywnej próbie, które musi koncentrować się na pytaniach o sposób dostępu, a nie o wybierane treści.

Spróbujmy jednak przyrzeć się innym formatom, szukając w tych praktykach śladów aspiracyjnego myślenia o mediach jako narzędziach poszerzania wiedzy o świecie. Oglądanie podcastów, reportaży i materiałów edukacyjnych zadeklarowało 11,4% ankietowanych, w tym częściej osoby młodsze, lepiej sytuowane i aktywne, jeśli chodzi o uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych – co oczywiście potwierdza rozpoznania, że obok realizacji celów edukacyjnych, takie podejście do treści jest powiązane z kapitałem kulturowym. Podobne prawidłowości możemy znaleźć też w kontekście nieco bardziej popularnych poradników i filmów instruktażowych, których niedawne oglądanie zadeklarowało 15,3% ankietowanych. To zasięgi znacznie mniejsze niż w przypadku choćby najbardziej pojemnej kategorii oglądania materiałów w mediach społecznościowych, którą praktykowało 41,1% ankietowanych (dwukrotnie częściej podejmowały je osoby młode niż stare). Przeglądanie, obok słuchania muzyki, pełni dziś chyba po części rolę tekstury codzienności, jak swego czasu telewizor – 56,3% przeglądających łączyło je z oglądaniem, 44,8% ze słuchaniem, 49,1% z czytaniem/przeglądaniem.

Wyniki badania pokazują też zmierzch mediów jako zegara społecznego. Spadek popularności telewizji i dostęp do mobilnych ekranów sprawiły, że poza wczesnym porankiem i późnym wieczorem ekrany są obecne w życiu większości ankietowanych przez cały czas, w przypadku ogromnej większości społeczeństwa odsyłając do lamusa tradycyjne cezury, jak na przykład jedzenie posiłku „po pracy” w trakcie emisji „Teleexpressu”. Od tej reguły znaleźć można nieliczne wyjątki, jak mocne ograniczanie użycia mediów w godzinach 12–15 przez osoby z wykształceniem zawodowym, ale też przez mieszkańców wsi i małych miast. To ważne zastrzeżenie: wypełnianie doby kontaktem z ekranami ma swoje granice, zwłaszcza jeśli chodzi o osoby pracujące fizycznie. Innym elementem, w odniesieniu do którego media można potraktować jako marker nierówności społecznych, są oczywiście podziały genderowe – kobiety średnio o 10 punktów procentowych częściej od mężczyzn łączą oglądanie, słuchanie i czytanie/przeglądanie z czynnościami instrumentalnymi, co nietrudno powiązać z różnicami w obciążeniu kobiet obowiązkami domowymi i pracą opiekuńczą⁵⁷. Mężczyźni z kolei znacznie częściej łączą oglądanie (34% wobec 21% kobiet) i czytanie/przeglądanie (27% wobec 19% kobiet) z czynnościami społecznymi.

Bez wątplenia istotnym zjawiskiem związanym z przemianami mediów jest też wykorzystywanie ich mobilności. Kontakt z treściami wypełnia czas spędzany na przemieszczaniu się: ponad połowa ankietowanych zadeklarowała, że ostatnio słuchała w tym czasie muzyki lub radia.

57 Zob. Ł. Baszczak i in., *Podział obowiązków domowych i jego konsekwencje dla dzieciństwa*, „Working Papers” nr 2, Polski Instytut Ekonomiczny, Warszawa 2025; M. Haponiuk i in., *Budżet czasu ludności w 2023*, GUS, Warszawa 2025.

W trakcie przemieszczania 55,1% podróżujących czyta media społecznościowe; 43,6% ogląda materiały w mediach społecznościowych; a 45,7% tej grupy czyta/przegląda informacje w Internecie. Wydaje się, że ekrany zastępują tu częściowo media drukowane: łączne odpowiedzi twierdzące dla czytania w tym czasie książek, prasy lub komiksów osiągnęły poziom 24,9%. Nie oznacza to jednak, że czytanie jest czynnością wyłączoną z przemian, raczej jest po prostu elitarne, zadeklarowała je przecież zaledwie 1/4 badanych. Te osoby łączą czytanie z innymi aktywnościami: 28,8% czytających łączyło je z oglądaniem; 27,1% ze słuchaniem, a 1/3 z czytaniem i przeglądaniem Internetu. Może dlatego popularności nie zdobyły wyłamujące się z logiki wielozadaniowości, służące wyłącznie lekturze czytniki e-booków; ich użycie zadeklarowało zaledwie 2,5% badanych. Ta praktyka jest oczywiście skorelowana z czytaniem, stąd osoby z wykształceniem wyższym deklarują czytanie z użyciem czytników jedenastokrotnie częściej od osób niewykształconych.

Mobilność i wszechobecność mediów to jednak nie tylko konsumpcja w ruchu, to także możliwość zabrania swoich treści „na wynos”, stąd aktywności medialne łączone są choćby z realizacją obowiązków związanych z nauką i pracą: aż 84,2% deklaruje w tym czasie słuchanie, niewiele mniej czytanie/przeglądanie (75,8%) i oglądanie (70,4%). Powszechność mediów i dominujący sposób wykorzystywania ich w trybie towarzyszącym sprawia, że także aktywności powiązane z tworzeniem treści – w badaniu ujęte w szeroką kategorię robienia zdjęć, nagrywania filmów i tworzenia treści do mediów społecznościowych – splottły się z innymi działaniami. Może nie tyle codziennymi, ile odświętnymi, bo 1/3 z 16,2% ankietowanych, które odpowiedziały twierdząco na pytanie o działania twórcze, wiązała je z czynnościami nadzwyczajnymi: udziałem w uroczystościach i różnego rodzaju wyjściami. Blisko połowa wiązała je też ze sferą pozadomową, co koresponduje zresztą z tym, że osoby „trochę aktywne” w wydarzeniach wskazywały na te działania częściej nie tylko od nieaktywnych, ale też bardzo aktywnych. Wydaje się, że dla większości osób tworzenie treści do publikacji związane jest z sytuacjami wyjątkowymi, które chcą upamiętnić lub którymi chcą się po prostu pochwalić. Działania tego typu zauważalnie częściej podejmowane są w weekend (19,9%) niż w tygodniu (12,4%). Nie dziwi, że w tej kwestii aktywniejsi są młodzi (27,6% próby) niż starzy (10,8%).

Rysujący się w wyniku badania obraz praktyk medialnych potwierdza nasilenie trendów diagnozowanych wcześniej w innych raportach, choć bez wątpienia oprócz odpowiedzi dostarcza też nowych pytań⁵⁸. Media są ważniejsze dla młodszej części populacji – można chyba powiedzieć, że młodzi są szczególnie silnie zżyci z mediami, ale poza tym są one wykorzystywane w podobnej skali bez względu na płeć, wykształcenie, wielkość miejsca zamieszkania, aktywność kulturalną czy położenie materialne. Czy oznacza to, że media znoszą różnice w korzystaniu z kultury związane z nierówną dystrybucją kapitału kulturowego w społeczeństwie, stając się ostatecznym narzędziem likwidacji barier dostępności? A może

58 Już w cyklu raportów *Diagnoza społeczna. Warunki i jakość życia Polaków* (red. J. Czapiński, T. Panek; <http://www.diagnoza.com>) publikowanych w latach 2000–2015 widać było, że polski Internet od swych początków był przede wszystkim medium ludzi młodych. Z kolei raport *Nastolatki 3.0* (red. R. Lange, NASK, Warszawa 2023) pokazał, że wydłuża się czas, jaki młode osoby spędzają w sieci.

po prostu nie udaje nam się jeszcze dostrzec różnic związanych z odmiennymi sposobami użycia tych samych kanałów dostępu? Jak wspominałem, warto się nad tą kwestią zastanowić i poszukać w obrębie praktyk medialnych wyraźniejszych różnic klasowych. Wiąże się to oczywiście z pytaniem o takie rodzaje treści i sposoby dostępu do nich, które powinny być promowane w politykach publicznych – pytaniem kłopotliwym o tyle, że ostatnie dekady to raczej czas intensywnego myślenia o uczestnictwie i narastającej świadomości, że wszelkie kanony niosą ryzyko budowy zbiorowej podmiotowości opartej na wykluczeniu. Biorąc jednak pod uwagę niepokojące wyniki badań poziomu kompetencji polskiego społeczeństwa, między innymi w zakresie rozumienia tekstów⁵⁹, chyba musimy tę dyskusję rozpocząć, nawet jeśli na przykład promowanie lektury książek zamiast oglądania rolek na TikToku można przedstawić w kategoriach klasizmu i przemocy symbolicznej. Wobec centralizacji i platformizacji Internet częściej niż przestrzenią emancypacji staje się jednak obszarem działania bezwzględnej logiki neoliberalnego rynku i wielkich zagranicznych korporacji. A jeśli sprawstwo instytucji państwa jest tu ograniczone, to tym bardziej znaczenia nabierają kompetencje użytkowników – bez nich ludzie stają się po prostu bezbronni wobec manipulacji.

Równie istotnym wyzwaniem jest bardziej dogłębne rozpoznanie mechanizmów społecznych towarzyszących medialnemu zapośredniczeniu kultury – czy faktycznie staje się ono paliwem atomizacji, a jeśli tak, to jak jej przeciwdziałać? Czy instytucje kultury powinny powrócić do wyszydzanej niegdyś „festiwalozoy”, kładąc nacisk na możliwość spotkania ludzi we wspólnej przestrzeni? A może ekranowa dominacja wynika ze skomplikowanej logistyki zapracowanej codzienności, w której po prostu nie ma czasu dla innych, a jeśli już pojawi się w weekend, to pierwszeństwo ma rodzina? Skomplikowałyby to narracje o stopniowym zastępowaniu tradycyjnych więzi nowymi sposobami bycia razem, ale skoro ślady konserwatyizmu społeczeństwa widać w genderowych różnicach w łączeniu korzystania z mediów z innymi działaniami, to może nie należy się dziwić, że znajdujemy je także tutaj? Temat wydaje się tym bardziej istotny, że przecież coraz większą popularność zyskują usługi opierające się na tzw. sztucznej inteligencji (AI). We wrześniu 2025 roku liczba polskich użytkowniczek i użytkowników ChataGPT zbliżyła się do 9,5 mln⁶⁰. Oznacza to, że nie tylko coraz większa część dostępnych treści będzie tworzona przy użyciu AI, ale też że jej działanie będzie coraz częściej obecne w interakcjach między jednostkami – nie zawsze ze świadomością, że odbierane teksty, dźwięki i obrazy nie są tworzone tradycyjnymi metodami. Niesie to ryzyko głębszej depersonalizacji doświadczania kultury, ale też niebezpiecznych nadużyć. To również problem dla twórców, których praca będzie poddawana dalszej presji i dewaluacji⁶¹.

Nawet nie rozwiązanie tych kwestii, ale już samo wywarcie w tych obszarach jakiegokolwiek wpływu czy choćby rozpoczęcie szerszej dyskusji o nich byłoby ogromnym sukcesem instytucji kultury. Trudno jednak znaleźć dziś przestrzeń dla wspólnotowych narracji i niełatwych dyskusji,

59 M. Sitek, *Uczenie się dorosłych w Polsce. Raport tematyczny z badania PIAAC 2023*, Instytut Badań Edukacyjnych – Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa 2025.

60 T. Wojtas, *Rekord ChataGPT w Polsce*, „Wirtualne Media”, 10.10.2025, <https://www.wirtualnemedia.pl/rekord-chatagpt-w-polsce-zostawil-w-tyle-kilka-duzych-portali,7208977065229248a> (22.02.2026).

61 M. Filiciak, K. Piwowar, *Młoda kultura: nowe media i języki. Opracowanie dla wspólnego Kongresu Kultury*, Warszawa 2024, <https://nck.pl/projekty-kulturalne/kongres-kultury/-/materialy-kongresowe> (22.02.2026).

niezbędnych do uzyskania realnych społecznych efektów wynikających z zapisów nowych europejskich regulacji medialnych, takich jak Digital Services Act, Digital Markets Act i AI Act. Paradoksalnie wsparciem może być język kultury terapeutycznej, rozlewający się na kolejne grupy społeczne. Nie wzmacnia on wprawdzie myślenia w kategoriach „my”, ale zachęca jednostki do urefleksyjnienia relacji z mediami – zazwyczaj z konkluzją, że zbyt długi czas ekranowy nie jest dobry dla naszego dobrostanu. Poszukajmy więc wspólnie alternatyw.

Od kultury na ekranie do kultur ekranów

Maciej Frąckowiak

Wstęp

Zapoznając się z wnioskami z badań fokusowych przeprowadzonych przez firmę badawczą Research Collective na użytek wspólkongresu Kultury, z jednej strony z młodymi osobami zajmującymi się tworzeniem i organizowaniem kultury, z drugiej – z lokalnymi działaczami i działaczkami oraz decydent(k)ami kultury w średnich i małych polskich miastach, można zauważyć charakterystyczne napięcie dotyczące znaczenia i sposobów korzystania z technologii cyfrowych⁶². Napięcie to jest symptomatyczne także dla innych różnic, sprawiających, że w rezultacie działania instytucji i praktyki młodych nie spotykają się. Młode osoby twórcze kojarzą cyfrowe obiegi z dostępnymi narzędziami niezależnego tworzenia treści, budowania społeczności i gromadzenia doświadczenia poza instytucjami kultury (o których programie często niewiele wiedzą). Dla instytucji i decydentów grupy platformy internetowe i media społecznościowe pełnią zaś funkcję akceptowanego kanału promocji i informowania o działaniach, lecz już niekoniecznie przestrzeni, w której realizuje się wartościowe działania. Ekran, za pośrednictwem którego uczestniczy się w kulturze, przeglądając platformy i media społecznościowe, jawi się więc zarówno młodym twórcom, jak i organizatorom czy decydentom jako przestrzeń od instytucji odrębna.

Oczywiście obie wspomniane perspektywy, przynależne przedstawicielom młodych twórców oraz osób organizujących działalność w sferze kultury instytucjonalnej, mają swoje słabości. Dostrzegli je zarówno badani, jak i autorzy wspomnianego raportu. Entuzjazm wobec Internetu jako przestrzeni wolnego tworzenia można skonstruować chociażby z prekarnymi warunkami pracy osób tworzących i upowszechniających jego treści oraz ich zależnością od arbitralnych decyzji wielkich korporacji. Z kolei niechęć osób pracujących w instytucjach i organizacjach kultury do sieciowych form uczestnictwa może wynikać z niemożności skutecznego konkurowania w tych realiach o uwagę odbiorców lub realizacji takich działań, na jakie miałyby się ochotę wobec szczyptych zasobów albo uznawanie ich za „niegodne” lub „nietrafne”. W tych warunkach pomocne wydaje się bliższe przyjrzenie temu, co umyka obu tym perspektywom

⁶² Por. tekst Mikołaja Lewickiego pod tytułem *Nisza dla relacyjnej odświeżności? Praca i misja instytucji kultury w kontekście przemian uczestnictwa w kulturze* w tym raporcie.

– czyli rozpoznanie ekranów jako przestrzeni codziennego kontaktu z kulturą dla szerszej grupy osób, nierzadko silniej splecionej z uczestnictwem w „pozacyfrowej” kulturze, niżby się to mogło na pierwszy rzut oka wydawać.

W tym tekście stawiam sobie trzy podstawowe cele. Po pierwsze – zaproponowanie definicji kultury ekranu, uwzględniającej współczesne, relacyjne i prakseologiczne ujęcia uczestnictwa w kulturze⁶³. Po drugie – zidentyfikowanie wzorów uczestnictwa Polek i Polaków w kulturze za pośrednictwem ekranów (tytułowych kultur ekranów). Po trzecie – refleksję nad możliwością przełożenia tych obserwacji na praktykę instytucji i organizacji kultury. Cele te wykraczają poza pierwotny kontekst analiz, tworzony przez potrzeby współKongresu Kultury skierowanego głównie do osób reprezentujących publiczne instytucje i organizacje pozarządowe zajmujące się upowszechnianiem kultury i sztuki. Głębsze rozpoznanie kultur ekranów może – jak sądzę – pomóc jednak lepiej zrozumieć środowisko własnego działania także innym aktorom praktycznie zainteresowanym współczesną kulturą wizualną – zajmującym się filmem, fotografią, grafiką czy innymi dziedzinami twórczości.

Struktura tekstu odpowiada tak określonym zamierzeniom: w następnej sekcji krótko sygnalizuję podstawowe tradycje badania ekranów w humanistyce i naukach społecznych – jako wstęp do wskazania specyfiki uczestnictwa w kulturze za pośrednictwem ekranów oraz do sformułowania definicji kultury ekranu obowiązującej w tym tekście, a także do zidentyfikowania poznawczego potencjału jej poznawania w badaniach uczestnictwa w modelu „kontekstowym”. Zasadnicza część artykułu, składająca się z trzech sekcji, poświęcona jest analizie informacji pozyskanych w ramach sondażu (realizowanego – podobnie jak wspomniane badania fokusowe – na potrzeby współKongresu)⁶⁴, pozwalających powiedzieć coś o wzorach posługiwania się ekranami. W podsumowaniu powracam do pytania o znaczenie poczynionych ustaleń, między innymi z perspektywy aktorów zajmujących się tworzeniem i upowszechnianiem kultury⁶⁵.

Kultura ekranu – sposoby badania

Sposoby badania ekranów w perspektywie społeczno-kulturowej, bez wchodzenia w szczegóły, można podzielić na cztery główne tradycje, sygnalizowane w kolejności odpowiadającej ich wyłanianiu się i popularyzacji. Pierwsza z nich, którą można określić jako odbiorczą, wykształciła się w okresie upowszechnienia mediów masowych po drugiej wojnie światowej i posługiwała się ilościowymi metodami ustalania czasu spędzanego przed telewizorem przez różne kategorie społeczne oraz rodzaju oglądanych treści, by na tej podstawie ujawniać

63 Zob. np. M. Krajewski, *W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze*, „Kultura i Społeczeństwo” 1/2013, s. 29–67.

64 Badania były realizowane techniką CAWI na reprezentatywnej próbie osób mieszkających w Polsce (dwa pomiary – jeden w dzień powszedni, drugi – w weekend). Więcej na temat techniki pisze Mikołaj Lewicki w tekście opublikowanym w niniejszym opracowaniu.

65 W korekcie językowej niniejszego tekstu wykorzystałem duży model językowy (GPT-5 Thinking, na koncie Plus), promptując go, by poprawiał błędy ortograficzne, fleksyjne oraz upraszczał szyk i składnię tam, gdzie pomoże to zrozumieć sens wypowiedzi. Następnie przejrzałem poprawione fragmenty, upewniając się co do zasadności proponowanych zmian.

prawidłowości dotyczące zachowań medialnych, chociażby dla celów optymalizacji reklam lub przekazów politycznych. Ten sposób badania ekranów pozostaje oczywiście nadal popularny, czego dowodzi chociażby cykliczny projekt *Mediapanel*, realizowany przez PBI. Z raportu z końca 2024 roku dowiadujemy się między innymi, że przeciętny użytkownik lub użytkowniczka polskiego Internetu spędza online trzy i pół godziny dziennie, najczęściej za pośrednictwem urządzeń mobilnych – dwie i pół godziny⁶⁶. Z tego samego źródła wiemy też, że 91% osób korzystających z sieci przynajmniej raz w miesiącu odwiedza media społecznościowe, spędzając na nich średnio 80 minut dziennie, a kolejne 95 minut poświęcają one na oglądanie streamowanych na platformach treści.

Druga tradycja – nazwijmy ją audiowizualną – popularna zwłaszcza w medioznawstwie i filozofii kultury, analizuje ekrany jako szczególne przestrzenie wytwarzania znaczenia, eksplorując źródła doświadczenia realności, obecności czy immersji. W polskiej literaturze wspomnieć można w tym kontekście chociażby klasyczne prace Maryli Hopfinger, poświęcone przemianom medialnym rozpatrywanym jako zmiany w sposobach komunikowania i współistnieniu starych oraz nowych mediów⁶⁷, a także Andrzeja Gwoźdźca i Piotra Zawojskiego – na przykład książkę *Wiek ekranów* pod ich redakcją, podejmującą fenomen ekranów z perspektywy różnych dyscyplin zajmujących się teoriami reprezentacji⁶⁸.

Kolejna tradycja ujmuje ekrany z perspektywy genealogicznej, koncentrując się na ich społeczno-kulturowej ewolucji. Doszukuje się źródeł przemian nie tylko w immanentnym rozwoju technologicznym, lecz także w zmieniających się instytucjach społecznych. Wskazuje na to, co w ekranach trwałe, ale i jak się zmieniają ich koncepty i materializacje. Warto przy tej okazji wspomnieć chociażby prace Ann Friedberg, wskazującej na związki między koncepcją okienek we współczesnym oprogramowaniu a renesansowym malarstwem⁶⁹; Lva Manovicha, analizującego materialne uwarunkowania cyfryzacji mediów⁷⁰; Richarda Butscha, piszącego o wyłanianiu się globalnej kultury ekranu i zmianach, jakie przyniosła ona w życiu ludzi od czasów wynalezienia kina⁷¹; Scotta McQuire'a, śledzącego powiązania między transformacjami współczesnych miast a przemianami mediów⁷², czy Erkkiego Huhtamo, który w swoim projekcie ekranologii analizuje współzależność przemian dyskursu, rutyn i technologii⁷³ – procesu, w którym bywa, że te pierwsze warunkują te ostatnie, jak wówczas gdy telewizor dobrze wkomponował się w roli kominka w centrum życia domowego.

Ostatnia, a zarazem najbliższa założeniom tego tekstu, tradycja badania ekranów ujmuje je jako infrastrukturę codzienności. O ile w pierwszej tradycji ekrany traktowane są jako użytkowane

66 PBI, *Mediapanel, Polski Internet w Q4 2024*, dokument elektroniczny, Warszawa 2024, <https://pbi.org.pl/informacje-prasowe/polski-internet-w-iv-kwartale-2024-r/> (22.02.2026).

67 M. Hopfinger, *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Sic!, Warszawa 2003.

68 *Wiek ekranów. Przestrzenie kultury widzenia*, red. A. Gwoźdź, P. Zawojski, Rabid, Kraków 2002.

69 A. Friedberg, *The Virtual Window. From Alberti to Microsoft*, MIT Press, Cambridge 2003.

70 L. Manovich, *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.

71 R. Butsch, *Screen Culture: A Global History*, Polity Press, Cambridge 2019.

72 S. McQuire, *The Media City. Media, Architecture and Urban Space*, Sage, London 2008.

73 E. Huhtamo, *Elements of screenology: Toward an archaeology of the screen*, „ICONICS: International Studies of the Modern Image” 7/2004, s. 31–82.

technologie, w drugiej jako przestrzenie reprezentacji, a w trzeciej jako ewoluująca instytucja, o tyle w ujęciu „infrastrukturalnym” stanowią one przede wszystkim część łańcuchów praktyk, pomagając wiązać posługujące się nimi osoby ze sobą i w obrębie szerszych sieci współzależności. Sieci te obejmują także instytucje i korporacje technologiczne, zdolne do określania protokołów relacji w obrębie zbiorowości. Refleksja mieszcząca się w tej tradycji dotyczy zwłaszcza przemian, jakie zaszły w regułach tego życia wraz z upowszechnieniem smartfonów, czyli ekranów mobilnych. Przykładem mogą być prace Richarda Linga poświęcone wkomponowaniu smartfonów w życie codzienne⁷⁴, a w polskim kontekście – projekt badawczy poświęcony ich wielkomiejskiej kulturze prowadzony przez Mirosława Filiciaka wraz z zespołem oraz powstałe w jego ramach teksty. W jednym z nich Mirosław Filiciak i Paweł Starzec⁷⁵ opisują swoje podejście, nawiązując do badań praktyk medialnych Nicka Couldry’ego⁷⁶ oraz teorii praktyk Elizabeth Shove⁷⁷, wrażliwej na rolę infrastruktur. Koncept ten pozwala autorom dostrzec, w jaki sposób to, co intymne – jak twarz, emocje w rodzinie czy bliskość proksemiczna – staje się częścią globalnych platform, a poprzez nie obiegu kapitału⁷⁸.

Także inne, prowadzone po 2000 roku, badania społeczne wskazują, w jaki sposób ekrany mobilne wplatają osoby korzystające z nich w codzienne sieci relacji, kształtując zarazem doświadczenie uczestnictwa w tych sieciach. Opisujący początki integrowania „komórek” w życie młodych ludzi Richard Ling i Brigitte Yttri stosują określenia mikro- i hiperkoordynacji, by wskazać na rolę tych urządzeń, nazywanych czasem mediami lokacyjnymi, w uzgadnianiu miejsca i czasu wspólnie wykonywanych czynności⁷⁹. Teksty dotyczyły też korzystania ze smartfonów przez młodzież do słuchania podcastów, podejmowania decyzji o rozstaniach, dzielenia się muzyką i innych praktyk, które autorzy i autorki w tytule klasycznej książki nazywają *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out*⁸⁰. Z czasem popularyzowały się analizy, które mówiły już nie tylko o wykorzystaniu ekranów do orientowania się w przestrzeni, lecz także o wytwarzaniu za ich pomocą miejsc. Tego drugiego zagadnienia dotyczy na przykład książka Roba Kitchina i Martina Dodge’a⁸¹, w której autorzy pokazują, jak oprogramowanie wytwarza nowe „przestrzenności” – ekrany umożliwiają przemiany lotniska, biura czy kawiarni w miejsce kontroli lub pracy.

Wiele późniejszych projektów dotyczyło praktyk fotograficznych albo wykorzystujących kamery jako elementu współczesnych wędrówek miejskich, w których istotną rolę odgrywają

74 Zob. np.: R. Ling, *The Mobile Connection. The Cell Phone’s Impact on Society*, Morgan Kaufman Publishers, San Francisco 2004; R. Ling, *Taken for Grantedness: The Embedding of Mobile Communication into Society*, MIT Press, Cambridge 2012.

75 M. Filiciak, P. Starzec, *Kto ma sprawczość? Foto-esej o wielkomiejskich smartfonach*, „Widok. Teorie i Praktyki Kultury Wizualnej” 38/2024, DOI: 10.36854/widok/2024.38.2854.

76 N. Couldry, *Media w kontekście praktyk*, przeł. A. Strzezińska, „Kultura Popularna” 1(27)/2010, s. 96–113.

77 Zob. np. E. Shove, F. Trentmann, M. Watson, *Introduction: Infrastructures in Practice*, [w:] *Infrastructures in Practice*, eds. E. Shove, F. Trentmann, Routledge, London 2019, s. 3–9.

78 M. Filiciak, P. Starzec, *Kto ma sprawczość?...*, dz. cyt.

79 R. Ling, B. Yttri, *Hyper-coordination via mobile phones in Norway*, [w:] *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, eds. J.E. Katz, M. Aakhus, Cambridge University Press, Cambridge 2002, s. 139–169.

80 M. Ito i in., *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out. Kids Living and Learning with New Media*, MIT Press, Cambridge 2013.

81 R. Kitchin, M. Dodge, *Code/Space: Software and Everyday Life*, MIT Press, Cambridge 2011.

geotagowane zdjęcia⁸². Praktyki takie jak selfie skutkują także nowymi formami ucieleśnienia w miejscach⁸³, a aplikacje takie jak *Pokémon GO* praktykami ich wytwarzania⁸⁴, również na poziomie opowieści tworzonych o nich dzięki urządzeniom mobilnym⁸⁵. Pogłębione analizy jakościowe pozwalają też kontrować tezy wskazujące na rewolucyjną zmianę będącą następstwem fotografii mobilnej, która miałaby czynić nas skoncentrowanymi głównie na sobie – przykładem może być książka pod znaczącym tytułem *The Qualified Self*, w której Lee Humphreys dowodzi, że zdjęcia tego, co prozaiczne w codzienności, były popularne już za czasów poprzednich ekranów⁸⁶ oraz że mogą one wyrażać dużo więcej niż pragnienie opowiadania o sobie.

Przywołałem tych kilka przykładowych opracowań, by pokazać, w jaki sposób najbliższa mi infrastrukturalna tradycja badania ekranów przekłada się na lepsze zrozumienie tego, jak pozwalają one integrować użytkowników z codziennością na nowe sposoby, a także jak te nowe sposoby – zgodnie z tradycją genealogiczną – wyłaniają się z wcześniejszych form zbiorowego życia. Ekran mobilny pełni ważną rolę: hybrydują przestrzenie fizyczne i cyfrowe, wspierają tworzenie „pastiszowych” osobowości⁸⁷, ale też zapotrzebowanie na nie rośnie w warunkach tzw. usieciowionego indywidualizmu, który Lee Rainie i Barry Wellman nazywają „nowym systemem operacyjnym” dla współczesnych zbiorowości⁸⁸. Wszystko to ma też znaczenie dla form współczesnego uczestnictwa w kulturze – i tej wąsko, i szeroko rozumianej – a zatem dla korzystania z oferty instytucjonalnej czy konsumowania literatury, muzyki itp., a także dla charakterystycznego dla każdej społeczności sposobu życia. W tym kontekście wskazuje się na przykład na konwergencję mediów⁸⁹, zjawiska fandomów oraz zmieniające się relacje między artystami a publicznością, które w przypadku platform internetowych wymagają więcej pracy relacyjnej⁹⁰, a także na wzrost roli afektów i budowanego wokół nich uczestnictwa w tworzeniu społeczności i opowiadaniu o wydarzeniach, także tych politycznych⁹¹.

Z tymi i innymi wymiarami „nowego” uczestnictwa w kulturze za pośrednictwem ekranów wiążą się nie tylko szanse, ale i wyzwania. O władzy platform, kapitalizmie nadzoru i niewidzialnej pracy pisali chociażby już przywoływani Filiciak i Starzec⁹². Wspomnieć można także o śladzie węglowym generowanym przez produkcję, korzystanie i odzysk podzespołów z urządzeń

82 L. Hjorth, S. Pink, *New visualities and the digital wayfarer: reconceptualizing camera phone photography and locative media*, „Mobile Media & Communication” 1/2013, s. 40–57.

83 P. Frosh, *The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability*, „International Journal of Communication” 9/2015, s. 1607–1628.

84 L. Hjorth, I. Richardson, *Pokémon GO: mobile media play, place-making, and the digital wayfarer*, „Mobile Media & Communication” 1/2017, s. 3–14.

85 *The Mobile Story. Narrative Practices with Locative Technologies*, ed. J. Farman, Routledge, New York 2014.

86 L. Humphreys, *The Qualified Self. Social Media and the Accounting of Everyday Life*, MIT Press, Cambridge 2018.

87 K.J. Gergen, *Nasycone Ja. Dylematy tożsamości w życiu współczesnym*, przeł. M. Marody, PWN, Warszawa 2009, s. 184–188.

88 L. Rainie, B. Wellman, *Networked. The New Social Operating System*, MIT Press, Cambridge 2012.

89 H. Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, WAIp, Warszawa 2017.

90 Zob. np. N.K. Baym, *Playing to the Crowd. Musicians, Audiences, and the Intimate Work of Connection*, NYU Press, New York 2018.

91 Por. np. Z. Papacharissi, *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, Oxford University Press, Oxford 2014.

92 M. Filiciak, P. Starzec, *Kto ma sprawczość?*, dz. cyt.

z ekranami, o wykluczeniu cyfrowym, o wpływie na dobrostan oraz o radykalizacji ruchów społecznych i politycznych.

Jednocześnie prowadzone w tym obszarze analizy pozostawiają pewne luki, które warto spróbować uzupełnić. W polskim kontekście brakuje chociażby ilościowych opracowań danych o uczestnictwie w kulturze za pośrednictwem ekranów, które pozwalałyby rozpoznać jego wzorce, również poza miastami i nie tylko w odniesieniu do kultur młodzieżowych i młodych dorosłych, których – jako najbardziej intensywnych użytkowników ekranów mobilnych – zwykle się w badaniach premiuje. Potrzebne są również informacje umożliwiające rozpatrywanie uczestnictwa w kulturze za pośrednictwem ekranów w wąskim i szerszym rozumieniu kultury, a także w ich wzajemnych relacjach – na przykład jak oglądanie podcastów na smartfonie w drodze do pracy łączy się z poziomem aktywności w kulturze instytucjonalnej.

Brakujących informacji mogą dostarczyć sondażowe badania „kontekstowego” uczestnictwa w kulturze. Zestawiają one pytania dotyczące posługiwania się ekranami nie tylko z tymi na temat rodzaju oglądanych treści, ale też technologii, miejsca, pory czy szerszych aktywności, w jakie narzędzia te były wplecione. Wnioski płynące z ich analizy przedstawiam w trzech kolejnych sekcjach tego tekstu – opisuję tam kolejno, do czego służą Polkom i Polakom ekrany, co składa się na kontekst posługiwania się nimi do konsumpcji treści kultury, a także pewne szczególne formy tego użycia (oglądanie czegoś więcej niż filmy i seriale oraz wykorzystywanie ekranów w twórczości).

Na cele przedstawionej niżej analizy chciałbym również zaproponować następującą definicję kultury ekranu: to tyle, co charakterystyczna forma ich obecności w relacjach zbiorowych. Definicja ta, choć ogólna, wydaje mi się o tyle poręczna, że: wskazuje na ekrany jako aktorów wpływających na inne elementy współtworzące praktykę ich użycia i zarazem zależnych od nich; dopuszcza możliwość współistnienia wielu kultur ekranów; sugeruje podatność tych form na historyczną ewolucję zarówno technologii, jak i rutyn, dyskursów czy szerzej: reguł życia zbiorowego, które materializuje, a zarazem pozwala przeobrażać. Definicja ta dobrze komponuje się także z rozumieniem „kontekstu” we wspomnianych badaniach uczestnictwa w kulturze – rozumiem go na tę okoliczność jako chwilowy układ relacji, którego powtarzalne cechy mogą utrwalać się w określone wzorce (kultury ekranów).

Do czego służą Polkom i Polakom ekrany?

Refleksję nad kulturami ekranów w Polsce warto rozpocząć od wskazania podstawowych aktywności kulturalnych realizowanych za ich pośrednictwem. W kontekstowym badaniu uczestnictwa w kulturze interesowały nas trzy podstawowe typy ekranów dynamicznych⁹³, które odpowiadają różnym fazom ich współczesnej genealogii oraz różnicują sposoby odbioru i dzielenia się treściami: smartfon (tablet), komputer (laptop) i telewizor. Codzienne korzystanie ze smartfona, by realizować w ten sposób aktywności kulturalne, deklaruje 72% badanych, z komputera korzysta w tym celu 48%, a z telewizora – 46%. Na smartfonie lub tablecie najczęściej czyta

⁹³ W odwołaniu do teorii Manovicha interesować mnie tu będą ekrany, które eksponują obrazy zmieniające się w czasie, a zatem nie książki, których użycie także było przedmiotem kontekstowych badań uczestnictwa w kulturze.

lub przegląda treści 72% respondentów i respondentek. W dniu poprzedzającym badanie 61% ankietowanych używało tych urządzeń do oglądania, a 51% słuchania na nich czegoś. Podobne aktywności podejmowane są także na komputerze lub laptopie – codziennie coś czyta lub przegląda na nim 49% ogółu badanych, 44% ogląda, a 31% słucha treści. Najstarsze medium w tej grupie – telewizor – ze względu na swoje ograniczenia techniczne wykorzystywane jest głównie do oglądania (57%), a znacznie rzadziej do słuchania (24%).

Dane te wskazują na duże znaczenie urządzeń mobilnych w codziennym życiu – to właśnie one są dziś najpowszechniejszym medium kontaktu z kulturą, niezależnie od rodzaju aktywności. Wyniki sugerują także, że główną formą uczestnictwa kulturalnego za pomocą ekranów jest czytanie lub przeglądanie treści, nieco rzadziej zaś oglądanie, co samo w sobie jest dosyć ciekawe i wskazuje na okoliczności, w jakich się z nich często korzysta (krótkie przerwy w pracy lub komunikacji publicznej wypełniane podczytywaniem wiadomości). Jednocześnie doświadczenie uczestnictwa w kulturze za pośrednictwem ekranów pozwala na dynamiczne łączenie różnych form odbioru, czego dowodem jest stosunkowo wysoki odsetek osób, które na tych urządzeniach treści także słuchają.

Te ustalenia można pogłębić, korzystając z informacji zebranych w naszym badaniu – na przykład analizując, z jakich ekranów korzystają poszczególne grupy użytkowników i użytkowniczek, by uczestniczyć w kulturze. Praktyki te są – jak się okazuje – silnie zróżnicowane ze względu na wiek. Choć smartfon okazał się najpopularniejszym medium we wszystkich badanych grupach, jego dominacja nad innymi urządzeniami jest największa wśród najmłodszych respondentów (93%), a najmniejsza wśród najstarszych (53% w grupie 60+). Zależność ta ma zasadniczo charakter liniowy: im starsza grupa, tym niższy odsetek korzystających z tego urządzenia. Odwrotną tendencję widać w przypadku telewizorów: w dwóch najstarszych grupach wiekowych (50–59 lat oraz 60+) korzystało z nich w dniu poprzedzającym badanie odpowiednio 53% i 52% respondentów, podczas gdy w grupie najmłodszej – „zaledwie” 26%. W przypadku komputerów różnice te są już mniej wyraźne: codziennie korzysta z nich 60% osób w grupie najmłodszej, 38% w wieku 25–34 lat, 49% w grupie 35–49 lat, 46% w wieku 50–59 lat oraz 52% wśród osób powyżej 60. roku życia.

Obserwacje te można tłumaczyć przynajmniej na dwa sposoby: poprzez różnice w poziomie aktywności zawodowej lub – szerzej – społecznej, a także przez popularność konkretnych urządzeń w okresie socjalizacji technologicznej osób należących do poszczególnych kategorii wiekowych. Młodsze i średnie grupy wiekowe z uwagi na swoją aktywność towarzyską, edukacyjną lub zawodową są częściej „w ruchu”, przemieszczając się między pracą, szkołą i domem, co sprzyja korzystaniu z urządzeń mobilnych. Komputery są natomiast używane w edukacji i pracy zawodowej, więc najczęściej także do uczestnictwa w kulturze wykorzystują je osoby aktywne w tych rolach. Z kolei telewizory – jako urządzenia większe, trudniejsze do przenoszenia podczas przeprowadzki – częściej znajdują się w domach należących do starszych osób, nierzadko jako skutek dawnych decyzji zakupowych. Warto też zwrócić uwagę, że to właśnie osoby najstarsze korzystają jednocześnie z równą intensywnością z najbardziej zróżnicowanego zestawu ekranów. Wynika to przypuszczalnie z nawyku: w trakcie swojego

życia przyzwyczajają się do różnych typów sprzętów oraz wykorzystują je zgodnie z ich dominującą funkcją (telefon do rozmów, telewizor do oglądania, sprzęt audio do słuchania itd.). Oznaczać to może również, że – paradoksalnie – są najbardziej doświadczone, jeśli chodzi o wielość konfiguracji i typów uwagi, z jaką uczestniczą w kulturze przy użyciu tych urządzeń.

Korzystanie z kultury za pośrednictwem ekranów można analizować także z uwzględnieniem innych zmiennych społeczno-demograficznych. Jak jednak wskazują analizy, poza wiekiem brakuje statystycznie istotnych zależności. Jeśli się porówna korzystanie ze „starych” i „nowych” mediów w dniu poprzedzającym badanie, intensywność tej praktyki nie różni się znacząco ze względu na płeć, wykształcenie, wielkość miejscowości zamieszkania, poziom uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej ani status ekonomiczny. Można wskazać zaledwie kilka wyjątków. Stare media jako przestrzeń kontaktu z kulturą są najpopularniejsze wśród osób z wykształceniem średnim (78% – o kilka punktów więcej niż w pozostałych grupach), a także – co ciekawe – wśród osób bardzo aktywnie uczestniczących w kulturze instytucjonalnej (82%, czyli o 6 i niemal 14 punktów procentowych więcej niż w grupach średnio aktywnych i nieaktywnych). Można przypuszczać, że w tym pierwszym przypadku wynika to z wieku: osób z wykształceniem średnim jest w populacji więcej wśród starszych respondentów i respondentek. W drugim przypadku z kolei wynik ten może być związany z popularnością radia i praktyk jego słuchania, które wydają się „korelować” z wyższym poziomem uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej (i generalnie z klasycznymi, inteligenckimi wzorcami korzystania z niej).

Jeszcze kilka istotnych statystycznie zależności udało się uchwycić, porównując powszechność codziennego korzystania z nowych mediów w celu uczestnictwa w szeroko rozumianej kulturze między wybranymi grupami a ogółem badanych. I tak: z nowych mediów nieco częściej (różnica wynosi mniej niż jeden punkt procentowy) korzystają osoby mieszkające samotnie niż te, które mieszkają z innymi. Może to wynikać z tego, że w tej grupie znajduje się więcej zarówno osób młodszych, jak i starszych – dla jednych ekran (przede wszystkim smartfon) jest podstawowym narzędziem codziennego kontaktu z kulturą, dla drugich nauka jego obsługi oraz wykorzystanie jest sposobem podtrzymywania relacji z osobami mieszkającymi poza gospodarstwem domowym (np. przez dzielenie się zdjęciami, oglądanie i przeglądanie treści w sieci). Podobną prawidłowość zaobserwowaliśmy wśród osób pracujących na etacie lub na umowie-zleceniu (a nie np. prowadzących działalność gospodarczą), a także wśród uczniów i studentów. Choć również w tych przypadkach różnice nie są duże (1–2 punkty procentowe w porównaniu z ogółem badanych), można próbować je tłumaczyć – przypuszczalnie – większą ilością wolnego czasu u osób zatrudnionych (w porównaniu np. z prowadzącymi jednoosobową działalność gospodarczą), a także wyższym poziomem wykształcenia niż u osób bezrobotnych. Uczenie się i studiowanie koreluje natomiast z młodszym wiekiem, co – jak już wspomniałem – sprzyja częstemu korzystaniu z ekranów.

Tę część analiz dotyczących roli ekranów warto podsumować, wskazując nie tylko na ich powszechność jako mediów codziennego uczestnictwa w kulturze, lecz także na ich wyłączność w tej roli. Innymi słowy: spróbujmy odpowiedzieć na pytanie, ile i jakie osoby korzystają z kultury wyłącznie za pośrednictwem ekranów – pamiętając, że pytanie odnosiło się do dnia

poprzedzającego badanie. Stosownych informacji dostarcza tabela 43. Ogółem zadeklarowało to aż 78% badanych. Statystycznie częściej były to kobiety (80%) niż mężczyźni (75%) – co postaram się wyjaśnić w kolejnej części tekstu. Odsetek osób korzystających wyłącznie z ekranów jest także zdecydowanie najwyższy w najmłodszej grupie wiekowej: 94% osób w wieku 18–24 lata. W grupie 25–34 lata wskaźnik ten spada do 71%, po czym nieco rośnie w starszych grupach: 75% wśród 35–49-latków, 80% w grupie 50–59 lat oraz 77% wśród osób 60+. Jak opisywałem wcześniej, może to być pochodną popularności urządzeń mobilnych wśród osób młodych, a także większej ilości czasu spędzanego na przemieszczaniu się. Dodatkowo, jak wskazują także dane jakościowe omówione w dalszej części tekstu, młodsze osoby rzadziej uczestniczą w kulturze instytucjonalnej. Z kolei spadek wskaźnika dla grupy 25–34 lata – a więc przypuszczalnie także wzrost udziału kultury instytucjonalnej w praktykach uczestnictwa – można tłumaczyć przyzwyczajeniami generacyjnymi (ostatnia dekada to okres popularyzacji kultury sieci, zwłaszcza u osób socjalizujących się do mediów w tym okresie), ale też tym, że trzydziestolatkowie podejmują nowe role społeczne, jak chociażby rodzicielskie czy zawodowe – co nie tylko zwiększa dostępność środków, ale też stwarza dodatkowe preteksty do korzystania z oferty instytucji kultury. Stabilizujący się na poziomie 75–80% wskaźnik dla pozostałych grup wiekowych sugeruje, że kultura instytucjonalna zajmuje relatywnie niewielkie miejsce w porównaniu z szeroko rozumianym uczestnictwem w kulturze medialnej – ma na tym tle charakter raczej odświeżony.

Tabela 25. Osoby korzystające z kultury wyłącznie za pośrednictwem ekranów

Kategoria		Odsetek badanych
Ogółem		78%
Płeć	kobiety	80%
	mężczyźni	75%
Wiek	18–24	94%
	25–34	71%–
	35–49	75%
	50–59	80%
	60+	77%
	młodzi	93%+
	starzy	77%
Wykształcenie	podstawowe	83%
	zasadnicze zawodowe	58%–
	średnie	81%+
	wyższe	86%+
Miejsce zamieszkania	wielkie i duże miasto	79%
	małe i średnie miasto	80%
	wieś	74%–

Kategoria		Odsetek badanych
Aktywność kulturalna	nieaktywny/nieaktywna kulturalnie	62%-
	trochę aktywny/aktywna kulturalnie	97%+
	bardzo aktywny/aktywna kulturalnie	96%+
Czynności instrumentalne		78%
Czynności samorealizacyjne		89%+
Czynności społeczne		84%+
Czynności nadzwyczajne		89%+

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1032 x 2 (dwa pomiary). Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie.

Danych pozwalających pogłębić przedstawioną tu analizę powszechności uczestnictwa w kulturze wyłącznie za pośrednictwem ekranów dostarczają także obliczenia przedstawiające to zjawisko w podgrupach wyodrębnionych według wykształcenia. Jak wynika z tabeli 43, „zaledwie” 58% osób z wykształceniem zasadniczym korzysta z kultury wyłącznie w ten sposób – co jednak niekoniecznie oznacza, że aktywnie uczestniczą one w wydarzeniach kulturalnych proponowanych przez instytucje i organizacje, ale raczej że w ich przypadku uczestnictwo w kulturze w obu formach może być po prostu mniej intensywne. Najczęściej z kultury wyłącznie za pośrednictwem ekranów korzystają osoby z wykształceniem wyższym (86%). Przypomnijmy – pytanie dotyczyło jedynie aktywności podejmowanych poprzedniego dnia. Wysoki wynik we wspomnianej grupie może więc wskazywać po prostu na intensywne korzystanie z ekranów wśród osób wykonujących zawody związane z przetwarzaniem wiedzy lub informacji, co przekłada się na wykorzystywanie tego samego urządzenia do wielu aktywności, ich przeplatania się i łączenia w jedną praktykę korzystania ze smartfona czy komputera. Analizując ten sam wskaźnik w podgrupach wyodrębnionych ze względu na miejsce zamieszkania, można zauważyć, że na tle miejscowości różnej wielkości nieco odstaje wieś – gdzie z kultury wyłącznie za pośrednictwem ekranów korzysta 74% osób (w pozostałych miejscowościach około 80%). Zależność tę tłumaczyć można podobnie jak poprzednie – wiekiem oraz rodzajem zajęć popularniejszych na wsi niż w miastach (prace gospodarcze, na roli itp.).

Frapujące są również zależności między codziennym korzystaniem z kultury wyłącznie za pośrednictwem ekranów a poziomem uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej. Osoby, które w niej nie uczestniczą, zdecydowanie rzadziej niż pozostałe grupy korzystają z kultury także za pomocą ekranów. To zjawisko – jak już próbowałem argumentować – wiąże się często z wiekiem, miejscem zamieszkania oraz poziomem wykształcenia. Z kolei osoby umiarkowanie i bardzo aktywne kulturalnie – a więc często lub bardzo często korzystające z oferty instytucji – jeszcze intensywniej uczestniczą w kulturze wyłącznie za pośrednictwem ekranów (odpowiednio 97–98%). Jak już wspominałem (i do czego jeszcze wrócę), ten wynik jest tylko pozornie sprzeczny – wskazywać może raczej na współistnienie obu form uczestnictwa.

Kontekst korzystania z ekranów na przykładzie oglądania

Wyżej przywołałem dane wskazujące na różnicę między kobietami a mężczyznami w zakresie odsetka osób korzystających z kultury wyłącznie za pośrednictwem ekranów. Tę statystycznie istotną zależność łatwiej byłoby jednak przekonująco interpretować, gdybyśmy dysponowali większą wiedzą o czasie, miejscu i rodzaju podejmowanych w ten sposób aktywności. Ujawniają się tu podobne ograniczenia analiz jak wyżej: wyjaśniają one wzory uczestnictwa w kulturze wyłącznie poprzez zmienne społeczno-demograficzne (zwłaszcza rozpatrywane z osobna), bez uwzględnienia kontekstu. To zarazem dobra okazja, by podkreślić zalety ilościowego badania korzystania z kultury za pośrednictwem ekranów w sposób kontekstowy. Proponowane przez nas szerokie, prakseologiczne ujęcie kultury oznacza przecież nie tylko włączanie do pola obserwacji codziennych praktyk medialnych, ale przede wszystkim dostrzeganie, że zyskują one swoje znaczenie dopiero w kontekście, jako część większej całości – poza tym, co jest słuchane lub oglądane czy wspomnianym już wyżej rodzajem technologii, przy użyciu której się to robi (ekranu), ważne jest także to, gdzie, kiedy, w jakim celu, w ramach jakiej praktyki oraz wobec kogo to się odbywa.

W tej części tekstu spróbuję pogłębić wcześniejszy opis kultur ekranów, który wyłania się z naszych badań. Tym razem punktem wyjścia będą nie tyle typy urządzeń wykorzystywanych przez różne kategorie użytkowników i użytkowniczek, ile wspomniane wymiary kontekstu, w jakim są one wykorzystywane. Skupię się przy tym na jednej aktywności kulturalnej – oglądaniu – traktując ją jako paradygmatyczną dla uczestnictwa w kulturze za pośrednictwem ekranów. Nie jest to wprawdzie aktywność najbardziej charakterystyczna ani najczęściej praktykowana na urządzeniach mobilnych (tą jest, jak wyżej wskazałem, czytanie/przeglądanie), ale łączy ona wzorce produkcji i konsumpcji znane z tradycyjnych mediów (filmów, programów, teledysków itp.) z nowymi możliwościami odbioru, jakie oferują technologie ekranów w smartfonach i słuchawkach bezprzewodowych.

Miejsce

Na pytanie: „Co oglądałaś/oglądałeś wczoraj?” ponad 2/3 ogółu badanych (70%) odpowiedziało: filmy lub seriale. Nieco ponad połowa (56%) osób z tej grupy oglądała materiały w mediach społecznościowych, takie jak rolki, relacje, posty, filmy na YouTube itp. Daleko w tyle, jeśli chodzi o popularność, znalazły się: podcasty, reportaże i materiały edukacyjne (16%), transmisje na żywo – na przykład ze sportu, koncertów czy wydarzeń kulturalnych (13%), oraz poradniki i filmy instruktażowe. Coś innego oglądało 3% badanych. O ile ten pierwszy typ treści – filmy i seriale – kojarzy się raczej ze „starymi ekranami”, choć ich popularność wzrosła dzięki rozwojowi laptopów i platform streamingowych, to kolejne kategorie obejmują głównie treści, których dynamiczny rozwój związany jest z kulturą sieci (z wyjątkiem transmisji sportowych, których złoty okres przypada na czasy dominacji telewizji).

Przewidywalne wyniki przynoszą również odpowiedzi na pytanie: „W jakim miejscu coś oglądałaś/oglądałeś?”. Niemal wszystkie osoby (99%) zadeklarowały, że oglądały coś w domu. Prawie 40% wskazało jednak, że oglądało coś w środkach transportu: komunikacji miejskiej

lub samochodzie. W miejscu publicznym, takim jak park, ulica czy kawiarnia, oglądała treści mniej więcej 1/3 badanych (31%). W miejscu pracy lub nauki – 1/4 (26%). Jeszcze gdzie indziej – 9% uczestników badania. Podobnie jak w przypadku rodzaju treści, można zauważyć, że oglądanie poza domem wiąże się głównie z korzystaniem z ekranów mobilnych. To one sprawiają, że uczestnictwo w kulturze – rozumiane jako ciągłość konsumpcji treści – przestaje być ograniczone przestrzennie. Jak w przypadku innych pytań badawczych, również tutaj widać stosunkowo niewielki udział przestrzeni przeznaczonych dla praktykowania kultury w codziennym uczestnictwie realizowanym poza domem. W tym podstawowym sensie ekrany mobilne, podobnie jak wcześniej książki czy gazety, sprawiają, że każde miejsce może stać się przestrzenią konsumpcji treści kultury wytwarzanych poza nim (łącząc zarazem światy ze sobą).

Pora

Wspomniany wyżej potencjał można dostrzec również wtedy, gdy przyjrzymy się porom dnia, w których badani coś oglądali. Przed godziną 9 rano z ekranów korzysta niemal 27% osób, a odsetki te rosną w miarę upływu dnia, osiągając szczyt w godzinach popołudniowych i wieczornych: między 15 a 18 ogląda 61% badanych, a w przedziale 18–21 już 66%. Po 21 wskaźnik ten spada do 47%. Stosunkowo duży odsetek osób realizuje tę aktywność także w tradycyjnych godzinach pracy lub nauki: od 9 do 12 robi to 43%, a między 12 a 15 – 46% respondentów. Jak wskazują dane, częściej ogląda się w weekendy niż w dni powszednie – i to niemal o każdej porze, z wyjątkiem godzin porannych. Przed 9 rano w weekend ogląda 24% osób, a w dzień roboczy – 31%. Największe różnice (około 10 punktów procentowych) występują w godzinach porannych (od 9 do 12 – 37% w dzień powszedni i 47% w weekend), wczesnopopołudniowych (12–15 – 40% w dzień powszedni i 51% w weekend) oraz po południu (15–18 – 54% w dzień powszedni i 67% w weekend). Po 21 różnice są już mniejsze – 44% ogląda w dni powszednie, a 50% w weekendy.

Oglądanie pozostaje zatem aktywnością w miarę intensywnie realizowaną przez cały dzień. Różnice między poszczególnymi porami oglądania tłumaczyć można rytmem codziennych czynności, który zmienia się zależnie od tego, czy mamy do czynienia z dniem roboczym czy wolnym. W tym pierwszym przypadku godziny poranne, południowe i popołudniowe to zapewne czas przygotowań do dnia, a także przerw w pracy lub nauce, kiedy oglądanie stanowi aktywność towarzyszącą. W weekendy poranki są często poświęcane na odpoczynek i odsypianie, co wpływa na mniejszą aktywność ekranową w tych godzinach, a zarazem wcześniejsze realizowanie jej późnym wieczorem. Opisane wyżej zmiany w harmonogramie nie zaskakują. Ważne dostrzeżenie jest jednak miejsce, jakie oglądanie i kontakt z kulturą za pośrednictwem ekranów zajmuje w ramach innych czynności jako aktywność towarzysząca. W tym sensie oglądanie na urządzeniach mobilnych pozwala „pokonywać” nie tylko przestrzeń, lecz także czas – który jeszcze niedawno był znacznie wyraźniej podzielony na konkretne pory realizowania poszczególnych aktywności.

Informacji pozwalających pogłębić te interpretacje, dotyczące powodów korzystania z ekranów do oglądania treści kultury o określonych porach, dostarcza analiza tabeli 44, zestawiającej popularność tej aktywności z innymi zmiennymi kontekstowymi. Dla oglądania przed godziną

9 rano istotne statystycznie zależności wskazują, że najczęściej aktywność ta towarzyszy obowiązkom domowym (37%), a w dalszej kolejności – przemieszczaniu się (30%). Między 9 a 12 oglądanie jest formą spędzania czasu z innymi i prowadzenia życia towarzyskiego (47%). Osoby, które oglądają między 12 a 15, robią to statystycznie najczęściej przy okazji realizowania czynności nadzwyczajnych (takich jak udział w uroczystościach, wyjścia do kina, teatru, zoo, filharmonii, muzeum, galerii sztuki – 57%), a także – ponownie – w czasie spędzaniem z innymi (53%). We wczesnych godzinach wieczornych (18–21) oglądanie najczęściej towarzyszy obowiązkom zawodowym (73%), relaksowi i samorealizacji, a także przemieszczaniu się (68%). Po 21 ta prawidłowość jest nadal widoczna: 52% osób, które wykonują wówczas obowiązki zawodowe, ogląda coś przy okazji; podobnie dzieje się w przypadku relaksu i samorealizacji (50%) oraz czasu spędzaniem z innymi (51%).

Tabela 26. Oglądanie o poszczególnych porach w ramach realizowanych czynności

Pora	Wszyscy respondenci	Obowiązki zawodowe/ związane z edukacją (praca zawodowa, nauka)	Relaks i samorealizacja (odpoczynek, hobby, uprawianie sportu, korzystanie z Internetu itp.)	Czas spędzany z innymi, życie towarzystkie (np. spotkania, rozmowy, zabawa, praktyki religijne, aktywność społeczna)	Czynności nadzwyczajne (np. udział w uroczystościach, wyjścia, wyjścia do kina, teatru, do zoo, do filharmonii, do muzeum, galerii sztuki itp.)	Przemieszczanie się (pieszo, rower, hulajnoga, samochód, komunikacja masowa itp.)
Przed 9 rano	27%	33,6%+	27%	28%	26%	30%+
9–12	42%	40%	42%	47%+	48%	43%
12–15	46%	44%	45%	53%+	57%+	45%
15–18	61%	62%	62%	64%	65%	60%
18–21	66%	73%+	68%+	68%	70%	70%+
Po 21	47%	52%+	50%+	51%+	52%	49%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1678. Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie.

Interpretując te wskaźniki, warto pamiętać, że nie są to wartości bezwzględne, ale relatywne – wskazują zatem, w ramach jakiej aktywności oglądanie jest statystycznie najbardziej rozpowszechnione. Dzięki temu możemy zauważyć, kiedy pełni ono funkcję tła lub pretekstu do innych działań (np. obowiązki zawodowe, przemieszczanie się, czas spędzany z innymi), a kiedy wydaje się aktywnością główną (relaks i samorealizacja). Takie ujęcie pozwala niuansować wcześniejsze ustalenia – jak się okazuje, wieczorne oglądanie treści kultury wcale nie musi być wyłącznie formą odprężenia, ale może pełnić też funkcję wspierającą, towarzysząc mobilizacji i wysiłkowi związanemu z pracą. Interesujące wydaje się również łącznie oglądania z wyjściami, być może wskazujące na pogłębianie doświadczeń analogowych poprzez cyfrowe, na przykład poprzez oglądanie programu wydarzenia, dokumentowanie lub dzielenie się wrażeniami.

Kilka dodatkowych prawidłowości można uchwycić, zestawiając pory oglądania ze zmiennymi społeczno-demograficznymi (tabela 45). Na przykład osoby mieszkające z wnukami najczęściej oglądają coś między godziną 18 a 21 (91%), co może wskazywać, że jest to czas wspólnego oglądania – na przykład bajek – lub też moment, w którym ekrany pozwalają uciec od zgiełku wieczornych przygotowań do spania w rodzinach wielopokoleniowych. Jeśli chodzi o płeć, to zasadniczo we wszystkich porach dnia z ekranów korzysta o 2–3 punkty procentowe więcej mężczyzn niż kobiet. Największe różnice dotyczą oglądania po godzinie 21: wtedy robi to 51% mężczyzn oraz 43% kobiet objętych badaniem. Porę oglądania istotnie różnicuje także poziom wykształcenia. Po zrekodowaniu tej zmiennej do dwóch kategorii okazuje się, że osoby z wyższym wykształceniem częściej oglądają o niemal każdej porze dnia. Statystycznie istotne różnice występują przed 9 rano (32% wobec 22%) oraz między 12 a 15 (47% wobec 40%). Zależność ta odwraca się jednak między 15 a 18, kiedy ogląda 68% osób z niższym wykształceniem i 58% z wyższym. Pamiętając, że niższe wykształcenie w Polsce często wiąże się z wiekiem i niższą aktywnością zawodową, różnice te można interpretować w następujący sposób: dla osób wykształconych godziny poranne to czas przygotowań do pracy i dojazdów, w których oglądanie pełni funkcję aktywności towarzyszącej. Natomiast popołudnie (15–18) to w wielu gospodarstwach domowych tradycyjna pora poobiedniego relaksu, szczególnie wśród osób starszych lub nieaktywnych zawodowo.

Tabela 27. Oglądanie o poszczególnych porach przez osoby o wybranych cechach

Pora	Wszyscy respondenci	Mieszkanie samemu/ z innymi osobami	Płeć		Wykształcenie	
		wnuki	mężczyzna	kobieta	wyższe	niewykształceni
Przed 9	27%	43%	27%	26%	31%+	22%
9–12	42%	38%	43%	42%	44%	40%
12–15	46%	27%	45%	46%	47%	40%–
15–18	61%	68%	63%	59%	58%	68%+
18–21	66%	91%+	67%	65%	68%	61%
Po 21	47%	50%	51%+	43%–	49%	43%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, N = 1678. Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie.

Wielkość miejscowości (podzielonych na: wielkie i duże miasta, średnie i małe miasta oraz wieś) również różnicuje godziny oglądania. Jak wskazuje lektura tabeli 24, istotne statystycznie różnice pojawiają się: przed 9 rano, gdy więcej osób ogląda w małych i średnich miastach (31%); między 12 a 15, gdy o około 10 punktów procentowych mniej osób ogląda na wsi (41%); po 21, kiedy ponownie większy odsetek osób (również o niemal 10 punktów procentowych) z małych i średnich miast coś ogląda w dniu poprzedzającym badanie.

Obserwacje te można tłumaczyć niższą aktywnością zawodową w mniejszych ośrodkach oraz większym udziałem prac fizycznych na terenach wiejskich, podczas których oglądanie treści bywa trudniejsze niż chociażby w czasie prac biurowych. Oglądanie po godzinie 21 różnicuje także status ekonomiczny (samoocena). Choć w ciągu dnia nie występują istotne różnice, to w najpóźniejszych godzinach ogląda 51% osób, którym się wiedzie, i tylko 41% tych, którym się nie wiedzie. W tej drugiej grupie bywają częściej osoby starsze, ale – jak już wspomniano – wieczorne oglądanie bywa też częścią pracy zawodowej korelującej z wyższym dochodem. Pory oglądania istotnie różnicuje również wiek. Pomijając godziny poranne, osoby młodsze oglądają od 10 do 20 punktów procentowych częściej niż osoby starsze o każdej porze dnia. Można to wiązać z ich większą aktywnością zawodową, towarzyską lub edukacyjną, a także częstszym przemieszczaniem się, a więc okolicznościami, w które oglądanie bywa często wplecione.

Tabela 28. Oglądanie o poszczególnych porach przez osoby o wybranych cechach

Pory	Wszyscy respondenci	Wielkość miejscowości		Sytuacja materialna		Wiek	
		małe i średnie miasto	wieś	ci, którym się wiedzie	ci, którym się nie wiedzie	młodzi	starzy
Przed 9	27%	31%	24%	29%	26%	28%	25%
9-12	42%	45%	42%	42%	43%	52%	37%-
12-15	46%	49%	40%-	44%	46%	60%+	38%-
15-18	61%	62%	60%	62%	60%	73%+	54%-
18-21	66%	68%	62%	69%	64%	78%+	66%
Po 21	47%	51%+	43%	51%+	41%-	60%+	47%

Źródło: NCK/Research Collective, CAWI, I fala 20–21.10., II fala 23–25.10.2024, , N = 1678. Plusami i minusami oznaczono różnice istotne statystycznie.

Jak oglądanie zakorzenione jest w codziennych czynnościach

W tej części tekstu chciałbym konsekwentnie zająć się właśnie tym ostatnim wątkiem – jak oglądanie jest wplecione w inne aktywności, a także jak zmienia się to zjawisko w zależności od rodzaju dnia oraz wybranych zmiennych społeczno-demograficznych. Niemal wszyscy badani – aż 92% – oglądali coś przy okazji realizowania potrzeb fizjologicznych, a więc podczas czynności związanych z higieną, myciem, snem czy jedzeniem. Prawie 9 na 10 osób, które w dniu poprzedzającym badanie odpoczywały, uprawiały hobby, sport lub korzystały z Internetu w ramach samorealizacji, deklarowało oglądanie w tym czasie (86%). Około 80% osób łączyło oglądanie z pracami domowymi i opieką nad innymi – przygotowaniem posiłków, zakupami, naprawami, korzystaniem z usług, opieką nad dziećmi, domownikami lub zwierzętami. Oglądało również 76% osób przemieszczających się pieszo, samochodem lub komunikacją publiczną. Aktywność ta towarzyszyła także niemal połowie spotkań, rozmów, zabaw i innych form czasu spędzanego z innymi (46%). Jak wspomniano wcześniej, oglądanie jest wplecione również

w obowiązki zawodowe i edukacyjne – około 1/3 badanych deklaruje, że oglądała coś w tym kontekście. Najrzadziej ogląda się podczas udziału w uroczystościach oraz wyjść do instytucji kultury – robi to tylko 10% badanych. Dane te potwierdzają wcześniejsze obserwacje dotyczące dwoistego statusu oglądania – jako aktywności, która może pełnić zarówno rolę głównego zajęcia, jak i towarzyszącego elementu innych działań.

Rekodując wspomniane we wstępie siedem rodzajów codziennych czynności do czterech kategorii – instrumentalnych, społecznych, samorealizacyjnych i nadzwyczajnych – możemy również stwierdzić, że we wszystkich z nich oglądanie jest częstsze w weekendy. Największe różnice występują w przypadku czynności samorealizacyjnych oraz społecznych – w dni wolne ogląda przy ich okazji o około 10% więcej osób. Co ciekawe, we wszystkich typach czynności – zarówno w dni powszednie, jak i weekendy – filmy i seriale okazują się popularniejsze niż materiały w mediach społecznościowych, z jednym wyjątkiem: czynności nadzwyczajne realizowane w weekend. Ten pierwszy wynik może być zaskakujący, bo przecież rolki, relacje na YouTube, z uwagi na to, że są krótkie i nie wymagają specjalnej uwagi, lepiej pasują do tego, by „utykać” je w chwilę mniej intensywnej pracy. Drugi wynik wydaje się już bardziej spodziewany, jeśli uświadomimy sobie, że podczas wyjść (np. do instytucji, na wydarzenia) oglądanie mediów społecznościowych może nie tylko odciągać uwagę od doświadczeń na żywo – jak mogłoby to działać w przypadku filmów i seriali – lecz także te doświadczenia intensyfikować w omówiony już wyżej sposób.

Ciekawe wnioski przynosi porównanie popularności oglądania w ramach wspomnianych czterech typów aktywności w podgrupach wyodrębnionych ze względu na zmienne społeczno-demograficzne: na przykład według płci. Jak się okazuje, kobiety częściej niż mężczyźni oglądają coś podczas realizacji czynności instrumentalnych w dzień powszedni, a więc – przypomnijmy – przemieszczania się, prac domowych, opieki nad innymi lub czynności związanych z potrzebami fizjologicznymi (robi to 56% kobiet wobec 41% mężczyzn). Wiązać to można z zasadniczo większym obciążeniem kobiet obowiązkami tego rodzaju, podejmowanymi na rzecz gospodarstwa domowego, a także – prawdopodobnie – chęcią przynajmniej częściowego ich urozmaicenia lub próbami wygospodarowania czasu na relaks przy okazji robienia czegoś innego.

Wiek okazuje się różnicować popularność oglądania w ramach czynności samorealizacyjnych wykonywanych w dzień powszedni w taki sposób, że najrzadziej robią to osoby w wieku 25–34 lata (37%), a najczęściej te w wieku 50–59 lat (58%). Osoby najmłodsze (18–24 lata) statystycznie najczęściej spośród wszystkich grup wiekowych oglądają w ramach tej samej kategorii aktywności w weekend (76%, czyli o około 20 punktów procentowych częściej niż pozostałe grupy). W pierwszym i drugim przypadku zależność ta wynika z ogólnie mniejszej ilości czasu, jaki osoby w wieku dwudziestu kilku i trzydziestu lat poświęcają na czynności samorealizacyjne w dni powszednie, a także z większego udziału tego typu aktywności w wieku przedemerytalnym – co wiązać można z okresem, odpowiednio, intensyfikacji oraz stabilizacji życia rodzinnego i zawodowego. Tą samą prawidłowością można tłumaczyć trzeci wniosek – osoby najmłodsze w weekendy, często nie mając zobowiązań rodzinnych ani zawodowych,

a także wolne od zajęć edukacyjnych, mogą przeznaczać więcej czasu na oglądanie treści pozwalających rozwijać zainteresowania albo się relaksować.

Oglądanie w odniesieniu do czynności samorealizacyjnych podejmowanych w dni powszednie różni się też ze względu na wykształcenie (najczęściej robią to osoby z wykształceniem średnim – 54%, o kilka punktów więcej niż pozostałe grupy), a także w weekend – tutaj najmniejszy odsetek oglądających odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym (53% wobec 57% wśród osób z wykształceniem średnim i 62% z zasadniczym zawodowym). Zależności te dostrzegalne są również w odniesieniu do czynności nadzwyczajnych podejmowanych w weekendy: ogląda w tym czasie jedynie 15% osób z wykształceniem wyższym wobec 32% osób z wykształceniem średnim i 48% z zasadniczym zawodowym. Związki te można interpretować, wskazując na klasowy charakter wzorów uczestnictwa w kulturze – być może osoby lepiej wykształcone częściej czują się zobowiązane do spędzania czasu odświętnego, jak weekendy czy wyjscia, w sposób wolny od ekranów, wybierając inne formy uczestnictwa w kulturze.

Obecność innych osób

Ostatnim wymiarem, który współtworzy kontekst oglądania – obok technologii, miejsca, pory oraz rodzaju czynności, w którą oglądanie jest wplecione – jest obecność innych osób. Rodzaj interakcji towarzyszących oglądaniu dopełnia kontekst rozumiany – zgodnie z tym, co zaproponowałem we wstępie – jako układ relacji składających się na okoliczności, w których określona aktywność kulturalna zyskuje swoje znaczenie.

I tak: 96% osób, które oglądały coś poprzedniego dnia, zdarzało się wykonywać tę aktywność samemu, 50% oglądało coś w obecności innych osób, a 25% – razem z innymi osobami. Spośród tych badanych, którzy oglądali coś w obecności lub wspólnie z innymi, 70% robiło to z mężem, żoną, partnerem lub partnerką, 40% – z dziećmi, 25% – z innymi osobami niespokrewnionymi, 16% – z rodzicami, 10% – z innymi krewnymi, a 5% – z wnukami. Zasadniczo jednak oglądanie jawi się jako czynność odspołeczniająca. Choć trafniej byłoby na tym etapie powiedzieć, że można ją realizować w pojedynkę nie tylko wtedy, gdy nie ma się z kim albo gdy chce się pobyć samemu, lecz także wtedy, gdy warunki, w jakich się to odbywa, nie sprzyjają kontaktom. Opisanie tych możliwych scenariuszy będzie łatwiejsze, gdy – ponownie – odwołamy się do innych wymiarów kontekstu.

Jak się okazuje, podczas czynności społecznych – a więc czasu spędzanego z innymi na rozmowach, spotkaniach, zabawach, w ramach praktyk religijnych lub aktywności społecznych – również mamy do czynienia z oglądaniem realizowanym samotnie. Najczęściej dotyczy to streamów live (73%). Spośród osób, które w ramach czynności społecznych oglądają filmy i seriale, 45% robi to samotnie, 35% – w obecności innych, a tylko 25% – razem z innymi osobami. Informacje te wydają się kontrintuicyjne – należałoby się raczej spodziewać czegoś odwrotnego, bo przecież cele towarzyskie powinny sprzyjać wspólnemu oglądaniu. Podobnie rzecz się ma w przypadku oglądania będącego częścią czynności instrumentalnych. Choć tu jeszcze większy odsetek osób deklaruje, że ogląda filmy i seriale samemu (69%; kolejnych 26% robi to w obecności innych, a tylko 11% – razem z innymi), wynik ten dziwi mniej, gdy uświadomimy sobie, że chodzi o korzystanie z ekranów podczas przemieszczania się albo

wykonywania obowiązków domowych lub zawodowych. Gdy spojrzymy na oglądanie w ramach czynności samorealizacyjnych, również obserwujemy opisaną wcześniej prawidłowość: 62% osób ogląda filmy i seriale sami/same, 26% – w obecności innych, a 12% – razem z innymi. Podobnie wygląda to w przypadku czynności, które wcześniej określiliśmy jako nadzwyczajne: podcasty, poradniki czy streamy towarzyszące uroczystościom lub wyjściom również najczęściej oglądane są w pojedynkę, rzadziej w obecności innych lub wspólnie. Wyjątek stanowi w obrębie czynności nadzwyczajnych oglądanie materiałów w mediach społecznościowych, które niemal równie często ogląda się samotnie, jak i w towarzystwie innych.

W świetle tych danych trudno polemizować z przedstawioną wcześniej tezą o oglądaniu jako aktywności niesprzyjającej uspołecznieniu. Oczywiście można zaryzykować interpretację, zgodnie z którą dane pokazują jedynie społeczną konfigurację oglądania u respondentek i respondentów deklarujących, że oglądali coś w ramach aktywności społecznych, samorealizacyjnych czy nadzwyczajnych. Pozostałe osoby, które chciały w tym czasie spędzać czas w większym otwarciu na innych, po prostu niczego nie oglądały – a zatem ich doświadczenie nie zostało ujęte w danych. Można też uznać, że współczesne kultury ekranów, zwłaszcza mobilnych, pozwalają traktować oglądanie jako skuteczny sposób regulowania poziomu zaangażowania w relacje; pozwalając wygospodarować przestrzeń na samotność (niekoniecznie osamotnienie), niezależnie od układu społecznego, w jakim się aktualnie przebywa.

Szczególne formy oglądania

Klasowy wymiar oglądania treści kultury na ekranie jako formy uczestnictwa możemy pogłębić, przyglądając się bliżej trzem wybranym rodzajom treści: podcastom, reportażom i materiałom edukacyjnym; poradnikom oraz filmom instruktażowym; a także streamom live (nie tylko transmisjom sportowym, lecz także koncertom i relacjom z wydarzeń). Wszystkie te materiały statystycznie częściej ogląda się jako element życia towarzyskiego – robi to mniej więcej 12–14% badanych. Podcasty, reportaże i filmy edukacyjne to również istotna część relaksu i samorealizacji (dla 12% osób), a oglądanie streamów częściej pojawia się w kontekście czynności nadzwyczajnych (dla 18% osób). Oglądanie poradników oraz filmów instruktażowych, a także streamów różni się ze względu na płeć – robi to odpowiednio 12% i 13% mężczyzn oraz 7% i 5% kobiet. Wszystkie wspomniane rodzaje treści są też statystycznie częściej oglądane przez najmłodsze osoby – mniej więcej 18–20% badanych w wieku 18–24 lata, w porównaniu do 6–7% respondentek i respondentów mających 60 lat i więcej. Oglądanie podcastów, reportaży i materiałów edukacyjnych, a także poradników i filmów instruktażowych jest również o kilka punktów procentowych popularniejsze wśród osób aktywnych zawodowo. Interesujące nas tu treści częściej konsumują również osoby aktywne w kulturze instytucjonalnej – na przykład podcasty i reportaże ogląda 15% osób aktywnych w kulturze zorganizowanej, w porównaniu do 8% osób nieaktywnych na tym polu.

Ciekawa jest także kategoria innych aktywności, których realizację w dniu poprzedzającym badanie – podobnie jak oglądania, słuchania, czytania i przeglądania – mogły również

zadeklarować osoby badane. Chodzi między innymi o granie w gry, quizy, malowanie, rysowanie, rzeźbienie, rękodzieło, majsterkowanie czy grę na instrumentach. I rzeczywiście, okazała się ona dość popularna – wskazało ją 39% badanych. Obejmowała jednak także podkategorię bardziej związaną z interesującymi mnie tu ekranami: robienie zdjęć, nagrywanie filmów, tworzenie treści dla mediów społecznościowych. Jak się okazało, zajmowało się tym w dniu poprzedzającym badanie około 16% respondentów. Częściej w weekend (20%) niż w dni powszednie (12%). Była to na przykład istotna część czynności nadzwyczajnych – wykonywana przez 3% ogółu badanych, ale zarazem przez mniej więcej 1/3 osób, które brały udział w uroczystościach lub odwiedzały instytucje kultury w dniu poprzedzającym badanie. Działania te były zdecydowanie bardziej popularne wśród najmłodszych osób deklarujących wykonywanie innych aktywności (28%) niż wśród najstarszych (11%). Były również bardziej powszechne wśród osób z wyższym wykształceniem (18% wobec 8% wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym), aktywnych zawodowo (18% wobec 12% osób biernych zawodowo), a także aktywnie uczestniczących w kulturze instytucjonalnej (21% wobec 12% osób nieaktywnych w kulturze zorganizowanej).

Oba wspomniane rodzaje korzystania z ekranów mogą nas interesować – przypomnijmy – ze względu na ich powiązanie ze stylami życia charakteryzującymi osoby zajmujące różne pozycje w strukturze społecznej. Przypuszczalnie wskazują one również na takie formy oglądania jako konsumowania treści kultury za pośrednictwem ekranów, które mogą uchodzić za bardziej ambitne lub twórcze. Z tego powodu wydają się taką aktywnością, w której instytucje i organizacje kultury mogą dostrzec interesującą przestrzeń do działania. Zwłaszcza że – jak udało się ustalić – powiązane są one relatywnie często z czynnościami odświeżającymi, czasem spędzaniem z innymi oraz przeznaczaniem na samorealizację. Łączą się jednak również ze zróżnicowaniem społecznym: częściej podejmowane są przez osoby młodsze, lepiej wykształcone, aktywne zawodowo oraz uczestniczące w kulturze instytucjonalnej.

Podsumowanie

Podsumowując powyższą analizę, chciałbym wskazać na cztery podstawowe ustalenia.

Po pierwsze ekrany jawią się jako podstawowe medium codziennego kontaktu z kulturą. Każdego dnia korzysta z nich zdecydowana większość osób, oglądając szeroki repertuar treści – filmy, seriale, ale także streamy i poradniki, a ponadto przeglądając wiadomości lub słuchając muzyki. Dla znacznej części tych osób ekrany okazały się nie tylko podstawowym, lecz także jedynym medium uczestnictwa w kulturze. Szczególne znaczenie odgrywają tu ekrany mobilne – noszone przy sobie smartfony lub tablety – których rola, jak się zdaje, będzie tylko rosta, biorąc pod uwagę ich dominację w najmłodszych grupach użytkowników i użytkowniczek.

Po drugie wysoki status ekranów mobilnych jako mediów uczestnictwa w kulturze wynika z tego, że umożliwiają one zapoznawanie się z jej treściami w różnych okolicznościach. Poza domem pozwalają na oglądanie w miejscu pracy lub nauki, a także w środkach transportu (podczas przemieszczania się między tymi miejscami). Treści konsumuje się na nich w zasadzie o każdej porze dnia – czemu sprzyja możliwość wyboru długości materiałów i ich dzielenia,

oferowana przez odpowiednie aplikacje. Oglądanie okazuje się najpopularniejsze wcale nie jako główna czynność (np. podczas relaksu czy samorealizacji), ale aktywność towarzysząca – realizowana w tle wykonywania czynności fizjologicznych, opieki nad innymi lub dbania o dom. Oglądanie pozwala także regulować poziom zaangażowania jednostki w daną aktywność oraz w relacje z otoczeniem. Można oglądać, by uprzyjemnić sobie sprzątanie, zająć czymś uwagę podczas przejazdu, ale też by pogłębić doświadczenia związane z udziałem w uroczystościach albo wyjściem do instytucji kultury. Oglądanie bywa również realizowane samotnie, nawet wtedy, gdy ktoś przebywa pośród innych.

Po trzecie oglądanie – zwłaszcza na ekranach mobilnych – w świetle przedstawionych danych okazuje się aktywnością uprzywilejowanych. Intensywniej angażują się w nią osoby młode, lepiej wykształcone, zamożniejsze, mieszkające w większych miastach (niemuszące prowadzić samochodu), które oglądają treści mniej zależne od pory dnia albo rodzaju wykonywanej aktywności. Z kolei osoby starsze, słabiej wykształcone, nieaktywne zawodowo lub mieszkające w mniejszych ośrodkach wydają się bardziej ograniczone czasowo i przestrzennie, jeśli chodzi o możliwość oglądania. Ustalenia te nie powinny być interpretowane jako szczególnie nobilitujący efekt oglądania, lecz raczej jako wskazanie na różną możliwość spędzania czasu w ten sposób.

Po czwarte analiza ta sugeruje, że nie ma jednej kultury ekranów – jest ich co najmniej kilka, tożsamy z okolicznościami, w jakich się z nich korzysta. Korzystanie z ekranów mobilnych podczas dojazdów do pracy różni się od popołudniowego rytuału oglądania telewizji, podobnie jak oglądanie treści na smartfonie lub tablecie podczas opieki nad bliskimi od serialu puszczonego na laptopie przed snem. Wszystkie te praktyki to także kultury oglądania różne od ich bardziej „odświeżonej” postaci: wspólnego przeglądania mediów społecznościowych podczas weekendowych spotkań towarzyskich lub wykonywania zdjęć w czasie uroczystości lub wyjść do instytucji. Jak się okazało, w okolicznościach tych z różnym prawdopodobieństwem uczestniczą osoby o odmiennej charakterystyce: kobiety oglądają częściej podczas wykonywania czynności instrumentalnych w dni powszednie, a mężczyźni poświęcają więcej uwagi na podcasty, treści poradnikowe oraz streamy. Osoby z wyższym wykształceniem oglądają coś rzadziej w weekendy oraz w trakcie czasu spędzanego z bliskimi i znajomymi, podczas gdy osoby z niższym wykształceniem częściej oglądają w weekend i w ramach samorealizacji. Prawdopodobieństwo oglądania czegoś innego niż filmy i seriale, co trudno robić w podróży lub w przerwach od pracy, maleje także z wiekiem, wykształceniem oraz poziomem uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej.

Omawianie znaczenia powyższych wniosków rozpocznę od wskazania na ich aplikacyjny potencjał. Myślenie o kulturze ekranów może być bowiem pomocne dla instytucji i organizacji zajmujących się upowszechnianiem kultury i sztuki. Pozwala dostrzec, że ekrany są częścią szerszej zmiany w modelach uczestnictwa w kulturze – w stylach życia w ogóle – a nie jej przyczyną. Jak wskazywałem we wstępie, przekształcenia mediów często następują w odpowiedzi na zmieniające się warunki życia zbiorowego – suburbanizacja i konieczność dojazdów, upowszechnienie pracy zdalnej czy nowe formy uspołecznienia prowadzą do

przemian kontekstów oraz sposobów korzystania z kultury. Istotne jest zatem, by nie przypisywać samym ekranom (zwłaszcza mobilnym) nadmiernego sprawstwa ani nie kumulować w nich zbyt wielu rozczarowań. Choć mają swoje właściwości – na przykład sposób wyświetlania treści sprzyjający określonym formom uwagi⁹⁴ – lepiej postrzegać je jako efekt tych samych przemian, które przeobrażają także rolę instytucji kultury.

Rozumienie ekranów jako elementów różnych kultur – czyli zależnych od okoliczności sposobów ich używania – pozwala dostrzec, że nie funkcjonują one obok instytucji, co zdawały się sugerować osoby biorące udział w naszych badaniach fokusowych, lecz się z nimi przenikają. Jak pokazują dane, ekrany bywają używane choćby po to, by pogłębić przeżywanie uczestnictwa w kulturze zorganizowanej. Rozpoznaliśmy również związek między intensywnym lub „odświeżającym” korzystaniem z kultury za pomocą ekranów a poziomem uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej. Brakuje informacji, które pozwalałyby potwierdzić, że instytucje mają wpływ na to, co się ogląda na ekranach, ale można wskazać, że udział w ich ofercie jest pochodną tego samego – większego lub mniejszego – zainteresowania tym, co „wartościowego” można obejrzeć również na smartfonie, tablecie i w telewizorze.

Bardziej szczegółowa wiedza na temat korzystania z ekranów do uczestnictwa w kulturze eksponuje również przestrzeń dla działania instytucji. Mogą one planować tworzenie treści dla kultury ekranu, którą wyżej określiłem mianem odświeżającej; trafniej reklamować swoje wydarzenia jako element treści konsumowanych w tle innych czynności, ale także wyrównywać szanse, wspierając osoby starsze, mniej wykształcone lub mieszkające na terenach wiejskich w bardziej twórczym korzystaniu z ekranów mobilnych – na przykład przez oglądanie szerszego repertuaru treści. W szerszym ujęciu myślenie o ekranach w kategoriach kultur ujawnia także możliwą specyfikę działalności instytucji na tle aktywności dostępnej przez smartfony, tablety i telewizję. Nie według osi: płytkie–ambitne, codzienne–odświeżające, medialne–publiczne, lecz poprzez wskazanie na różne konteksty oraz rodzaje uwagi, które towarzyszą uczestnictwu w kulturze za pośrednictwem ekranów oraz instytucji. Innymi słowy, instytucje i organizacje kultury mogą nie tylko walczyć o uwagę w sieci, ale przede wszystkim dbać o inny rodzaj uwagi poza nią – co stanowi nową formę odpowiedzi na pytanie, po co współcześnie istnieją, obok tej wskazującej chociażby na specyfikę programową czy funkcję wspólnotowotwórczą⁹⁵.

Przywołane we wstępie prace pokazują przecież, że uwaga dominująca w mediach internetowych i na ekranach mobilnych ma swoją specyfikę i konsekwencje – jest nie tylko daleka od zawieszenia sprzyjającego pogłębionej, krytycznej refleksji, o którym pisze Jonathan Crary⁹⁶, ale też silnie podporządkowana celom reklamowym algorytmów dobierających treści. Jej alokowanie w danych treściach niekoniecznie jest także wynikiem wyboru jednostki – jak pokazuje Crary w swojej późniejszej publikacji⁹⁷. Trudno z entuzjazmem traktować praktykę oglądania po przebudzeniu się w nocy, odruchowego sięgania po telefon pod wpływem

94 M. Frąckowiak, *Obrazy, co mogą. Studium przeobrażania świata przez fotografię*, Universitas, Kraków 2022, s. 165–171.

95 M. Krajewski, *Po co nam instytucje kultury?*, MIK, Kraków 2020.

96 J. Crary, *Zawieszenia percepcji. Uwaga, spektakl i kultura nowoczesna*, tłum. I. Kurz, Ł. Zaremba, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009.

97 J. Crary, *24/7. Późny kapitalizm i koniec snu*, tłum. D. Żukowski, Karakter, Kraków 2015.

powiadomień albo zatracania się w scrollowaniu na wiele godzin. Są to raczej sytuacje, w których uwagę jednostek się „uruchamia”, niż w jakichś świadomie jej one udzielają⁹⁸. Myślenie o instytucjach jako o miejscach i procesach instytucjonalizowania innej kultury uwagi sugerowałoby również potrzebę dodatkowego urefleksyjnienia roli i funkcji ekranów montowanych w ich przestrzeniach – zwłaszcza w kontekście dążenia do tego, by wizyta w instytucji była atrakcyjniejsza, bo bardziej przypominająca scrollowanie sieci. Warto rolę ekranów w instytucjach przemyśleć zwłaszcza wobec młodszych odwiedzających, którzy – jak pokazują badania – narażeni są na charakterystyczną „monoekranozę”, polegającą na korzystaniu z kultury wyłącznie za pośrednictwem jednego rodzaju ekranu: mobilnego.

Zaproponowana w tekście definicja kultury ekranu może mieć również dalszy potencjał teoretyczny. Okazuje się pomocna w analizach jak tu przedstawiona, ponieważ przesuwając akcent z ekranów jako urządzeń na sposoby posługiwania się nimi. Takie ujęcie pozwala przekroczyć niektóre ograniczenia myślenia o uczestnictwie w kulturze za pośrednictwem ekranów, charakterystyczne dla wspomnianej we wstępie tradycji odbiorczej (skoncentrowanej na czasie i treściach) oraz audiowizualnej (skupionej na istocie reprezentacji, zmiennej przecież w zależności od okoliczności). Przedstawiona definicja współgra jednocześnie z ujęciem ekranów jako części socjotechnicznych infrastruktur – ukazując sposoby ich włączania w praktyki codzienne oraz ich przełożenie na wytwarzanie publiczności i przestrzeni. Infrastruktury te, podobnie jak ekrany, ewoluują w czasie, będąc zależnymi od przemian miast, modeli uspołecznienia czy gestów (popularyzują się jako narzędzia kontaktu z kulturą niezależnie od miejsca, korzystając chociażby z rutyny wcześniej typowej dla gazet i książek). W przyszłości analizy kultur ekranów można by też rozwijać, porównując, jak łączy się w nich użytkowanie ekranów dynamicznych, na których skupiłem się w tym tekście, z ekranami klasycznymi, jak książki i prasa.

Wypracowana i testowana w tekście koncepcja kultury ekranu dzieli zatem swoje mocne strony z kontekstowym podejściem do badania uczestnictwa w kulturze. We wstępie opisywałem je jako: gromadzenie wiedzy o złożonych okolicznościach codziennego uczestnictwa w kulturze w relacji do poziomu uczestnictwa w ofercie instytucjonalnej oraz realizowanie badań na dużej próbie, umożliwiającej porównania owych kontekstów w przestrzeni geograficznej i społecznej. Dzieli z nim jednak także słabsze strony, które warto byłoby spróbować zniwelować w przyszłości.

W zakresie zastosowanej techniki sondażowej można rozważyć „dłuższe skale” w części pytań, co pozwoliłoby na segmentację nie tyle użytkowników, co kontekstów posługiwania się ekranami, a tym samym doprecyzowanie interesujących mnie tu ich kultur. Narzędzie ankiety byłoby również bogatsze, gdyby pytania o wzory uczestnictwa osób badanych poszerzyć o wskaźniki samooceny ich dobrostanu (pozwalające wnioskować, przykładowo, czy oglądanie ekranów samemu to samotność czy osamotnienie, czy intensywne oglądanie wcześniej rano i późno w nocy pomaga, czy przeszkadza jednostce itp.). Badania ilościowe warto byłoby także

98 Por. np. M. Krajewski, M. Frąckowiak, *Polityka impulsów i rzeczy*, [w:] *My i Oni. Przestrzenie wspólne/Projektowanie dla wspólnoty*, red. B. Świątkowska, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa 2014, s. 13–20.

uzupełnić jakościowymi. Te pierwsze pozwalają uchwycić wzorce, ale już nie znaczenie, jakie przypisują różnym kulturom ekranu osoby weń zaangażowane. Jakościowe, etnograficzne badania uczestnictwa w kulturze za pośrednictwem ekranów pozwoliłyby lepiej uchwycić zarówno rodzaj konsumowanych treści i ich miejsce w tych kulturach, jak i to, co zwykle umyka samym badanym – czyli zależność korzystania z ekranów od globalnych obiegów kapitału i charakterystycznych dla nich metod „uruchamiania” określonych form oglądania (nie bez powodu Mirosław Filiciak i jego zespół w przywołanym projekcie posługiwali się dokumentacją fotograficzną).

Kultura codzienna – między domem a kulturą „w ruchu”

Katarzyna Plebańczyk

Wprowadzenie

Uczestnictwo w kulturze jest współcześnie coraz częściej odchodzeniem od kultury zinstytucjonalizowanej na rzecz praktyk kulturowych zakorzenionych w codzienności. W tym tekście uwaga została skupiona na mikropraktykach (czytanie, słuchanie, oglądanie), podejmowanych w trakcie wykonywania najprostszych, instrumentalnych czynności, których podstawową funkcją jest realizacja codziennych praktycznych zadań. Należą do nich obowiązki domowe i opieka nad innymi (np. sprzątanie, gotowanie, zakupy, opieka nad dziećmi lub osobami zależnymi), potrzeby fizjologiczne (jedzenie, higiena osobista, sen), przemieszczanie się i bycie w ruchu (dojazdy do pracy, szkoły czy usług). Czynności te są głęboko osadzone w kontekście społecznym, ekonomicznym i przestrzennym⁹⁹, układają się w zrytualizowane schematy codziennego działania, stanowiąc nietypowe konteksty uczestnictwa w kulturze.

Co i jak dotąd badaliśmy? Przegląd literatury

Kultura nie jest jedynie przestrzenią jakiegoś wydarzenia, lecz również strukturą codziennego doświadczenia, zbiorem działań i praktyk, które są obecne w codziennym życiu ludzi¹⁰⁰, są częścią rutyny dnia powszedniego¹⁰¹. To mikropraktyki kulturowe, niewielkie, często automatyczne „afektywne rytuały”, które nie są ani symboliczne, ani formalne, ale „nasycające codzienność”¹⁰². Są one od dawna przedmiotem zainteresowania badaczy, choć towarzyszą im odmienne narracje i ujęcia teoretyczne. Były analizowane między innymi w kontekście strategii społecznych, w których jednostki – często w sposób nieuświadomiony – odtwarzają lub kwestionują strukturę społeczną, do której przynależą¹⁰³, czy taktycznego oporu jednostek w świecie zdominowanym przez struktury

99 R. Kłeczek, M. Pluta-Olearnik, A. Pukas, *Transformacje praktyk mobilności miejskiej. Usługi i wartości, rutyny i innowacje*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2020.

100 A. Kłoskowska, *Kultura masowa: krytyka i obrona*, PWN, Warszawa 1964.

101 R. Williams, *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*, Oxford University Press, Oxford 1983.

102 B. Highmore, *The Everyday Life Reader*, Routledge, London 2002.

103 P. Bourdieu, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzienia*. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2022.

władzy kulturowej, w którym ludzie przekształcają gotowe wzorce narzucane im przez porządki kulturowe i przenoszą je do codzienności¹⁰⁴. Uwaga została też skupiona na samym procesie partycypacji, rozumianej jako zbiór procesów i relacji¹⁰⁵, łączących wydarzenia z obszarów, które dotąd z kulturą nie były kojarzone, jak na przykład imprezy sportowe (mistrzostwa w chodzie sportowym, derby – mecze futbolowe)¹⁰⁶, czy na poszerzaniu kompetencji kulturowych w procesie budowania kapitału kulturowego poprzez na przykład umiejętność funkcjonowania w wielu kręgach kulturowych jednocześnie¹⁰⁷, czy w ogóle żonglowania stylami i formatami¹⁰⁸.

Każdy człowiek żyje w kulturze, a więc nawet osoby, które nie uczestniczą w kulturze instytucjonalnej, pozostają jej aktywnymi twórcami i odbiorcami¹⁰⁹ – naturalną konsekwencją jest zatem skierowanie uwagi na analizy czynności codziennych¹¹⁰, jak na przykład słuchanie tego samego utworu w drodze do pracy, przeglądanie Instagrama o konkretnej godzinie, oglądanie filmu w trakcie kąpieli, które poprzez swoją powtarzalność niepostrzeżenie rytualizują codzienność¹¹¹. Uwaga badaczy jest przy tym często skupiona na samym rytuale, który może być związany z manifestacją tożsamości kulturowej w przestrzeni publicznej, gdzie znaczenie ma sposób poruszania się, ubiór, dodatki (np. słuchawki, torba z logo festiwalu filmowego), rodzaj samochodu lub fakt poruszania się środkami transportu publicznego¹¹². Rytuałem jest przemieszczanie się, na przykład do pracy, gdzie każdego dnia, w tych samych godzinach, w tych samych tramwajach, spotykają się ci sami ludzie – nieznajomi, którzy rozpoznają się wzajemnie, mimo że nie rozmawiają ze sobą, nie wymieniają się informacjami, często nawet nie utrzymują kontaktu wzrokowego. Dla wielu osób (szczególnie starszych, samotnych) obecność „znajomych nieznajomych” w tramwaju tworzy poczucie stabilności i osadzenia w rytmie dnia¹¹³, wpływa na regulowanie emocji, radzenie sobie ze stresem, lękiem, melancholią¹¹⁴.

Łączenie codziennych aktywności (takich jak praca, obowiązki domowe) z uczestnictwem w innych działaniach – szczególnie kulturowych – stanowi więc rosnący obszar

104 M. de Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, tłum. K. Thiel, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1984.

105 M. Savage, *The lost urban sociology of Pierre Bourdieu*, [w:] *Companion to the City*, ed. G. Bridge & S. Watson, Blackwell, Oxford 2010, s. 511–520.

106 K. Plebańczyk, P. Górski, *Oferta kulturalna Krakowa 2005 w opinii jej odbiorców*, Lettra-Graphic, Kraków 2006.

107 P. Gardocka, *Rola nowych mediów a polscy fani koreańskich seriali, jako przykład wspólnotowego wymiaru kultury popularnej. Analiza na przykładzie Facebooka*, [w:] *Kultura w Polsce XXI wieku. Konteksty społeczne, kulturowe i medialne*, red. E. Dąbrowska-Prokopowska, P. Goryń, M.F. Zaniewska, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2020, s. 245–259.

108 A. Laskowski, *An Instant Culture (Cup): Immediate Gratification Exhibited by Generation Z Traits as an Inevitable Cultural Phenomenon*, [w:] *Kultura w Polsce XXI wieku...*, dz. cyt., s. 101–113.

109 M. Golka, *Kultura w przestrzeni globalnej*, [w:] *Społeczne problemy globalizacji*, red. Z. Blok, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2001.

110 R. Williams, *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*, Oxford University Press, Oxford 1983.

111 M. Krajewski, *W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze*, „Kultura i Społeczeństwo” 1(57)/2013, s. 29–67.

112 D. Hebdige, *Subculture: The Meaning of Style*, Routledge, London 1979.

113 A. Bachórz, K. Stachura, *W poszukiwaniu punktów styčných*, Instytut Kultury Miejskiej, Gdańsk 2015.

114 S. Ahmed, *The Cultural Politics of Emotion*, Edinburgh University Press, Edinburgh 2004.

zainteresowania badaczy, a nacisk kładzie się tu często na zdolność do równoczesnego przetwarzania informacji, wielozadaniowość czy konteksty towarzyszące mobilności¹¹⁵. Dwa pierwsze konteksty doskonale obrazuje środowisko domowe i pracy, gdzie pozornie banalne akty, takie jak słuchanie radia przy biurku czy dobór kubka na kawę, stają się praktykami budującymi tożsamość, obszarem aktywnego, choć często nieformalnego uczestnictwa w kulturze, a w środowisku pracy dodatkowo wpływają na relacje społeczne i sens pracy. Praca jako taka zmienia się: nie jest już ujmowana wyłącznie w kategoriach funkcjonalnych (produktywność, struktura organizacyjna), jest nasycona kulturowo, odzwierciedlając style życia, gusty i indywidualne wybory¹¹⁶. Rodzajem nieformalnego uczestnictwa w kulturze wizualnej i symbolicznej staje się zatem estetyka biura; urządzenie własnego miejsca pracy wpływa na dobrostan i relacje interpersonalne, a pisanie żartobliwych notatek dla współpracowników albo projektowanie własnych systemów organizacyjnych daje przestrzeń na ekspresję, która łączy funkcjonalność z kulturą i pełni kluczową rolę w tworzeniu relacyjnych i emocjonalnych ram pracy¹¹⁷. W trakcie pracy, szczególnie w kontekstach pracy biurowej lub zdalnej, ludzie najczęściej korzystają z muzyki jako tła dla zawodowych aktywności, co może wpływać na wyższy poziom satysfakcji zawodowej (efekt zależy od typu muzyki, zadania i kontekstu)¹¹⁸, a jej „niedopasowanie” (muzyka, która nie odpowiada potrzebom pracownika) wpływa na nastrój, zmęczenie czy zachowania członków zespołów¹¹⁹. Podcasty mogą być z kolei postrzegane jako przydatne narzędzie w miejscu pracy, ale kluczowe są: jakość informacji, relewantność tematu, łatwość dostępu¹²⁰.

Współczesne praktyki uczestnictwa w kulturze uległy znacznemu przekształceniu pod wpływem cyfryzacji i mobilnych technologii, przez co coraz powszechniejszy staje się – tak samo jak w przestrzeniach domu lub pracy – multitasking, rozumiany jako łączenie aktywności kulturowych z innymi obowiązkami dnia codziennego. Nawiązują do tego, choć niebezpośrednio, badania Biblioteki Narodowej, siłą rzeczy skupione wokół czytelnictwa, które pokazują, że czytanie współcześnie odbywa się najczęściej z wykorzystaniem urządzeń mobilnych (tabletów, smartfonów), które ma się zawsze przy sobie – tym samym przestało być aktywnością przypisaną do wyciszonej przestrzeni domowej lub instytucji kultury, a coraz częściej odbywa się w innych okolicznościach i przestrzeniach¹²¹. W kontekście innych aktywności – słuchania i oglądania, podkreśla się, że współczesne doświadczenie dźwięku

115 J. Brüning, *Preview position versus length. Key factors in the time course of parallel processing in multitasking*, „Memory & Cognition” 2025, <https://doi.org/10.3758/s13421-025-01780-3>.

116 M. Morgan, *A Cultural Sociology of Populism*, „International Journal of Politics, Culture, and Society” 35/2022, s. 179–199.

117 L. Tanggaard, *The Creative Pathways of Everyday Life*, „The Journal of Creative Behavior” 43(3)/2015, s. 181–193.

118 D. Sanseverino, A. Caputo, C.G. Cortese, C. Ghislieri, *„Don't Stop the Music,” Please: The Relationship between Music Use at Work, Satisfaction, and Performance*, „Behavioral Sciences” 13(1)/2023, s. 15.

119 K.R. Keele, H. Puranik, Y. Wang, J. Yin, *In sync or out of tune? The effects of workplace music misfit on employees*, „Journal of Applied Psychology” 9(110)/2025, s. 1157–1173.

120 K. Wei, J. Ram, *Perceived usefulness of podcasting in organizational learning: The role of information characteristics*, „Computers in Human Behavior” 64/2016, s. 859–870.

121 Z. Zasacka, R. Chymkowski, I. Koryś, *Stan czytelnictwa książek w Polsce w 2023 roku*, Biblioteka Narodowa, Warszawa 2023.

i obrazu jest formą prywatnego kuratorowania kultury – gdzie użytkownik sam decyduje, jakie treści będą mu towarzyszyć i w jakich okolicznościach. Kultura wizualna – głównie za pośrednictwem mediów społecznościowych – dostarcza bowiem ogromnych ilości skondensowanych treści: wideoesejów, cyfrowej sztuki, dokumentów, gdzie użytkownicy wchodzi w relację z obrazami kultury globalnej, często również odbierając je razem z otaczającym kontekstem¹²².

Gdy „czas jest dobrem deficytowym, a zachęcenie odbiorcy, by poświęcił go na aktywność kulturalną, jest zadaniem bardzo trudnym”¹²³, uczestnictwo w kulturze odbywa się w miejscach do tego nieprzeznaczonych – podczas przemieszczania się, pracy lub czynności domowych („w tle”), jest istotą „kultury towarzyszącej” – przeżywanej codziennie, mimowolnie i zintegrowanej z rutyną życia codziennego. Ten stan rzeczy wymusza zmianę rozumienia uczestnictwa na rzecz jego ujęcia jako procesualnego, rozproszonego i wielozadaniowego, gdzie słuchanie podcastu podczas spaceru, radia przy gotowaniu lub oglądanie filmu w oczekiwaniu na pociąg – to formy uczestnictwa, które jednak nie są rejestrowane w statystykach jako aktywność kulturalna. Przesunięcie uwagi z tego, czym rytuał „jest”, na to, jak „działa” i jak wytwarza jego charakter, wpisuje go w ciało i nawyki, stając się wszechobecnym mechanizmem porządkowania rzeczywistości społecznej, także tej najbardziej zwyczajnej¹²⁴.

Co pokazały kontekstowe badania uczestnictwa w kulturze?

Aktywność w ruchu

W trakcie realizacji badania respondenci zostali zapytani o aktywności poza domem, w trakcie których wykonują również inne aktywności. Najczęściej wskazywaną odpowiedzią było przemieszczanie się (takiej odpowiedzi udzieliło 87% badanych) – to jedna z najbardziej powszechnych codziennych aktywności, potrzeba logistyczna wykonywana przez niemal wszystkich. Kiedy przyjrzymy się jej nieco dokładniej, okazuje się również, że przemieszczanie się zajmuje dużo czasu – 87% badanych wykonywało tego typu czynność w dzień powszedni, a 76% również w weekend. Użytkowy i funkcjonalny charakter przemieszczania się staje się zatem istotną przestrzenią dla podejmowania aktywności kulturalnych.

Miejsca, w których „dzieją się” te różne aktywności, to przede wszystkim środki transportu publicznego (42%), przestrzenie publiczne (38%) oraz miejsca pracy i nauki (30%). Nie jest zaskoczeniem, że najbardziej naturalnie związane z byciem „w ruchu” jest słuchanie treści audio: radia słucha 64% respondentów, muzyki – 60%, podcastów i audycji – 16%, audiobooków – 9%, a materiałów edukacyjnych – 8%. Czytanie i przeglądanie treści, choć wymaga większego skupienia i dostępu do urządzenia z ekranem, jest powszechnie praktykowane w komunikacji miejskiej, gdzie podróżujący siedzą, mają wolne ręce i możliwość bezpiecznego korzystania z telefonu – 65% respondentów korzysta wtedy z mediów społecznościowych,

122 M. Bull, *Sound Moves: iPod Culture and Urban Experience*, Routledge, London 2007.

123 K. Plebańczyk, *Między wzorcami człowieka kulturalnego a uczestnictwem w kulturze – z perspektywy wyzwań dla zarządzania kulturą*, [w:] *Kultura – media – społeczeństwo*, red. Z. Pucek, J. Bierówka, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Kraków 2013, s. 147–166.

124 C. Bell, *Ritual Theory, Ritual Practice*, Oxford University Press, Oxford 1992.

61% czyta wiadomości online, a 27% książki i komiksy. Co ciekawe, popularne w warunkach przemieszczania się okazało się oglądanie czegoś: treści z mediów społecznościowych (56%), podcastów wideo i transmisji live (13–16%) oraz poradników (12%). Zaskakująca w tym kontekście okazuje się popularność filmów i seriali (taką odpowiedź wskazało 70% respondentów), co nie było aż tak popularną aktywnością wskazaną w ogólnym zestawieniu codziennych czynności. Wydaje się, że oglądanie filmów i seriali co do zasady wymaga większego zaangażowania – stabilnego połączenia internetowego lub wystarczającej pamięci w urządzeniu, ekranu i możliwości oglądania z dźwiękiem lub słuchawkami, miejsc relatywnie spokojnych i umożliwiających koncentrację (pociągi, autobusy, poczekalnie). Powyższa obserwacja może prowadzić do kilku konkluzji: respondenci spędzają wystarczająco dużo czasu na przemieszczaniu się, oglądają filmy na raty, w krótkich epizodach oraz że jest to ten moment w całotygodniowej aktywności, który mogą na oglądanie filmów poświęcić – chwila dla siebie, wolna od obowiązków i relacji.

W czasie przemieszczania się funkcję swoistego prywatnego centrum kultury pełnią smartfony i tablety (używane przez 51% badanych). Urządzenia te łączą muzykę, informacje, kontakty i rozrywkę, a media społecznościowe są zarówno źródłem informacji, jak i rozrywki. Słuchanie treści audio na telefonie/tablecie zadeklarowało ogółem 51% respondentów (również 55% na jakimś sprzęcie audio, np. radiu); czytanie i przeglądanie treści na telefonie/tablecie zadeklarowało ogółem 72% respondentów, podczas gdy na komputerze/laptopie już 49% (na czytnikach e-booków tylko 4%); oglądanie materiałów wideo (filmy, seriale, streamy, poradniki) odpowiednio 61% i 57% (w telewizorze już tylko 44% respondentów). Dodatkowym kontekstem powszechnego wykorzystywania urządzeń mobilnych jest to, że znacząco ułatwiają one aktywność. W trakcie przemieszczania się wiele osób angażuje się w fotografowanie, nagrywanie, obserwowanie otoczenia i rejestrowanie przestrzeni – 40% respondentów wskazało, że wykonuje zdjęcia lub nagrywa wtedy filmy, 58% gra w gry mobilne lub rozwiązuje quizy. Użytkownicy Internetu często również komentują treści, polecają podcasty, udostępniają zdjęcia z podróży, biorą udział w dyskusjach online. To pokazuje, że istotnym elementem tej przestrzeni jest również tworzenie treści kulturowych (np. postów, relacji, vlogów). Smartfon i tablet są zatem kluczowymi „bramami” do kultury mobilnej – dzięki swojej dostępności, wielofunkcyjności i wygodzie obsługi w ruchu.

To, co wyłania się z tych danych, to obraz mobilności rozumianej znacznie szerzej niż konieczność logistyczna. Przemieszczanie się staje się nieformalnym, lecz intensywnie wykorzystywanym czasem i przestrzenią kontaktu z kulturą, które uczestnicy badania potrafią skutecznie adaptować, pozostając w zgodzie z własnymi potrzebami.

Aktywności a rytm tygodnia

W codziennych momentach – kiedy ręce są zajęte, ale głowa może pracować – ludzie sięgają po muzykę, podcasty, wiadomości, filmy i inne formy kultury. Coraz częściej to właśnie one stanowią przedmiot kontaktu z treściami kulturowymi, są nie tylko uniwersalne, lecz także silnie zakorzenione w rytmie codziennego życia. Wśród 68% respondentów analizowanego badania, właśnie w tych, pełnych innych zadań, momentach dokonuje się największy transfer kultury

do codzienności. Udział aktywności kulturalnych w trakcie wykonywania innych czynności instrumentalnych jest znaczny: 71% respondentów deklaruowało słuchanie treści kulturalnych podczas wykonywania innych czynności, 56% – czytanie lub przeglądanie, a 51% – oglądanie. Oznacza to, że większość badanych integruje aktywności kulturalne z rutynowymi, często fizycznymi czynnościami dnia codziennego i że są to praktyki powszechne i powtarzalne, co świadczy o „towarzyszącym” charakterze kultury. To, co warto podkreślić, to fakt, że dla wielu osób deklarowane aktywności są niemal równie intensywne w ciągu całego dnia – „przed pracą”, tj. przed 9 (przy porannej kawie, ale i w trakcie przemieszczania się), deklaruje je 57% uczestników badania, w typowym czasie pracy jest to ponad 80% (w tym godziny 9–12 zaznaczyło 80%, 12–15 83%, 15–18 – 88% respondentów), godziny „po pracy”, tj. 18–21, deklaruje 84% respondentów, a wieczorne, po 21 – 63%. Dane te jednoznacznie pokazują, że szczyt aktywności kulturalnych przypada na godziny okołopracowe, a ich intensywność wskazuje na silne związanie uczestnictwa z mobilnością i rytmem dnia roboczego, przez co stają się one integralną częścią codziennego życia.

Idąc tym tropem, należy zauważyć, że niemal połowa respondentów (47%) ma kontakt z kulturą w trakcie tygodnia, w czasie i miejscu pracy (w grupie wolnych zawodów i freelancerów odsetek ten sięga 68%), chociaż przybierają zróżnicowaną formę – aż 80,4% respondentów zadeklarowało, że w czasie pracy słuchało muzyki (60%), radia (64%), podcastów/audycji (16%) lub audiobooków (9%). Dzięki temu, że aktywności audio nie wymagają kontaktu wzrokowego z ekranem, idealnie współgrają z wykonywaniem zadań zawodowych, zwłaszcza tych rutynowych i indywidualnych. Czytanie i przeglądanie treści w pracy deklaruje 66,1% respondentów, media społecznościowe są głównym źródłem treści dla 65% respondentów, a wiadomości i artykuły online dla 61%. Poza tym badani przeglądają ogłoszenia, strony sprzedażowe (23% badanych), a po 13% czyta materiały edukacyjne i poradniki oraz prasę. Dodatkowo – ponieważ 72% respondentów deklaruje, że do czytania wykorzystuje urządzenia mobilne (telefon/tablet) – 51% również do słuchania i 61% do oglądania, można przypuszczać, że używają ich do tych celów także w trakcie pracy. Są to działania, które łatwo „włączyć” w rytm pracy – osadzone w cyfrowych mediach, realizowane są „po cichu”, często w tle innych obowiązków, gdzie elastyczność przestrzeni cyfrowej pozwala na indywidualne wybieranie treści i formy aktywności. Korzystanie z treści kultury odbywa się na ogół w sposób dyskretny, na przykład na telefonie lub drugim ekranie, osobisty, bo najczęściej bez udziału innych – samotnie czyta 97% respondentów, a słucha – 96%. Aktywność kulturalna w pracy przybiera raczej formę współistnienia w ciszy, gdzie często każdy ma własne słuchawki, ale równocześnie współobecności bez komunikacji.

W kontekście wątku aktywności kulturalnej w czasie i miejscu pracy warto również dodać, że działania podejmowane przez uczestników badania nie zawsze mają wyłącznie charakter rozrywkowy. Osobnym zjawiskiem jest pośrednie powiązanie ich z pracą – mogą z niej wynikać, być częścią szkoleń, wpływać na rozwój zawodowy, ale również służyć samorozwojowi i poszerzaniu kompetencji kulturowych, językowych, społecznych i emocjonalnych. Przykładami takich aktywności mogą być podcasty edukacyjne i audiobooki – słuchane odpowiednio przez 9% i 16% respondentów, poradniki i edukacyjne treści wideo – zaznaczone odpowiednio przez

8% i 12% respondentów, czytanie książek, artykułów, tekstów merytorycznych – gdzie 27% badanych zadeklarowało tę aktywność w czasie pracy. A zatem aktywność kulturalna w czasie i miejscu pracy staje się integralną częścią codziennej rutyny – z jednej strony indywidualną, cichą i dyskretną praktyką, a z drugiej jednak – powszechną. Ludzie nie czekają z jej urzeczywistnieniem na czas wolny od pracy i – podobnie jak w kontekście przemieszczania się – włączana jest ona do rytmu dnia, stając się formą ukrytego uczestnictwa. Kształtuje to nowe, hybrydowe (elastyczne i wielozadaniowe) formy kulturowej partycypacji, głęboko osadzone w codzienności.

Powyższe obserwacje wydaje się potwierdzać nieznacznie tylko wyższa intensywność aktywności respondentów w weekendy, gdzie słuchanie wzrasta z 71% do 76%, czytanie/przeglądanie z 57% do 64%, a oglądanie z 51% do 56%, co może być rezultatem większej ilości czasu wolnego oraz mniejszego pośpiechu. Jednocześnie jednak zmienia się rodzaj tej aktywności: w weekendy rośnie liczba osób sięgających po książki i komiksy (z 9% do 15%), po podcasty i audycje (z 16% do 19%) oraz podejmujących działania edukacyjne – z 8% do 12%. Wysokie wskaźniki słuchania (radio – 47% dni powszednie, 44% weekend; muzyka – 37% i 42%) potwierdzają, że dźwięk pełni funkcję tła dla różnorodnych zajęć – w tygodniu w większości towarzyszy wykonywaniu obowiązków domowych, takich jak gotowanie, sprzątanie i higiena osobista, oraz pracy. Weekendowe słuchanie ma bardziej refleksyjny i rozwojowy charakter, wymaga większego skupienia – podcasty, audiobooki, materiały edukacyjne i poradniki stają się formą bardziej świadomych i selektywnych wyborów – lekki wzrost w weekend (podcasty z 16% do 19%, audiobooki z 9% do 12%, pozostałe z 8% do 12%) sugeruje, że słuchacze sięgają po nie, gdy mogą bardziej się zaangażować. Podobnie – w dni powszednie najwięcej osób sięga po media społecznościowe (36%) oraz wiadomości i informacje w Internecie (31%), a w weekendy dane te wynoszą odpowiednio 44% i 32%. Wzrost aktywności w mediach społecznościowych może wynikać zarówno z potrzeby rozrywki, „nicnierobienia”, jak i z braku presji czasowej, pozwalającej na dłuższe „przewijanie” i uważniejsze czytanie. Czytanie w ogóle zresztą, na przykład książek i komiksów, również jest powszechniejsze w weekendy (odpowiednio z 9% w tygodniu do 15% w weekendy), co sugeruje, że użytkownicy mają warunki do skupienia i nie muszą dzielić uwagi z innymi bodźcami. Co ciekawe, czytanie prasy nie zależy od dnia tygodnia (po 13% respondentów zadeklarowało czytanie w tygodniu i w weekend), co może wskazywać na przywiązanie do tego medium – jeśli ktoś czyta, to czyta niezależnie od dnia tygodnia i zapewne ma swoje ulubione gazety. Na ogół jednak czytanie w kontekście czynności instrumentalnych realizowane jest często z użyciem smartfona i może być wplatanie w przerwy między obowiązkami lub wykonywane równoległe z prostymi zadaniami domowymi. Z kolei oglądanie filmów i seriali, jako forma o większym progu zaangażowania, jest aktywnością powszechniejszą w weekendy (tak wskazało 39% respondentów) niż w dni powszednie (29% respondentów). Pozostałe formy również cieszą się większą popularnością w trakcie weekendów, ale różnice punktowe nie są już tak wyraźne, na przykład podcasty wideo, reportaże i treści edukacyjne odnotowują wzrost popularności z 16% do 19%. Wyniki te pokazują, że choć weekendowy wzrost aktywności nie jest gwałtowny, to wyraźnie zmieniają się jej jakość i cel. Uczestnicy kultury chętniej

wybijają wtedy treści wymagające większego skupienia i zaangażowania, co może świadczyć o świadomym zarządzaniu czasem i potrzebie rozwijania się.

Wyłania się tu obraz, w którym aktywność kulturalna jest elastycznie dopasowywana do rytmu tygodnia – od poniedziałku do piątku na ogół dominują szybkie, łatwo dostępne formy (muzyka, media społecznościowe, newsy), a w weekendy użytkownicy sięgają po treści wymagające czasu i uwagi. Widoczny jest również podział funkcjonalny – dźwięk towarzyszy codzienności, podczas gdy obraz i tekst wymagają bardziej intencjonalnego zaangażowania. Ogólny obraz wskazuje, że wybór formy jest silnie zależny nie tylko od dostępności czasu, ale też od możliwości mentalnego „przełączenia się” w tryb głębszego odbioru. Ostatecznie więc aktywność kulturalna w coraz większym stopniu zależy od rytmu życia i kontekstu niż od podziału na czas wolny i czas wykonywania różnorodnych obowiązków.

Dom jako przestrzeń uczestnictwa

Aktywność kulturalna w czasie instrumentalnych czynności codziennych wskazuje na rolę, jaką w tej aktywności pełni dom. Wyniki badania pokazały, że po 80% respondentów czyta coś i przegląda w czasie wykonywania obowiązków domowych, a 79%, że w tych okolicznościach ogląda lub słucha. Wspólne przebywanie w przestrzeni, gdzie obecna jest kultura (np. grające radio lub podcast), tworzy rodzaj tła dźwiękowego nie tylko dla samego uczestnictwa, ale i budowania subtelnych więzi między domownikami.

W domach wieloosobowych kultura w tle może zatem tworzyć wspólne audiospołeczeństwo – wszyscy słyszą ten sam dźwięk, nawet jeśli nie uczestniczą aktywnie, ale jednocześnie badania pokazały, że 80% tych aktywności ma charakter samotniczy i silnie spersonalizowany (każdy czyta własną książkę, przegląda na indywidualnym smartfonie lub tablecie).

Uczestnictwo w kulturze w przestrzeni domowej ma częściej charakter intymny, zintegrowany z codziennością, a nie wyjątkowy czy okazjonalny. Dom pełni tu funkcję przestrzeni, w której kultura dostępna jest na zasadzie ciągłości – poprzez włączone radio, dostęp do Internetu, urządzenia mobilne i domowe ekrany. Ta formuła bliskości i łatwego dostępu sprawia, że dom staje się centrum konsumpcji kultury kontekstowej – osadzonej w realiach codziennego życia, często nieplanowanej, spontanicznej, gdzie ludzie mogą wybierać dowolne treści bez presji społecznej, korzystać z kultury w dogodnych momentach dnia – często wielozadaniowo, na przykład gotując lub wykonując czynności pielęgnacyjne (po 92% respondentów wskazało, że ogląda coś, czyta lub słucha w trakcie wykonywania czynności fizjologicznych). A zatem dla wielu osób właśnie w domu odbywa się większość kontaktów z kulturą – zarówno w formie świadomego wyboru, jak i działania przy okazji, zaś uczestnictwo w kulturze zyskuje formę „towarzysza codzienności” i staje się częścią domowych rytuałów.

Kultura w codzienności: pomost czy granica? Refleksja nad ustaleniami badawczymi

Wnioski płynące z badań pozwalają zbliżyć się do odpowiedzi na pytanie o uspołeczniającą funkcję kultury, ale czynią to w sposób wielowymiarowy, złożony i kontekstualny. Jednym z podstawowych ustaleń wynikających z analizy uzyskanych wyników jest potwierdzenie

zmiany paradygmatu uczestnictwa w kulturze. Kultura jest „tłem życia”, jest obecna w drodze do pracy, podczas gotowania czy nawet w czasie zawodowych obowiązków, a wszystko, co nasycone symboliką, rytmem, emocjami i powtarzalnością, może być dziś uznane za praktykę kulturową, gdzie uczestnictwo jest częścią tych procesów. Oznacza to, że współczesne rozumienie kultury znacząco wykracza poza tradycyjne rozumienie jej jako domeny instytucjonalnej – muzeów, teatrów lub wydarzeń artystycznych, a coraz wyraźniej widoczny staje się proces przenikania kultury do codzienności. Polityka kulturalna nie może zatem opierać się wyłącznie na wskaźnikach uczestnictwa instytucjonalnego, gdy dzisiejszy odbiorca kultury działa poza instytucjami, w przestrzeni codziennych czynności, mobilności i mediów cyfrowych.

Kolejnym ustaleniem, wynikającym bezpośrednio z poprzedniego, jest wszechobecność kultury, która nie wymaga już fizycznego udziału w wydarzeniach ani obecności w instytucjach. Kultura instytucjonalna traci monopol na definiowanie, „czym jest kultura”, bo ta ostatnia jest dostępna dzięki smartfonom, słuchawkom, aplikacjom mobilnym – i wpisuje się w rytm dnia codziennego. Aby zachować znaczenie społeczne, przed kulturą instytucjonalną stoi wyzwanie podjęcia dialogu z kulturą codzienności, na przykład poprzez dostosowanie swojej oferty do nowego rytmu życia i nawyków odbiorców, rozwijanie oferty mobilnej, treści „na wynos”.

Powyższe uzupełnia kolejny wniosek, że większość codziennych aktywności kulturalnych dzieje się w oswojonej przestrzeni – w drodze, w pracy i w domu oraz w wybranym czasie – planowanym świadomie, wynikającym z innych obowiązków. W tym swoistym i zindywidualizowanym rytmie życia ludzie słuchają, oglądają, czytają, często równolegle wykonując inne zadania. Przestrzeń i czas nie tylko sprzyjają uczestnictwu, ale też je formatują – decydują o jego formie, intensywności i jakości.

Podsumowując: współczesne formy uczestnictwa są zróżnicowane i zależą od wielu czynników, a pytanie o to, czy kultura łączy, czy dzieli, wymaga dziś rozpatrzenia na poziomie empirycznym i praktycznym – właśnie w kontekście codziennych rytuałów i zwyczajów kulturowych. Obraz, który się tu wyłania, jest złożony, pełen napięć i paradoksów: kultura jednocześnie buduje wspólnotowość i potęguje indywidualizację doświadczenia, której sprzyjają słuchawki w uszach czy ekran w dłoni, izolujące od otoczenia i gdzie każdy uczestniczy na własnych warunkach, w wybranym przez siebie czasie i przestrzeni. Widać zatem, że to wyraźna zmiana względem kultury instytucjonalnej, która zakładała fizyczne współuczestnictwo (np. wspólne wyjścia do kina), zbiorowe przeżywanie emocji (np. na koncercie). Warto podkreślić tu również, że choć kultura w codzienności jest wszechobecna, to często ma charakter indywidualny, a nie zbiorowy. Jej formy są często intymne, milczące, osobiste, tworzą wspólnotowość „zapośredniczoną” lub symboliczną – użytkownicy tego samego podcastu mogą nigdy się nie spotkać, ale czują się częścią tej samej grupy. Ten trend wzmacnia indywidualizację, ale nie musi oznaczać osamotnienia – raczej nowe formy relacyjności, zbudowane wokół treści, emocji i powtarzalnych rytuałów. Choć kultura przeniknęła do każdego aspektu codzienności, nie stała się przez to automatycznie inkluzywna – z jednej strony demokratyzuje dostęp, ale z drugiej pogłębia nierówności. Widać wyraźnie, że zmienia się nie tyle fakt uczestnictwa, co raczej jego forma, a dostępność do niej zależy zarówno od kompetencji cyfrowych, których brak

powoduje wtórne wykluczenie kulturowe, nawet jeśli formalnie dostęp do urządzeń istnieje – jak i kulturowych, gdzie nie wszyscy mają równe kompetencje w odnajdywaniu i przetwarzaniu treści. Być może zatem przyszłością stanie się aktywne projektowanie oferty dla dobrze zidentyfikowanych segmentów uczestników, wspieranie zarządzania organizacjami w zakresie wdrażania rozwiązań, które wyjdą im naprzeciw.

Rytm dnia, warunki pracy, umiejętności cyfrowe, styl życia, a nawet dostęp do stabilnego Internetu – wszystko to wpływa na realny poziom uczestnictwa. Kultura codzienna nie wymaga od odbiorcy pełnej uwagi, nie towarzyszy jej często refleksja ani głęboka analiza i z tego względu może zostać łatwo zdegradowana do roli rozrywki, banalnej „tapety” towarzyszącej codziennym czynnościom, a przecież pełni ważne funkcje emocjonalne, rytualne, stabilizujące, co jest coraz bardziej istotne w kontekście społeczeństwa przeciążonego bodźcami i informacjami. Widać je zresztą w działalności kulturalnej o charakterze bardziej zinstytucjonalizowanym, choć są zdecydowanie niedoceniane – w działaniach aktywizujących różne grupy społeczne, pedagogice i animacji, działalności amatorskich zespołów artystycznych, gdzie ich zauważenie pozwoliłoby na przykład na włączanie kultury do polityk zdrowia psychicznego i społecznej integracji¹²⁵.

Polityka kulturalna powinna uznać te tendencje, ponieważ uniwersalna oferta „dla wszystkich” nie działa. Musi odpowiadać na przemiany rytmu życia, form pracy, stylu spędzania czasu i technologii, bo kultura dzieje się dziś przede wszystkim w tramwaju, kuchni, między spotkaniami, podczas jazdy rowerem. Oznacza to również zmianę w logice zarządzania kulturą – od instytucji do odbiorcy, od wydarzenia do procesu, od ekskluzywności do dostępności. Organizacje, które nie zareagują na ten kierunek, stracą swoją funkcję społeczną. Te, które się przekształcą – mają szansę stać się nowoczesnymi mediatorami sensu w świecie nadmiaru, wspierając odbiorców w kształtowaniu tożsamości, emocji i relacji.

125 K. Plebańczyk, M. Barańska, *Addressing loneliness in children and youth: lessons learnt from the activities of amateur artistic movements*, „Law. Education. Security” 2025 (w druku).

***Silent disco* i wypełnienie ciszy. Nowa/stara audialność praktyk kulturowych**

Iwona Kurz

Aktywności kulturalne analizowane w kontekstowych badaniach uczestnictwa z założenia traktowane są jako część szerszego układu działań, który może także angażować inne podmioty i wiąże się z użyciem określonych narzędzi, za pomocą których – lub mimo których (w przypadku czynności instrumentalnych) – możliwy jest dostęp do treści kulturalnych.

Jedna z głównych tez syntetyzujących wyniki badania podkreśla rolę audialności – słuchania – jako najczęściej podejmowanej aktywności kulturalnej (teza VI), choć zróżnicowanej społeczno-demograficznie i technologicznie. Poza opisem praktyk audialnych zgodnie z danymi badania, w tym ich odniesieniem do zagadnienia ich możliwej roli odspołeczniającej (wątki te pojawiły się już w kilku artykułach w tym tomie), chciałabym także zapytać o możliwe konsekwencje tej nowej audialności. Ponieważ nie dysponujemy materiałem porównawczym, trudno mówić o sile opisywanych tendencji. Są one jednak widoczne jako przeobrażenia praktyk, wywołane zmieniającym się stylem życia oraz modelem rodziny, ale przede wszystkim zmianami technologicznymi, nowymi narzędziami – w tym urządzeniami mobilnymi podłączonymi do sieci.

Badania, których wyniki tu analizujemy, nie są oczywiście wyczerpujące, ale pozwalają na sformułowanie pewnych intuicji lub przynajmniej postawienie kolejnych pytań, także dotyczących wspomnianych modusów komunikacji oraz praktyk wymagających skupienia, co prowadzi do zagadnień poznawczych i wręcz przemian podmiotowości, zgodnie ze spostrzeżeniem Jonathana Crary'ego, rozwijanym w kilku jego pracach, że sposoby naszego intencjonalnego słuchania, patrzenia lub skupiania się na czymś mają głęboko historyczny charakter¹²⁶. Dlatego piszę tu o audialnych praktykach kulturowych, umieszczając aktywności kulturalne związane ze słuchaniem we współczesnej audiosferze oraz w kontekście szeroko rozumianej komunikacji.

126 J. Crary, *Zawieszenia percepcji...*, dz. cyt

Akustyczna „tapeta” czy audialne pożytki?

Wśród wszystkich respondentów aż 77% zadeklarowało słuchanie czegoś w dniu poprzedzającym badanie (dla porównania – 72,9% oglądało coś; 74,9% czytało/przeglądało). W kolejnych przybliżeniach 77,1% słuchało w trakcie czynności fizjologicznych (wobec nieco ponad 73,2% dla oglądania oraz 75,7% dla czytania/przeglądania); 84,2% w trakcie pracy zawodowej lub nauki (wobec 73,2% – oglądanie, a 75,8% – czytanie/przeglądanie); 80,4% – podczas prac domowych i opiekuńczych (odpowiednio 75,1% oraz 78,2%); a 83,3% – podczas przemieszczania się (kilka procent więcej niż oglądanie i czytanie, odpowiednio 74,4% i 77,6%).

W grupie praktyk, w których akcent przesuwają się z towarzyszenia innym czynnościom na bardziej celowe odbieranie treści kultury (a zarazem zmniejsza się próba, gdyż są one mniej powszechne), słuchanie jako działanie samorealizacyjne deklarowało 79% osób (oglądanie 77,9%, czytanie/przeglądanie 80,1%); podejmowane z innymi – 81,5% (wobec odpowiednio 78,2% oraz 79,2%); a podejmowane jako czynności nadzwyczajne – 83,5% (wobec 76,6% – oglądanie, 85,9% – czytanie/przeglądanie).

Słuchanie zatem jest powszechną aktywnością kulturalną, wyraźnie też częstszą niż inne, a jego potencjał jako praktyki kontekstowej jest większy niż innych. Badanie kontekstowe, pokazujące aktywności kulturalne jako uwikłane w inne czynności i zakorzenione w pewnym całościowym doświadczeniu, uruchamia też myślenie w kategoriach angażowania cielesności i zmysłów – co może przybierać bardzo różne formy: od aktywności jednozmysłowych i „uśpienia ciała” (jak słuchanie audycji w radio bez podejmowania innych działań), przez celowe i skupione aktywności wielozmysłowe na wyłączność (np. oglądanie telewizji), po działania wielozmysłowe i wielofunkcyjne, kiedy uwaga w różnym stopniu skupia się na różnych aktywnościach (jednoczesne prowadzenie roweru i słuchanie muzyki lub gotowanie obiadu i oglądanie – podglądanie? – serialu). Pod tym względem praktyki audialne (kiedy już zostaną uruchomione) nie wymagają używania rąk, szerzej ciała, ani nakierowania percepcji albo szczególnego skupienia uwagi. Można zatem wykonywać czynności manualne, zajmować się pracą zawodową, domową, prowadzeniem roweru lub samochodu czy myciem zębów bez odrywania się od tych zajęć i nawet bez zerkania (jak w przypadku treści audiowizualnych). W niektórych przypadkach czynności te pozwalają również na skupienie na treściach, konieczne w przypadku próby przyswojenia informacji i wiedzy czy „wsluchania się” w muzykę.

Jak jednak wynika z badań, aktywności kulturalne, które można podejmować w tle innych, są w cenie. Na osobną uwagę zasługują możliwe powody tego rodzaju zaangażowania: chęć odreagowania powtarzalnego charakteru czynności wykonywanych bezwiednie, wewnętrzny nakaz produktywności i maksymalizacji użyteczności, nieumiejętność znoszenia czasu „pustego” i akceptacji „nicnierobienia”, potrzeba „odgrodzienia się” od niechcianych bodźców i kontaktów społecznych czy brak czasu na skupione działania kulturalne.

W kontekście właściwej dla świata współczesnego eksplozji bodźców i priorytetyzacji efektywności aktywności audialne funkcjonalnie rozciągają się od wytwarzania dźwiękowej

bariery od świata lub tła dla niego (akustycznego muru, tapety) po skupione słuchanie treści o charakterze poznawczym lub estetycznym (możliwe pożytki) – to spektrum, w którym różne modusy uwagi mogą płynnie przechodzić pomiędzy sobą.

Jego pierwszy biegun nie jest niczym nowym; skargi na hałas zaczęły się w początkach wielkowiejskiej cywilizacji nowoczesnej¹²⁷, a potrzeba jego wyciszenia nadto często realizowana była i jest za pomocą dodatkowych dźwięków, czyli wytworzenia audialnej bariery osłaniającej przed innymi dźwiękami lub wypełniającej duże przestrzenie, również w celach marketingowych (tzw. muzak albo muzyka funkcjonalna), co uległo wzmocnieniu wraz z umasowieniem technicznych urządzeń do reprodukcji dźwięku. Notabene nie postawiłabym jednak dużo na założenie, że ankietowani, mówiąc o słuchaniu (ale też oglądaniu na przykład), mieli na myśli treści podsuwane nam przez rzeczywistość – to oczywiście spekulacja, badanie jednak odnosi się raczej do wyborów i postaw niż całościowego doświadczenia zmysłowego (pyta, czy podejmowane były określone aktywności, a nie czy było się na nie narażonym albo zmuszonym do ich podejmowania). Co jednak nowe, to upowszechnienie praktyki wytwarzania bariery indywidualnej, umożliwiające przez słuchawki¹²⁸ – wcześniej dawało taką możliwość tylko wewnątrz domu lub, w kontekście przemieszczania się, samochodu¹²⁹. Być może to powinno być kolejne pytanie badawcze: jak często korzystasz ze słuchawek (więcej o tym w kolejnej części tekstu).

W przypadku drugiego końca spektrum, czyli słuchania skupionego, wymaga ono czasu wolnego od innych praktyk, które kradną uwagę lub zmuszają do jej dzielenia. Potwierdzają to dane: w weekendy wyraźnie więcej osób słucha treści poznawczych (jak podcasty i audycje – 19% wobec 16% w dzień powszedni), ale też muzyki (42% wobec 37%). Podobna prawidłowość dotyczy też zresztą czytania.

Co ciekawe jednak, w weekendy spada słuchalność radia – z 47% w dni powszednie do 44% w weekendy. To medium w równym niemal stopniu słuchane przez kobiety i mężczyzn (48% i 47%), ale zróżnicowane ze względu na wykształcenie (słucha go 51% bardziej wykształconych i 40% słabiej wykształconych osób) i przede wszystkim wiek (18% wskazań wśród młodszych i 54% – starszych). Wskazywałoby to prawdopodobnie, że słuchanie radia jest aktywnością „wysoką”, kojarzoną z tradycyjnym udziałem w kulturze, toteż w weekendy zostaje niejako wyparte przez praktyki towarzyskie i wyjścia do instytucji. Można też zadać pytanie związane właśnie ze sposobami skupiania uwagi i konkretnymi treściami, choć wykraczające już poza wyniki badania – z jednej strony, na ile gdy mówi się o radiu, mowa jeszcze o istniejącym fizycznie odbiorniku (sprzęt audio, radio samochodowe), na ile o streamingu treści za

127 Pisał o tym m.in. Walter Benjamin w *Pasażach*, także w odniesieniu do twórczości Baudelaire'a jako „pierwszego nowoczesnego”. W. Benjamin, *Paryż II Cesarstwa według Baudelaire'a*, tłum. H. Orłowski, [w:] tegoż, *Anioł historii. Eseje, szkice, fragmenty*, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 1996; J. Crary, *Zawieszenia percepcji...*, dz. cyt. Por. też K. Bijsterveld, *Mechanical Sound. Technology, Culture, and Public Problems of Noise in the Twentieth century*, MIT Press, Cambridge-London 2008.

128 Jak podaje Mirosław Filiciak w artykule *Media: maszyny uspołecznienia?*, wartość rynku słuchawek uległa niemal podwojeniu przez ostatnie sześć lat.

129 Por. *Sound and Safe. A History of Listening Behind the Wheel*, eds. K. Bijsterveld, E. Cleophas, S. Krebs, G. Mom, Oxford University Press, New York 2014.

pośrednictwem platform muzycznych czy stacji sieciowych; z drugiej – czy chodzi o radio informacyjno-muzyczne (bliżej funkcji tła), czy stacje z audycjami (bliżej funkcji poznawczych), opierające się na ramówce (choć, podobnie jak w przypadku telewizji, niekoniecznie słuchane zgodnie z nią – archiwum sieciowe, podcast to możliwe formy dostępu do programów przegapionych w momencie ich nadawania).

Silent disco czy wspólnota gustów?

Druga oś, na której warto zobaczyć praktyki audialne, dotyczy ich charakteru społecznego – zgodnie z tezą IV uczestnictwo w kulturze ma nadto często charakter izolacyjny. Jak pisze Marek Krajewski, przedstawiając tezę: „Jego ilustracją jest osoba obecna w miejscu publicznym ze słuchawkami na uszach – separująca się dzięki nim od otoczenia i reżyserująca swoją własną fonosferę niezależnie od tego, gdzie obecnie się znajduje”¹³⁰.

Proces ten ma swój początek w latach 80. XX wieku – za sprawą walkmana. Pisząc o „efekcie walkmana”, Shuhei Hosokawa podkreśla zwrotny charakter tego momentu i wiąże praktykę słuchania muzyki na tym przenośnym urządzeniu z konstrukcją podmiotu jako takiego: to autonomia-ja-w ruchu (*autonomy-of-the-walking-self*)¹³¹. Nie chodzi tu bowiem jedynie o wytworzenie bańki izolacyjnej odgradzającej od hałasu, ale o bycie w ruchu i swobodę wyboru (raczej poczucie swobody – jak bym to zniuansowała). Dziś słuchawki są częścią wyposażenia wszystkich wielozmysłowych urządzeń mobilnych – smartfona, tabletu, laptopa, ale też stacjonarnych, jak komputer czy konsole do gier. Znow, spekulując, raczej nie są domyślnym dodatkiem do telewizora, a często nawet sprzętu audio domagającego się przestrzenności dla dźwięku.

Zgodnie z wynikami badań, niezależnie od charakteru treści i odbiornika, dominuje słuchanie samotnicze, daleko w tyle jest wskazanie, że praktyka ta odbywa się przy innych. Szczególnie dużo wskazań – 33% – ma w tym przypadku radio, wyraźnie też więcej osób wskazuje słuchanie muzyki jako aktywność podejmowaną przy innych (25,8%) lub z innymi (12,4%). Zasadniczo 25% osób słucha czegoś z innymi. Jednocześnie w przypadku działań odświeżających, związanych z wyjściem z domu, koncerty zostały ujęte razem z teatrem i blisko połowa ankietowanych wskazała je jako podejmowane samotniczo. Połowa też – 52% – nie była w ostatnim roku na koncercie; nadal jest to jednak aktywność, którą w popularności przebija jedynie kino (34% próby nie było w kinie), a porównywalna w częstotliwości do wizyt w muzeach oraz udziału w wydarzeniach plenerowych. Coroczne wyniki badań aktywności kulturalnej Narodowego Centrum Kultury wskazują przy tym na spadek zainteresowania kulturą instytucjonalną w ostatnim czasie – w przypadku koncertów muzyki innej niż klasyczna „ich uczestników ubyło z 51% w 2023 roku do 43% w 2024 roku”¹³².

130 Por. opis tezy VI w tym tomie, s. 22.

131 S. Hosokawa, *The Walkman Effect*, [w:] *The Sound Studies Reader*, ed. J. Sterne, Routledge, London–New York 2012, s. 105.

132 Badania w kolejnych latach wykażą, czy jest to tendencja, czy jedynie izolowany spadek. A. Głowacki, A. Skrzypińska, *Aktywność kulturalna Polaków w 2024 roku. Komunikat z badań Narodowego Centrum Kultury*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2025.

W przypadku osi uspołecznienia suwak wyraźnie przesuwają się w stronę izolacji. Praktykę separacyjnego słuchania jako domyślną odpowiedź na hałas rzeczywistości wzmacnia indywidualizacja gustów: wybór podcastów w zakresie, który nas interesuje, wybór muzyki zgodnie z własnym upodobaniem. Odspołecznienie w tym kontekście ma bowiem dwa wymiary: (nie)bycie razem czy (nie)wspólne podejmowanie aktywności oraz brak uwspólnienia treści. W przypadku muzyki, podobnie jak kina, krytykę w roli kuratorów tej dziedziny z jednej strony zastąpiły algorytmy, z drugiej indywidualne polecenia i rekomendacje (sprzężone zresztą ze sobą).

Ciekawym uzupełnieniem mogą tu być badania widowni teatralnej, wskazujące, że dokonuje ona wyborów na podstawie opinii znajomych, a nie recenzji¹³³. Ciekawym nie tylko dlatego, że wskazują na malejącą rolę krytyki jako instytucji kuratorowania treści i organizowania dyskusji o kulturze, ale też na rolę rozmowy. Wspomniane już badania aktywności kulturalnej Narodowego Centrum Kultury objęły także pytania o to, czy badani rozmawiali o przeczytanych książkach i obejrzanych filmach – zadeklarowało to odpowiednio 57% i 71% respondentów (przynajmniej raz w roku)¹³⁴. Jednocześnie krytyka dziś coraz częściej również przybiera formę rozmowy, przede wszystkim w formie wywiadu i podcastu, zatem nie zamkniętego tekstu, ale wymiany opinii w postaci oralnej. Niestety nie pytano o rozmowy na temat muzyki, ale 34% badanych z różną częstotliwością dzieliło się „kawałkami” lub linkami do niej, aż 9% przynajmniej raz w tygodniu. Ten rodzaj praktyki nie wymaga rozmowy, choć może się odbywać w jej trakcie lub za pomocą podlegających poetyce oralności wiadomości w komunikatorach społecznych.

Domyślnym urządzeniem we wszystkich badanych grupach wiekowych jest smartfon – na stałe podczepiony do ciała. Zróżnicowania wskazują, że popularność jego użycia maleje wraz ze wzrostem częstotliwości korzystania z telewizora – wśród najmłodszych z telefonu korzysta 93%, a z telewizora 26%; wśród najstarszych odpowiednio wynik jest podobny dla obu urządzeń: 53%. Oba urządzenia w odmienny sposób kształtują audiosferę. Wyjściowo telefon byłby po stronie praktyk indywidualistycznych, telewizor zaś – jako centrum ogniska domowego – dospołecznych. To jednak oczywiście grube uproszczenie. Nie uwzględnia gospodarstw jednoosobowych oraz tych, w których jest więcej niż jeden odbiornik. Nie uwzględnia też praktyki, w której oglądanie telewizji nie jest czynnością wspólną, ale domową „tapetą”, od której być może część domowników odgradza się za pomocą własnych innych urządzeń (aż 24% osób wskazuje na telewizor jako urządzenie do słuchania)¹³⁵. Można zatem zapytać, czy domowa przestrzeń słuchania (podejmuje tę aktywność w domu 95% badanych) jako audiosfera jest wspólna, w tym sensie monofoniczna, czy polifoniczna lub czasem kakofoniczna (wypełniona dźwiękami dnia codziennego, odgłosami spoza mieszkania, rozmowami lub krzykami).

133 *Badania publiczności teatrów w stolicy. Raport*, oprac. A. Siwiak, K. Wittels, Instytut Teatralny im. Zbigniewa Raszewskiego w Warszawie, Warszawa 2013, s. 12.

134 A. Głowacki, A. Skrzypińska, *Aktywność kulturalna Polaków w 2024 roku*, dz. cyt., s. 18.

135 Pisze też o tym Mirosław Filiciak we wspomnianym tekście *Media: maszyny uspołecznienia*.

W przypadku telefonów warto natomiast dodać ich funkcję jako instrumentów komunikacji społecznej; zwłaszcza zapewne czytanie/przeglądanie obejmuje „pobyty” na stronach społecznościowych. Ale umyka tu być może aktywność polegająca na nadawaniu wiadomości w różnych formatach – od maili po głosówki; w tej komunikacji właśnie następuje wspomniane dzielenie się linkami i treściami „do polecenia”. W tej funkcji telefon towarzyszy też spotkaniom na żywo: jako instrument wymiany. Nawet jeśli analogowe bywają praktyki odbiorcze (jak czytanie i słuchanie w przypadku segmentu młodych analogowych), komunikacyjne pozostają, jak się zdaje, ściśle ucyfrowione, co wiąże się również ze sposobami rekomendowania treści.

Dominacja urządzeń wielofunkcyjnych wpływa również na rozproszenie uwagi w tym sensie, że pozwala na przykład na jednoczesne oglądanie i słuchanie czy też słuchanie i pisanie. Urządzenia jednofunkcyjne zakładają praktykę bardziej skupioną; jak czytnik, który jest wybierany przez niecałe 3% osób, co zapewne odzwierciedla i nieczęstą praktykę czytania na wyłączność, i właśnie nieoczywiste posiadanie sprzętu o ograniczonej funkcjonalności.

Sprzęt audio cieszy się nieco większą popularnością – słucha na nim muzyki odpowiednio 19,3% i 22,0% w dwóch młodszych grupach oraz 41,4%–39,8% w dwóch najstarszych. Tu jednak, jak się wydaje, mogą pojawiać się również inne czynniki, na co zwraca uwagę Maciej Frąckowiak¹³⁶. Z jednej strony starsza grupa po prostu ma sprzęt z „dawnych czasów” i nawyki wykształcone wcześniej, kiedy centrum słuchania był magnetofon, a potem odtwarzacz CD, z drugiej – posiadanie sprzętu jest też skorelowane z wykształceniem. W tym kontekście „jakościowe” słuchanie muzyki byłoby czynnością dystynktywną, podwójnie „luksusową”: ze względu na spełnienie kryteriów audiofilstwa (w tym odpowiednio dużą przestrzeń odsłuchu) i ze względu na koszt tych urządzeń, przecież niekoniecznych, skoro można słuchać na telefonie lub komputerze. Jakimś wymiarem luksusu może być też czas pozwalający na skupione słuchanie „na wyłączność”. W tym sensie byłoby ono również praktyką podwójnie izolującą: jako samotnicze słuchanie, które wyraźnie odróżnia mnie od innych (to kiedyś miał obiecywać właśnie walkman). W jeszcze innym ujęciu korzystanie ze starych mediów (jak pisze Frąckowiak¹³⁷) byłoby odwzorowaniem pozycji praktyk kultury jako cenionych i właśnie niepotocznych, toteż znajdujących swoje własne miejsce (i w sensie czasoprzestrzeni, i fizycznego obiektu) w domu. Zwłaszcza jeśli dotyczy to osób, które również aktywnie korzystają z oferty instytucjonalnej.

Postpiśmienność

Zrekonstruowane tu praktyki nie wyczerpują miejsca i funkcji audialności we współczesnych aktywnościach kulturalnych i, szerzej, praktykach komunikacyjnych. Dokonała się zmiana technologiczna i zmiana w sposobie nadawania treści: wcześniej dostępne na piśmie (książki, prasa), obecnie coraz częściej funkcjonują w postaci audialnej (audiobooki, podcasty, odsłuch artykułów na stronach internetowych gazet). Można też założyć, że jakaś część aktywności opisywanych jako oglądanie to praktyki z istotnym komponentem audialnym. Nie chodzi przy

136 Por. tekst Macieja Frąckowiaka *Od kultury na ekranie do kultur ekranów* w tym tomie.

137 Tamże.

tym o to, że materiały filmowe są najczęściej audiowizualne, ale o to, że w istocie wymiar audialny ma w nich charakter dominujący. Jest to już cecha medium telewizyjnego, w którego codzienności charakterystyczne są programy, gdzie obraz nie niesie treści informacyjnych, służąc jedynie za ilustrację albo uzupełnienie komentarza lub dialogu, ewentualnie wzmocnienie uwagi – choć często jej nie wymaga (archiwalne materiały wyciągane przy powtarzalnych okazjach, jak rocznice historyczne czy żniwa; programy w typie „gadające głowy”; nawet niektóre seriale, modelowane pod nie-uwagę gospodyń domowych). Telewizja to, mówiąc Heideggerem, gadanina. Podobnie jest w przypadku podcastów, których oglądanie często oznacza patrzenie na dwie rozmawiające osoby.

Co ciekawe, telefon w funkcji telefonu traci na znaczeniu, a nagrywanie poczty głosowej coraz częściej uchodzi za lamerskie, ale jednocześnie wiadomości tekstowe – strukturalnie zbliżone zresztą do mowy potocznej, nie do pisma – bywają zastępowane głosówkami. Niezwiązana z badaniami kontekstowymi i jeszcze być może za wczesna do zbadania jest kwestia sztucznej inteligencji jako instrumentu audio: odczytującego treści, niezmuszającego zatem do czytania swoich użytkowników. Rosnące znaczenie wymiaru audialnego będzie zapewne wpływało na sam charakter komunikacji – postpiśmiennej: opartej na bardziej potocznych, raczej konfiguracywnych niż linearnych strukturach¹³⁸, na potoczności wpuszczającej do wypowiedzi emocje, powtórzenia, ruchy ciała i zwiększającej znaczenie kontekstu¹³⁹.

Jednocześnie jednak badania neurologiczne coraz częściej wskazują na późniejsze rozpoczynanie mowy u dzieci¹⁴⁰, a jednym z możliwych wyjaśnień tego zjawiska jest cisza w domu: uczenie się cielesne wymaga naśladownictwa w interakcji, tymczasem domownicy nie mówią do siebie, bo słuchają, często odmiennych treści. Trudno byłoby zatem mówić o powrocie do oralności: różne audialne treści kulturalne, a także upotoczniiona komunikacja, pozbawiona rygorów pisma, prowokują do słuchania, ale mają charakter zapośredniczony, coraz częściej pozbawiony bezpośredniości, a co za tym idzie – interakcji, czyli mówienia. Słuchanie niekoniecznie jest też wyrazem urzeczywistnienia utopijnej „kultury słyszenia”, którą postulował Wolfgang Iser¹⁴¹. Przeciwstawiał on widzenie i oglądanie jako postawę wobec świata, zatem dominującą i zewnętrzną, słyszeniu i słuchaniu jako postawie bycia w świecie, umożliwiającej empatię. Dominujące aktywności kulturalne wskazują jednak, że to bycie jest byciem w sobie, a świat zewnętrzny często ogranicza się do zapośredniczonych „treści”.

To skrótowe uzupełnienie wyników badań kontekstowych w aspekcie audialnym pozwala uzupełnić możliwe zalecenia dla instytucji kultury, zgodnie z wyrażonym tu – ale też obecnym w innych tekstach w tym opracowaniu – przekonaniem, że nawet jeśli maleje zainteresowanie

138 Pisał o tym już McLuhan à propos telewizji. Por. tegoż, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, tłum. N. Szczucka, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004. Por. też J. Dukaj, *Po piśmie*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2019.

139 Można tu przywołać rozróżnienie komunikacji wysoko- i niskokontekstowej zaproponowane przez E.T. Halla (podkreślam: komunikacji, nie kultur). E.T. Hall, *Bezgłośny język*, tłum. R. Zimand, A. Skarbińska, PIW, Warszawa 1987.

140 Por. K. Kuros-Kowalska, *Opóźniony rozwój mowy a nowe technologie. Doniesienia z badań*, „Logopaedica Lodziensia” 5/2021, <https://doi.org/10.18778/2544-7238.05.07>.

141 W. Iser, *Na drodze do kultury słyszenia?*, tłum. K. Wilkoszewska, [w:] *Przemoc ikoniczna czy nowa widzialność?*, red. E. Wilk, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2000, s. 56–74.

nimi, ich rola społeczna rośnie, ponieważ mogą one służyć uspołecznieniu rozumianemu jako wspólne bycie razem i uwspólnienie treści, również w rezultacie jakościowych praktyk kuratorskich (zamiast ilościowych algorytmów). W kontekście tego artykułu ważnym instrumentem działania instytucji powinna być zatem rozmowa jako zaproszenie nie tylko do słuchania, ale też do wypowiedania się. Tu kryje się ważna funkcja związana z udziałem w kulturze oraz udziałem w sferze publicznej, do którego uczestnictwo kulturalne jest wprowadzeniem i przygotowaniem.

Badania też, jak sądzę, proszą się o kontynuację w postaci badań jakościowych wśród reprezentantów segmentów i pogłębionych, w niektórych miejscach doprecyzowanych badań ilościowych, które w jakiejś perspektywie pozwolą zobaczyć tendencje. Największa wartość tych badań sondażowych kryje się w ich kontekstowości – w dostrzeżeniu codziennego i potocznego wymiaru praktyk kulturalnych, co czyni je powszechnymi, ale też potwierdza ich „desakralizację”. Kanon czy „kultura wysoka” były jednak ośrodkami społecznego dyskursu; pytanie, jak kontynuować tę publiczną dyskusję, skoro każdy słucha czego innego i mało kto „gada”.

Nisza dla relacyjnej odświętności? Praca i misja instytucji kultury w kontekście przemian uczestnictwa w kulturze

Mikołaj Lewicki

Instytucje kultury, szczególnie działające w samorządach, konsekwentnie się profesjonalizują i modernizują: funkcjonują coraz częściej w nowoczesnych i unowocześnionych budynkach, zatrudniają coraz lepiej wyszkolonych specjalistów i specjalistki. Nie zmienia się jednak ich pozycja w krajobrazie instytucjonalnym ani etos pracy ich pracowników i pracowniczek. Stale są pozbawiane większych środków na bieżącą działalność, rozliczane z liczby wydarzeń lub odpowiedniego „halo” podczas gminnych świąt, a jednocześnie opierają się na niskich wynagrodzeniach dla kadry i jej etosie „misyjności”. Ten układ nie jest przypadkowy ani nie jest konsekwencją żywiołowych procesów. Ma raczej charakter systemowy, wypełniając podstawowe oczekiwania mieszkańców i mieszkanek, a także rozliczających instytucje kultury samorządów. Nie pozwala jednak na adaptację do zmiany. Badania osób pracujących „w kulturze” na poziomie lokalnym zestawione z rozmowami z młodymi organizującymi lub tworzącymi kulturę oraz z kontekstowymi badaniami uczestnictwa dają obraz strukturalnych niedopasowań między jej instytucjami a partycypacją w niej. Niedopasowania nie dotyczą jednak tylko mechanizmów instytucjonalnych, cyfrowych kompetencji i potencjałów instytucji kultury oraz ich oferty, lecz także mają związek z etosem pracowników i pracowniczek „kultury”.

Głównym celem badań fokusowych było zestawienie różnych perspektyw w kluczowych dla funkcjonowania instytucji kultury kwestiach: zmian oraz tego, co trwałe, w ostatnich latach (tu przyjęto horyzont ostatnich 10 lat); także tego, jak zmieniają się znaczenia instytucji kultury i uczestnictwa. Chodziło o zestawienie z jednej strony perspektywy pracowników i pracowniczek oraz decydentów w instytucjach kultury, z drugiej – poznanie punktu widzenia młodych twórców i twórczyń oraz organizatorek i organizatorów wydarzeń kulturalnych. Wywiady przeprowadzone w tak zdefiniowanych grupach pozwoliły zidentyfikować elementy wspólne, podzielaną wiedzę i przekonania oraz wskazać na różnice, zarówno w obrębie tych grup, jak i pomiędzy nimi. Badania pracowniczek i pracowników instytucji kultury zostały podzielone ze względu na wielkość miejscowości i przeprowadzone w gminie wiejsko-miejskiej

oraz miejskiej, zaś w przypadku decydentów – chodziło o instytucje gminne oraz organizacje pozarządowe działające w gminach, o zróżnicowanym statusie administracyjnym (wiejskie, wiejsko-miejskie, miejskie) oraz zasobach (większe miasta i małe miejscowości). W przypadku młodych zróżnicowanie dotyczyło typu aktywności z poszerzonego pola kultury, stopnia profesjonalizacji oraz charakteru działalności (samotni twórcy, twórcy usieciowieni, działający w organizacjach pozarządowych lub w sektorze prywatnym).

Tekst ten przedstawia kontekst badawczy, a następnie analizy powiązane z wynikami badań, koncentrując się przede wszystkim na procesach przemian instytucji kultury, a w tym zwłaszcza – postaw i doświadczeń ich pracowniczek i pracowników. Odnosi je też do wyników badania sondażowego na temat uczestnictwa w kulturze instytucjonalnej, by następnie wskazać na problem dynamiki uczestnictwa, związanego z cyfrowymi, usieciowionymi zasobami oraz formami komunikacji.

Kondycja i formuła działań instytucji kultury

Zarobki w instytucjach kultury są średnio niższe niż w pozostałych sektorach gospodarki narodowej o około 10–15%¹⁴². Dotyczy to jednak przede wszystkim zatrudnionych na etatach. Trudno jest natomiast oszacować skalę innych form zatrudnienia i wynagrodzeń dla „kontrahentów” zarówno publicznych, jak i prywatnych instytucji kultury czy przedsiębiorstw z sektora przemysłów kreatywnych. Z pewnością jednak praca w instytucjach kultury jest mniej atrakcyjna, jeśli chodzi o średnią wynagrodzeń, zaś poziom bezpieczeństwa i stabilność zatrudnienia zależy od tego, czy ma się etat czy też nie. Zatrudnienie w sektorze kultury jest postrzegane jako bezpieczne, choć gorzej płatne. Wizerunek, kształtowany przez publiczne instytucje, w których dominują etaty, kształtuje raczej przekonanie o bezpieczeństwie, ale nie jest ono podzielane przez pracujących w niepublicznych instytucjach kultury oraz wśród osób, które pracują na kontraktach i umowach. Nie dziwi więc jego feminizacja¹⁴³. Odsetek tego typu form zatrudnienia wzrasta, jak sugeruje *Raport płacowy. Wynagrodzenia w wybranych instytucjach kultury w latach 2022 i 2023*¹⁴⁴. Oczywiście jest też, że w kulturze nie pracuje się ze względu na atrakcyjność finansową, lecz jeśli już – to na stabilność w publicznym sektorze, gdy to podstawowe miejsce pracy.

Wśród motywacji do pracy w instytucjach kultury zadeklarowanych w badaniach postaw wskazywane są przede wszystkim te związane z powołaniem (zgodność ze stwierdzeniem: „od zawsze interesowała mnie kultura i chciałam/chciałem pracować w organizacji z nią związanej”¹⁴⁵). Jednocześnie wiadomo, że kwestie związane z ograniczoną autonomią i sprawczością działania, niskim statusem pracy w kulturze wobec innych sektorów, choćby

142 B. Czekaj i in., *Zatrudnienie i wynagrodzenia w instytucjach kultury w latach 2019–2022*, „Rocznik Kultury Polskiej” 2023, s. 15–17.

143 A. Góral, *Ludzie kultury – kim są i dlaczego pracują w publicznych instytucjach kultury?*, „Rocznik Kultury Polskiej” 2023, s. 67.

144 J. Kuśmierski i in., *Raport płacowy. Wynagrodzenia w wybranych instytucjach kultury w latach 2022 i 2023*, Solidarność, Warszawa 2025, <https://www.solidarnosc.org.pl/wp-content/uploads/2025/06/Raport-placowy-NSZZ-Solidarnosc.pdf> (22.02.2026).

145 B. Czekaj i in., *Zatrudnienie i wynagrodzenia...*, dz. cyt., s. 69.

w samorządzie, oraz hierarchie i biurokratyzacja – demotywią. Wyniki badań pozwoliły naświetlić przynajmniej dwie zasadnicze kwestie: związek motywacji i akceptacji niskich wynagrodzeń z etosem pracy oraz przedsiębiorczość związaną z „gospodarką niedoboru”. Wydaje się, że ten termin, zaproponowany przez Janosa Kornaia do opisu logiki socjalistycznej gospodarki, adekwatnie charakteryzuje sposoby radzenia sobie przez pracowników i pracowniczki sektora kultury ze strukturalnymi ograniczeniami zasobów¹⁴⁶. Nie jest to takie oczywiste, gdy wziąć pod uwagę rejestry związane z działalnością kulturalną instytucji. Dlatego też oba zagadnienia wymagają wyjaśnień w świetle przeprowadzonych badań.

Biorąc pod uwagę wzrost frekwencji, wzrost liczby wydarzeń czy odsetka osób uczestniczących w zajęciach grup, sekcji, inicjatyw, organizowanych przez instytucje kultury, należy podkreślić, że profesjonalizacja i poprawa infrastruktury przyczyniają się do wzrostu kulturowej partycypacji.

W latach 2003–2022 przybyły w skali kraju 242 obiekty, które Główny Urząd Statystyczny zbiorczo ujmuje w statystyce jako „centra, domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice” (w 2022 r. było ich łącznie 3958). Inwestycje te przynoszą oczywiście rezultaty: liczba kół, klubów i sekcji prowadzonych w domach kultury w ciągu dwudziestu lat wzrosła ponad trzykrotnie (z 6939 w 2003 r. do 23 348 w 2022 r.), a liczba osób korzystających z tej oferty – ponad dwukrotnie (z 202 552 osób w 2003 r. do 454 999 osób w 2022 r.)¹⁴⁷.

Jednak w wymiarze podejmowanych działań obowiązuje ta sama „ekonomia niedoboru”. Świadczą o tym wcześniejsze, bardziej kompleksowe badania, choć zarazem skupione na jednej (na ogół – najbardziej aktywnej i znaczącej) instytucji – na domach kultury – ale wskazujące na logikę, która dotyczy wszystkich podmiotów tego rodzaju: „Wyniki przeprowadzonego przez nas badania świadczą o tym, że środki przekazywane instytucjom przez organizatora są zwykle niewystarczające do pokrycia kosztów ich bieżących zadań”¹⁴⁸.

Instytucje są uzależnione od finansowania samorządowego. Inne źródła stanowią często poniżej 10% ich budżetu i opierają się na logice projektowej. Podstawowe finansowanie samorządowe pokrywa koszty infrastruktury oraz niskie wynagrodzenia personelu i na ogół (choć tu rozkładu wydatków budżetowych nie mamy) organizację większych imprez i wydarzeń lokalnych. Działalność – szczególnie wybiegająca poza standard – musi być finansowana z innych źródeł. To generuje dużo inicjatyw i form radzenia sobie z niedoborami, począwszy od eksploatacji własnych pracowników i pracowniczek (dodatkowe prace, zdobywanie kompetencji własnym kosztem, praca bez wynagrodzenia), poprzez aktywne poszukiwanie źródeł poza gminą, a na działalności komercyjnej kończąc, choć ta dotyczy tylko miejskich ośrodków¹⁴⁹. Z drugiej strony – sprawia to także, że poszukuje się lokalnych zasobów, już nie o charakterze

146 J. Kornai, *Niedobór w gospodarce*, tłum. U. Grzełowska, Z. Wiankowska, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1985.

147 C. Trutkowski, *Kapitał obywatelski społeczności lokalnych*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2024, s. 8.

148 R. Wiśniewski, G. Pol, R. Płasek, A. Bąk, *Oswajając zmienność: kultura lokalna z perspektywy domów kultury*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2021, s. 96.

149 K. Stachura, *Kompetencje kadr kultury w województwie pomorskim. Stan faktyczny i diagnoza potrzeb*, Nadbałtyckie Forum Kultury, Gdańsk 2021.

finansowym czy materialnym. Instytucje angażują lokalnych artystów i artystki, rękodzielników, wreszcie – ekspertów i fachowców do pracy projektowej, korzystają z oddolnych inicjatyw oraz szczególnie aktywnych mieszkańców. W ten sposób odkrywana jest lokalność: czasem w formie dziedzictwa, a czasem – za sprawą zupełnie nowych aktywności. Tego typu aktywności – o ile jednak nie zdobędą w krótkim czasie uznania i popularności – oparte są na pozainstytucjonalnych mechanizmach współpracy, na motywacjach liderów i liderek oraz na dostępnych zasobach mieszkańek i mieszkańców.

Wspólne dla do tej pory badanych instytucji kultury jest także ciągłe poszukiwanie autonomii wobec samorządu w zakresie formuły i programu oraz sprawczości w wykorzystywaniu zasobów. Stała pozostaje kwestia upolitycznienia – czyli podporządkowania agendy instytucji procesowi politycznemu (zdobywaniu popularności, budowaniu legitymizacji władzy). Podczas wywiadów przeprowadzonych w naszych badaniach wątek ten pojawiał się, gdy mowa była o głównych utrudnieniach działań. Nie sposób planować w dłuższej perspektywie innych zadań niż te, które wiążą się z inwestycjami w „twardą” infrastrukturę. Instytucje są rozliczane przede wszystkim z frekwencji, a ich program musi brać pod uwagę odpowiednią ekspozycję podczas wydarzeń decydentów i decydentek, którzy jednocześnie często ingerują w formułę i program instytucji. Najbardziej pewnym elementem programowania z punktu widzenia formalnej i nieformalnej „rozliczalności” instytucji jest więc organizacja lokalnych, odpowiednio dużych w skali wydarzeń. Wagę także przypisuje się oprawie świąt państwowych, regionalnych i gminnych, szczególnie tych, które są związane z upamiętnianiem. Wówczas również możliwa jest ekspozycja inicjatyw oddolnych, bazujących na lokalnych tradycjach lub aktywnościach mieszkańców i mieszkańek. Jest to zdecydowanie bardziej widoczne na poziomie gmin wiejskich i wiejsko-miejskich, jednak podobna logika dotyczy też większych ośrodków miejskich, choć w nich bardziej chodzi o konkurencję o zasoby aniżeli dominującą formę działań.

Opisaną dynamikę priorytetów w ofercie potwierdzają dane GUS dotyczące działalności instytucji kultury:

W 2024 r. centra kultury, domy kultury, ośrodki kultury, kluby i świetlice zorganizowały 276,6 tys. imprez, tj. o 6,9% więcej niż w 2023 r. W imprezach wzięło udział 35,2 mln uczestników, tj. o 5,1% więcej niż w 2023 r. (33,5 mln). Najwięcej odbyło się warsztatów (31,1% ogólnej liczby imprez), a najmniej – konferencji (0,6%). Z ogólnej liczby imprez 16,4% miało charakter plenerowy, a ponad 1/4 imprez była odpłatna. Najwięcej uczestników zgromadziły koncerty (10,8 mln osób). Dużo uczestników zgromadziły także festiwale i przeglądy artystyczne (4,1 mln osób)¹⁵⁰.

Zasadniczo ofertę instytucji kulturalnych można podzielić na związaną z edukacją kulturalną, nie tylko dla dzieci, organizację wydarzeń o różnej skali i różnym charakterze oraz wspieranie i animowanie społeczności skupionych wokół miejsc bądź rodzajów aktywności (np. hobby czy ruchów amatorskich). Istnieją jednak dwie osie, które pozwalają zrozumieć kształtowanie się oferty oraz jej ewentualne modyfikacje, czyli pojawianie się nowych formuł działania oraz nowych uczestników i uczestniczek. Pierwsza z osi to zakres autonomii wobec władz samorządowych. Druga dotyczy napięcia między rozumieniem przez

150 P. Łysoń, A. Szlubowska, *Kultura i dziedzictwo narodowe w 2024 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2025, s. 135.

pracowników i pracowniczkę misji kulturowej a kulturą popularną. Jeśli chodzi o wydarzenia, instytucje kultury, szczególnie o profilu domów i centrów oraz biblioteki, rozwijają zarówno inicjatywy zorientowane na określone konwencje – upamiętnień, koncertów rozrywkowych, gatunków sztuki lub fenomenów popkultury, jak i takie, które mają charakter masowy. Te drugie są istotne z punktu widzenia ich legitymizacji wobec decydentów w samorządzie. Im mniejsza gmina, tym silniejszy nacisk władarzy na to, by zapewniać wydarzenia, które są popularne. Pracujący w sektorze jasno wskazują, że na ogół gwarantem popularności jest udział ogólnopolskiej, ewentualnie regionalnej gwiazdy, kojarzonej z przekazów telewizyjnych lub też sieciowych. Najczęstszą formułą takich wydarzeń są lokalne święta – dni miasta, gminy, upamiętnienia lokalnych tradycji czy, w przypadku gmin wiejskich, dożynki. Oczekiwania władz samorządowych są na tyle wygórowane, że wydatki na te przedsięwzięcia mogą pochłaniać, a często pochłaniają, większość budżetu, poza niezbędnymi wydatkami na administrację, wynagrodzenia i bieżące funkcjonowanie instytucji. Na inne rodzaje wydarzeń pozostaje więc dużo mniej zasobów. Na ogół muszą być finansowane z innych, projektowych źródeł.

Jeśli chodzi o inicjatywy mieszkańców i mieszkańek (na które również na ogół brakuje zasobów), to stosunek do nich dobrze obrazuje schematy poznawcze funkcjonujące w doświadczeniu i postrzeganiu uczestnictwa w kulturze wśród pracowniczek i pracowników kultury. Tu osadzenie w lokalności działa dwójako: z jednej strony inicjatywy, które odwołują się do istniejących już tradycji, są uznawane za prawomocne, a więc chętniej wspierane, przede wszystkim poprzez udostępnianie infrastruktury. Tego typu aktywności bywają także „mobilizowane” wizerunkowo przez samorząd; dla ilustracji: lokalny chór ma być wizytówką gminy na ponadlokalnych świętach, uświetniać wydarzenia upamiętniające lub istotne dla lokalnej społeczności, wreszcie może być także dowodem dbałości władarzy miasta o lokalne dziedzictwo. Afirmacja stale się miesza w motywacjach decydentów z instrumentalizacją. Widać to wówczas, gdy idzie o ewentualne zwiększenie nakładów lub pozostawienie większej swobody repertuarowej takim inicjatywom. Z drugiej strony istnieją inicjatywy, które są niszowe. Wśród nich będą również charakterystyczne dla rozmaitych grup wiekowych. Seniorki i seniorzy – szczególnie w gminach miejskich – mają swoje święta, konkursy czy też spotkania wykraczające poza społeczność zorganizowaną wokół jednej instytucji. Osoby młode – jeśli w ogóle są aktywne – starają się zorganizować na przykład koncert hiphopowy, ewentualnie wydarzenie powiązane z bardziej lub mniej popularną „zajawką”. W tym przypadku jednak ich działania mogą podlegać dwóm logikom, które ujawniają drugą oś różnicującą działalność instytucji kultury. Dobrze je obrazują dwa sprzeczne ze sobą cytaty. W jednym z nich pojawia się przekonanie, że osobom młodym trzeba zostawić przestrzeń oraz pełnić funkcję „zaplecza” lub wsparcia ich działań.

[...] u nas to po prostu nie mogę przejść korytarzem, bo leżą na korytarzach, mamy taki trochę rodzaj dworca, gdzie się można schować, gdzie można sobie wypić, gdzie można sobie tam inne rzeczy. I ja zawsze, jak widzę taką grupkę, naprawdę fajnych ludzi, naprawdę fajne dzieciaki przychodzą, rzadko się zdarza, jak się z nimi rozmawia, to oni są tacy trudni, w sensie w komunikacji, ja zawsze mówię, słuchajcie, jesteście tu mile widziani, zobaczcie, mamy otwarte wystawy, a jeżeli was to nie interesuje, to zobaczcie, co możemy wam dać. Albo na przykład... albo jak już się zachowują tak

skrajnie źle, to mówię, słuchajcie, jesteście zawsze tutaj mile widziani, ale w taki przyzwoity sposób, żebyście nie musieli... żebyście nie przeszkadzali innym, bo tutaj, zobaczcie, są wystawy. I naprawdę zdarza się, że oni wtedy o coś się zapytają, albo że na przykład w coś... bo prawdą jest to, że to jest nasze i dobra strona tego, tej młodzieży naprawdę jest dużo, jak jest zimno, to wtedy mamy dużo bardzo tej młodzieży, ale też jakby nie zawsze oni chcą, pomimo tego, że już są u nas, korzystać z tego, co u nas jest.

Organizatorzy_gmina miejska

Otwarta przestrzeń i oddawanie inicjatywy lub też wspieranie tych, które są zgłaszane, to w gruncie rzeczy wstęp do działań animacyjnych. W trakcie wywiadów grupowych pojawiło się przekonanie, że sposobem na dotarcie do młodych i młodszych uczestników i uczestniczek kultury jest tworzenie wizerunku otwartej, nieoceniającej instytucji, której program może podlegać zmianom, jest dostosowywany do zmiennych oczekiwań i zmieniających się uczestniczek i uczestników. Taka formuła wiąże się jednak z ryzykiem utraty kontroli nad rezultatem działań i utrudnia zasadniczo planowanie lub też nakazuje instytucji działanie wedle różnych formuł programowania: tworzenia stałej oferty dla grup, które oczekują dobrze zdefiniowanych, standardowych działań, oraz poszukiwania inicjatyw i zapraszania takich grup, dla których instytucje kultury są bardziej miejscem spotkań, bycia razem aniżeli właśnie – instytucjami kultury, kojarzonej z edukacją szkolną oraz zinstytucjonalizowaniem.

W drugim cytacie z kolei widać wyraźnie, że kultura nieprawomocna¹⁵¹ podlega ocenie i cenzurze. Wypowiedź dobrze oddaje obawy z tym związane:

To jest oczywiście to, czego chcą ludzie, chociaż ja nie do końca i nie zawsze się z tym zgadzam, bo uważam, że Dom Kultury też ma swoje obowiązki. [...] Dwa lata temu burmistrz wymyślił taką imprezę, która się nazywa [nazwa własna] – dla mnie znaczy zupełnie co innego niż dla niego. Czyli, że może być hip-hop, ale taki, który jest wartościowy i mądry, że mogą to być spotkania właśnie z coachami, psychologami, że to może być taki trochę festiwal dla młodzieży, life balansowy, no takie rzeczy właśnie, żeby wymyślić trochę terapii, może znowu ja już o tym mówiłam, że to jest dla mnie ważne. Natomiast burmistrz mówi – nie. Ma przyjść 10 tys. ludzi i to nieważne, że oni bluzgają. Ja mówię, słuchaj, no nie może tak być, ja się z tym nie zgadzam, ponieważ my nie możemy dawać przyzwolenia na różne rzeczy. No, ja jestem zwolennikiem takiego twierdzenia, że jeżeli się na zło pozwala, to ono się panoszy i nieważne, czy ono jest tylko w słowie, czy jest w filmie, czy jest w grze, ono się po prostu panoszy. Więc jak gdyby nie powinniśmy do tego dopuszczać i się ścieramy.

Decydenci

Wyraźne tu są stwierdzenia normatywne. W wypowiedziach wielu przedstawicielek i przedstawicieli kultury pojawiało się przekonanie, że szczególnie w przypadku młodych działania instytucji należy stale porządkować, nakreślać wyraźne ramy, choć nie było to związane z powinnościami instytucji kultury.

151 M. Gdula, M. Lewicki, P. Sadura, *Praktyki kulturowe klasy ludowej*, Instytut Studiów Zaawansowanych, Warszawa 2014; M. Cebula, *Spółeczne uwarunkowania gustów i praktyk konsumpcyjnych. Zbieżność pozycji społecznych i stylów życia czy autonomizacja kultury?*, „Studia Socjologiczne” 2(209)/2013, s. 97–125.

Napięcie między zarysowanymi tu formułami działania dotyczy w obu przypadkach domów/centrów kultury. Trudniej o animację w gminnej bibliotece, choć to często główna instytucja kultury w gminie, która często przejmuje funkcje animacyjne, szczególnie w mniejszych miejscowościach. W przypadku obu typów instytucji jednak można mówić o tym, że dla osób, które biorą pod uwagę wielowymiarowość uczestnictwa w kulturze, uświadamiają sobie, jak trudno przekonać do uczestnictwa w standardowej ofercie grupy inne niż seniorzy i seniorki, kwestia „aktywizacji” uczestników – dostarczania im większej swobody eksploracji, wyrażania swoich nawyków oraz poszukiwanie dialogu – stają się kluczowe dla powodzenia w działalności instytucji. Współgra to z ważnym wątkiem w materiale badawczym – z obserwacjami, że w przypadku grup społecznych, które trudniej zainteresować i gościć, atraktorem jest wielozmysłowość oraz narratywizacja, w której nie jest istotne, z jaką formą, konwencją kulturową uczestnicy mają do czynienia, lecz stworzenie angażującego na wielu poziomach doświadczenia. Taka forma jednak często angażuje zasoby i wiąże się z niestandardowymi umiejętnościami. Silniej też wybrzmiewa w tym kontekście kwestia identyfikacji i angażowania osób lub środowisk, które praktykują tzw. żywą kulturę¹⁵². Chodzi tu zatem o działania, które nie zawsze, a wręcz – rzadziej są kojarzone z kulturą instytucjonalną, za to bazują na niszach lub odwołują się do lokalnych tradycji, które do tej pory nie były ujmowane w węższym rozumieniu kultury.

Warto zwrócić także uwagę, że w przypadku wskazanej wyżej pierwszej formuły częściej pojawia się również świadomość znaczenia relacyjności w aktywnościach związanych z kulturą:

Tutaj padły też u państwa takie informacje, że czasem się zaprasza na przykład znaną osobę jakąś, a nikt nie przychodzi, my nie do końca mamy taki problem, bo u nas niezależnie od tego czy to będzie znana osoba, czy nieznaną osobą, to tak naprawdę ten aspekt tworzenia kultury jest trochę dodatkiem do czegoś bardziej istotnego, czyli budowania relacji, okazywania zainteresowania tamtemu środowisku i też wspierania jakiegoś. Więc nasi odbiorcy nie do końca przychodzą na kulturę i na wydarzenia i na nazwiska, często nie kojarzą też nawet jakiegoś tam bardziej szerszego spektrum, nie wiem, artystów bardziej popularnych, to też jest raczej mało kojarzone.

Decydenci

W tej perspektywie znika lub osłabia się różnica między kulturą prawomocną a popularną. A to właśnie tę różnicę wzmacnia etos pracowniczek i pracowników kultury. Dlatego też na niej skupiona będzie następna część tekstu.

Problematyczne wydaje się napięcie między etosem pracy w instytucjach kultury a gotowością na włączanie uczestniczek i uczestników w programowanie bądź też pozostawianie przestrzeni i inicjatywy dla nich. Etos jest tym, co pozwala poradzić sobie z niskimi wynagrodzeniami i niskim stopniem uznania w hierarchii zadań i zawodów organizowanych przez samorząd. Wypełnianie misji pomimo trudności nadaje głębszy sens pracy i rekompensuje poczucie niższości w hierarchii zawodowej. Pracowniczeki i pracownicy instytucji kultury różnią się stopniem akceptacji dla faktu, że działanie instytucji kultury coraz częściej wypełnia tylko część uczestnictwa w kulturze. Dla jednych jest to do zaakceptowania: instytucje kultury mają

¹⁵² B. Fatyga, *Teoria żywej kultury: źródła i powody jej powstania*, „Kultura i Rozwój” 3/2017.

odmienne funkcje i zadania niż inne formy aktywności kulturalnej. Dla drugich – instytucje mają nadrzędną funkcję edukacyjną i normatywną. W tym przypadku misyjność ogranicza otwartość na oddolne inicjatywy mieszkańców, które nie pasują być może do wyobrażenia o „kulturalnej działalności”. W mniejszych ośrodkach hierarchie kulturowe pozostawiają specjalne miejsce lokalnej, żywej kulturze. Lokalne tradycje i dziedzictwo nie są poddawane tym samym kryteriom powinnościowym co inne formy aktywności. Przy większych ośrodkach artykulacje hierarchii kulturowych są wyraźniejsze. Symptomatyczne są tu krytyki disco polo jako „nie-muzyki” i hip-hopu jako wymagającego poddania karbom dopuszczalnego języka podczas wydarzeń organizowanych przez instytucje publiczne. Etos zatem pełni ambiwalentną funkcję – motywuje, ale zarazem wyznacza normatywne kryteria oceny „kulturalności”. Paradoksalnie więc wzrost misyjności w niedofinansowanych ośrodkach zderza się z „popowymi” oczekiwaniami decydentów. O wyższą kulturę trzeba zatem walczyć.

Zróżnicowanie instytucji kultury

Dotychczasowe badania wskazały, że skala społeczności i gminy ma duże znaczenie dla logiki i warunków działań instytucji kultury. Podział na niewielkie gminy (wiejskie i wiejsko-miejskie) oraz miejskie potwierdza się także w badaniach zrealizowanych na potrzeby wspólnego Kongresu¹⁵³. Małe gminy mają bardzo niewielkie możliwości pozyskiwania innych źródeł finansowania niż samorządowe. Osiągnięcie niezależności i swobody działania oparte jest przede wszystkim na statusie liderów i liderki instytucji. *De facto* – chodzi tu o nieformalne relacje z decydentami i decydentkami: akceptację osobowości i stylu pracy pracowników instytucji przez samorządowców, ich (z)rozumienie „kultury”, równowagę między zapewnianiem popularności samorządowców a zyskiwaniem popularności liderki instytucji kultury motywujących do zaangażowania w społeczność lokalnej, co daje też dostęp do zasobów niefinansowych (zbyt duża popularność postrzegana jest jako zagrożenie dla polityków). Instytucje w mniejszych społecznościach stosują wyraźniejszy podział na działania niszowe, często oparte na uwarunkowaniach lokalnych, żywej kulturze, i działania popularne, przystawowe „dożynki”. Paradoksalnie – ułatwia to często zbudowanie przewidywalności w relacjach z samorządem, zainteresowanym prawie zawsze tymi drugimi.

Większe gminy to z jednej strony większe możliwości dostępu do zasobów, przede wszystkim finansowych i materialnych, ale z drugiej – konfrontacja z nadmiarem oferowanych w mieście wydarzeń i konkurencja o osoby uczestniczące. Instytucje walczą o uwagę i czas uczestników i uczestniczek nie tylko z innymi instytucjami kultury, ale przede wszystkim – z popkulturą i kulturą online. Sprawia to, że wyraźniejsze jest napięcie, wskazane już we wcześniejszych badaniach¹⁵⁴, między tworzeniem oferty dla uczestników i uczestniczek a włączaniem ich do tworzenia działań i programowania.

153 M. Ochał, M. Różycka, *Czas zmian. Kondycja instytucji kultury w województwie mazowieckim w roku 2022*, Mazowiecki Instytut Kultury, Warszawa 2022; R. Wiśniewski, G. Pol, R. Płasek, A. Bąk, *Oswajając zmienność...*, dz. cyt.

154 R. Wiśniewski, G. Pol, R. Płasek, A. Bąk, *Oswajając zmienność...*, dz. cyt., s. 163–165.

O ile w mniejszych ośrodkach lokalność jest rozumiana przede wszystkim w aspekcie identyfikacji (budowanie lokalnej tożsamości dzięki instytucji), to w większych istnieje wyraźniejsza świadomość wśród pracujących w kulturze, że powodem uczestnictwa jest relacyjność – bycie z innymi oraz zróżnicowane style życia – chęć udziału w rytuałach, które pozwalają spotkać podobnych sobie. Ten aspekt działalności instytucji jest kluczowy dla zrozumienia roli, jaką odgrywają one w uczestnictwie w kulturze.

Uczestnictwo w kulturze instytucjonalnej

Kontekstowe badania uczestnictwa pozwoliły na wyraźne umiejscowienie aktywności polegającej na wyjściu z domu, wyborze instytucji kultury, szeroko rozumianej, a więc również potencjalnie związanej ze zwiedzaniem (turystycznym, a także – muzeów, galerii, instytucji upamiętniających) czy też imprezami plenerowymi. Odbywają się one przede wszystkim jako „czynności nadzwyczajne” oraz związane są z „czynnościami społecznymi”. Dalekie więc są od tego, co najbardziej powszechne, gdy idzie o uczestnictwo w kulturze – połączenia aktywności kulturalnej z czynnościami instrumentalnymi. Podstawową motywacją do uczestnictwa w instytucjonalnej kulturze jest bycie z innymi, które odbywa się w weekendy bądź w trakcie świąt. Gdy podejmowane jest w pojedynkę, często wiązane jest z innymi aktywnościami kulturowymi. Jak można się domyślać: pojawiającymi się w drodze lub w trakcie dnia codziennego. Dotyczy przede wszystkim grupy osób wyjątkowo aktywnych, które „są wszędzie”, bardzo dobrze orientują się w ofercie kulturalnej, a swą aktywność wkomponowują w dzień powszedni.

Oderwanie od instrumentalnych czynności w przypadku kultury instytucjonalnej, a także relatywnie mniej zapośredniczeń technologicznych sprawiają, że kultura instytucjonalna zajmuje szczególne miejsce w uczestnictwie w kulturze. Wiąże się prawdopodobnie z większą uwagą uczestniczących, ale jednocześnie staje się aktywnością niemal odświętną. Jedynie w największych miastach w ciągu tygodnia pracy aktywność tego typu staje się udziałem lepiej wykształconych, o relatywnie lepszym statusie materialnym i społecznym (rozumianym tu jako wykonywanie bardziej prestiżowego zawodu). Wówczas także jest mniej powiązana z innymi, w tym instrumentalnymi, aktywnościami. A zatem – instytucje kultury – jak wskazują nasze badania – przyciągają raczej grupy o wyższym statusie. Ta grupa liczebnie rośnie, ale jednocześnie wiąże się to z małym udziałem osób o wykształceniu podstawowym i wykonywanym zawodzie, który ma mniejszą złożoność i niższy status. O ile wspomniany kontrast nie jest ani nowy, ani odkrywczy, powstaje ważne pytanie – co determinuje uczestnictwo grup społecznych, które mają wykształcenie wyższe, ale pracują w sektorze usług jako specjaliści i pracownicy obsługi. To rosnąca grupa społeczna, ważna dla miast (bo w ich centrach spędzająca dużo czasu i posiadająca kompetencje oraz zasoby, nawet jeśli skromne, sprzyjające uczestnictwu w kulturze). Wcześniejsze badania¹⁵⁵ wskazywały, że osoby o niższym statusie społecznym zwykły intensywniej uczestniczyć w tego typu praktykach – majsterkowaniu, rzemiośle, działalności łączącej zainteresowania

155 M. Gdula, M. Lewicki, P. Sadura, *Praktyki kulturowe klasy ludowej*, dz. cyt.

z praktycznością. Kontekstowe badania wskazują, że praktyki te pozostały w obrębie domu i czasu spędzanego samotnie. Są one wykonywane samotnie przez około 80% respondentów, bez względu na miejsce zamieszkania. Jest to ten rodzaj praktyk, w którym odsetek osób nieaktywnych zawodowo jest większy niż aktywnych. Choć majsterkowanie i rękodzieło nie są popularne *en gros*, stają się ważną aktywnością w przypadku rozmaitych grup zawodowych i wiekowych. Są ważne dla singli, dla seniorów, choć wcale nie są bardziej powszechne wśród mężczyzn. Jednocześnie tego typu aktywności są także w ofercie domów kultury. Są niejako w jej kanonie, choć powszechniej – jako element edukacji kulturowej. Na zajęcia przychodzą również dorośli, ale w istocie to raczej grupa niszowa, bo najczęściej to seniorzy i seniorki. Możemy się domyślać, że akurat uczestnictwo w tego typu zajęciach angażuje i wyłącza z wielu czynności definiujących codzienność (przemieszczanie się, praca, odpoczynek, relaks). A zatem – w ramach czynności, które relaksują, dają wytchnienie od codzienności, pozwalają rozwijać zainteresowania, grupa osób, które uczestniczą w tego typu zajęciach instytucji kultury, jest raczej mniejszością. Nie wiemy, na ile także tego typu czynności, wykonywane w domu, nie są też powiązane z byciem z innymi dzięki połączeniom cyfrowym. Wskazuje to na sporą transformację praktyk kulturowych: hobby albo się indywidualizuje i personalizuje, albo też coraz mocniej wiąże się ze społecznościami online, które w tym badaniu były dla nas raczej niewidoczne. Gdy do danych o uczestnictwie dołożymy postpandemiczną karierę seriali i częstszego spędzania czasu w domu, poświęconego rozlicznym zajęciom, okaże się, że zamykanie instytucji w niszach może być szybszym procesem, aniżeli wskazywałyby na to choćby technologie. Nie jest tak, że GLAM: muzea, galerie sztuki czy miejsca pamięci stają się atrakcyjne online i zastępują wizytę offline. Bardziej chodzi o to, że w kulturze online jest jak dotąd mało możliwe, by uczestnicy zwrócili uwagę na wydarzenia instytucji kultury, pomyśleli o nich i ewentualnie zdecydowali się na uczestnictwo w nich offline – czyli chodzi tu o aspekt *de facto* komunikacyjny, a nawet reklamowy działania instytucji. Jeśli środowiskiem, w którym uczestniczki i uczestnicy szukają informacji o kulturze, stają się media społecznościowe oraz cyfrowe sieci, to brak cyfrowej aktywności instytucji kultury wyklucza je ze świata online i ogranicza ich zasięg offline. Pościg za klikalnością z pewnością nie byłby tu rozwiązaniem, niemniej budowanie narracji, świadomych identyfikacji oraz kultury uczestnictwa wydają się w tym kontekście rodzajem elementarza.

Instytucje kultury oferują zajęcia i aktywności, które „obsługują” raczej nisze, aniżeli poszerzają kręgi uczestników i uczestniczek. Z ich aktywności znikają grupy społeczne, które są zaangażowane społecznie i zawodowo, a więc osoby pomiędzy 30. a 50. rokiem życia, rodzice dzieci oraz osoby uczące się (studiujące). Nie wiemy, na ile i z jaką dynamiką postępują takie procesy, ale możemy założyć, że publiczność i uczestnicy inicjatyw instytucjonalnych stają się coraz bardziej specyficzną grupą: mogą to być pasjonaci, seniorzy, częściowo – młodzież. Podkreślić należy, że mowa tu przede wszystkim o rutynowych aktywnościach w dni robocze. Część domów kultury i instytucji, jak już pisałem, już zidentyfikowała tego typu procesy i dostrzega coraz większe napięcie między tym, co jest istotą działalności instytucji – organizacją aktywności bardziej angażujących (zarówno czasowo, jak i poznawczo) – a tym, co wiąże się zarówno z kulturą popularną, jak i zapośredniczeniami technologicznymi. Z jednej

więc strony mamy wyjątkową rolę i kulturowe znaczenie instytucji, ale z drugiej – niemożność demarkacji między popem a kulturą prawnomocną ze względu na środowisko komunikacyjne. O ile ten pierwszy wymiar mieści się w spektrum aktywności instytucji, ten drugi wiąże się z dużymi wyzwaniami.

Instytucje kultury online a młodzi twórcy i organizatorzy kultury: światy równoległe

Pandemia zmusiła instytucje kultury do głębszej adaptacji narzędzi cyfrowych do działalności, a przede wszystkim do budowania relacji z uczestniczkami i uczestnikami kultury. Po pandemii narzędzia pozostały, jednak zasadniczo widać raczej odejście od aktywności online¹⁵⁶. Ważną odpowiedzią na wyzwania związane z ucyfrowieniem komunikacji oraz praktyk kulturowych miał być program „Kompetencje cyfrowe domów kultury”. Raport podsumowujący go wskazał, że większość środków przeznaczono na wyposażenie. Wyzwaniem nadal pozostawało stworzenie stałej formuły działania. Domy kultury generalnie planowały liczne działania oparte wielowymiarowo na technologiach cyfrowych:

Wśród planowanych działań na pierwszym miejscu pojawiały się zajęcia stacjonarne, w trakcie których wykorzystywane są technologie cyfrowe, relacje online z różnych wydarzeń oraz nagrywanie wywiadów bądź filmów i ich prezentacja w Internecie. W dalszej kolejności planowane były działania o charakterze animacyjnym realizowane z wykorzystaniem technologii cyfrowych oraz prowadzenie zajęć online, np. szkoleń czy warsztatów¹⁵⁷.

Trudno obecnie ocenić skalę podjętych działań, a analizy przeprowadzone tu na podstawie wywiadów grupowych z organizatorami i twórcami kultury nie są miarodajne, jeśli chodzi o skalę i powszechność zaobserwowanych procesów. Pozwalają jednak one uznać, że jak dotąd zarówno w wymiarze uczestnictwa, jak i organizacji aktywności kulturalnych powstają raczej światy równoległe.

Ta równoległość wynikająca z badań młodych twórczyń i organizatorek polega nie tylko na innych formach partycypacji – w kulturze poszerzonego pola, ucyfrowionej lub przynajmniej hybrydowej, w której online i offline są nieodłącznie powiązane – lecz także na braku świadomości i wyobraźni wśród twórców i twórczyń, w jaki sposób oferta kultury instytucjonalnej mogłaby być dla nich atrakcyjna. Badani nie tylko nie mieli problemu z uznaniem potrzeby istnienia instytucji kultury, lecz także naprędce wymyślali możliwe związki między ich zainteresowaniami i twórczością młodych, ewentualnie ucyfrowionych a funkcjonowaniem rzeczonych instytucji. Powiązania nie dotyczyły jednak samej treści, samego programu, lecz raczej potencjalnych komplementarności: wzajemnego budowania popularności, dotarcia za pomocą instytucji do starszych pokoleń (czyli rodziców) czy udostępniania infrastruktury dla początkujących twórców i twórczyń przez instytucje kultury (darmowe lub dostępne finansowo). W równoległym wobec młodych świecie instytucji kultury nie ma więc oferty dla nich ani nie dostrzega się możliwości wspólnego programowania. Badania dostarczają

¹⁵⁶ M. Ochał, M. Różycka, *Czas zmian...*, dz. cyt.; K. Stachura, *Kompetencje kadr kultury w województwie pomorskim...*, dz. cyt.

¹⁵⁷ A. Miller, A. Dziurdzik, T. Klimczak, *Konwersja cyfrowa domów kultury. Raport z ewaluacji podsumowującej efekty I konkursu grantowego w ramach projektu „Konwersja cyfrowa domów kultury”*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2023, s. 10.

paru możliwych interpretacji tej równoległości. Po pierwsze aktywność młodych twórców i twórczyń jest raczej zindywidualizowana, jeśli już „na wejściu” nie jest oparta na uczestnictwie w działaniach kultury instytucjonalnej. Młodzi cenią autonomię, niezależność i poszukują oraz są przekonani o swojej wartości jako personalnej marki. Po drugie w równoległym świecie panuje przekonanie o dostępności zasobów, jeśli tylko ma się wysoką motywację i talent. Definiowanie aktywności kulturalnej przypomina definicję przedsiębiorczości w sektorze kreatywnym: dominuje wiara we własne możliwości, poszukiwanie własnego języka oraz przekonanie, że można dotrzeć do zasobów (np. wiedzy lub umiejętności) za sprawą własnej aktywności, dzięki sprytowi i doświadczeniu, a nie dzięki współpracy z innymi czy zinstytucjonalizowanej edukacji. Po trzecie istnieje wśród młodych przekonanie, że zasoby i nisze są niewyczerpywalnym zasobem, z którego za pomocą własnej pomysłowości można czerpać to, co potrzebne. Zaskakuje mała świadomość algorytmizacji środowiska cyfrowego przy dużym przekonaniu o skuteczności własnych kompetencji i doświadczeń w komunikacji. Nieco większą świadomość zależności od kontekstu instytucjonalnego mają osoby działające w organizacjach. Jednocześnie instytucje kultury są dla nich zbyt mało elastyczne: słabiej reagują na nowości i działania niekojarzone z instytucjonalną kulturą.

Instytucje kultury tylko w niektórych ośrodkach są nakłaniane do skupienia na młodych lub widzą taką potrzebę. Wynika to po prostu z depopulacji wielu mniejszych ośrodków miejskich oraz wsi – młodych po prostu ubywa, nie są więc grupą, o którą łatwo się zabiega, obecną i widoczną. Większość działalności instytucji skupiona jest zatem na edukacji kulturalnej oraz na ofercie dla seniorów i senierek. W kontekście edukacji poprawa infrastruktury oraz powiązanie jej z zapleczem pozwalającym na aktywność fizyczną sprawiły, że – jako mechanizm budowania przede wszystkim kapitału kulturowego – instytucje stały się dobrze zakorzenione w lokalności. W tym układzie instytucje kultury mają mało (by nie powiedzieć, że w ogóle nie mają) zasobów i motywacji pozwalających na łączenie się ze światem równoległym, który staje się coraz mniej „młodzieżowy”. O ile wzrasta dostępność sprzętu oraz kompetencje techniczne pracowników i pracowniczek kultury, w kontekście tego, co jest wytwarzane w murach instytucji kultury, o tyle ich możliwości komunikowania online oraz połączeń cyfrowych z aktywnością codzienną, już nie tylko młodych, są raczej skromne.

Zwrot ku usieciowieniu i ucyfrowieniu był reakcją na wielowymiarowy kryzys związany z pandemią. Z kolei reakcją na wyjście z pandemii był powrót do aktywności offline, który miał bardzo mocne uzasadnienie: uczestnicy i uczestniczki znów zapragnęli być razem. Obecnie jednak, jak się okazuje, ich praktyki są już trwale zmienione, przede wszystkim w wymiarze zdobywania informacji i orientacji w tym, co się dzieje w okolicy, „w Polsce” i na świecie. Tymczasem raporty sprzed paru już lat wskazywały na niechęć instytucji kultury do bardziej trwałej i systematycznej transformacji, w tym sposobów komunikacji z uczestniczkami i uczestnikami:

Nowe projekty rzadko odznaczały się innowacyjnością, bo badani [przedstawiciele instytucji kultury na Mazowszu] raczej odtwarzali praktyki już znane i wykorzystywane przez inne podmioty. Nie myślano też o działaniach online jako przemyślanej, długofalowej strategii budowania relacji z odbiorcami. Dla dużych instytucji była to szansa na utrzymanie zespołu i inną formę realizacji

bieżącego programu, dla małych zazwyczaj spontaniczne próby pozostania w kontakcie i wysyłania komunikatów o funkcjonowaniu instytucji. Nikt z badanych nie wspominał o szczególnym wkładzie w promocję wydarzeń w sieci¹⁵⁸.

O cyfrowych zasobach w instytucjach kultury i cyfrowych kompetencjach ich pracowników i pracowniczek mówi się i publikuje od bez mała 10 lat¹⁵⁹. Pojawiały się programy zarówno finansujące cyfrową konwersję zasobów instytucji oraz infrastrukturę, jak i budujące kompetencje pracowniczek i pracowników. Jak widać, skala tych działań, nawet po ich intensyfikacji oraz upowszechnieniu w trakcie pandemii i po niej, nie zmienia, jak się zdaje, logiki działania instytucji kultury. Można sądzić, że nie jest to kwestia deficytów umiejętności i braku motywacji. Jak już wskazano, to właśnie motywacje pracowników i pracowniczek instytucji są „naddatkowe”, wykraczając poza kalkulację korzyści i kosztów. Wyzwaniem pozostaje zatem sposób myślenia o celach oraz „gospodarka niedoboru”, która nie pozwala na bardziej fundamentalną transformację sposobu działania instytucji kultury, szczególnie tych, które działają w mniejszej skali, za to są zobowiązane do szerokiej i różnorodnej oferty.

Wnioski

Formuła działań w „gospodarce niedoboru”, polegająca na sięganiu do zasobów lokalnych oraz współpracy z twórczyniami i twórcami bądź organizatorkami i organizatorami inicjatyw kultury na poziomie lokalnym, jest z pewnością jedną z najważniejszych w kontekście zmieniających się sposobów uczestnictwa w kulturze. Pozwala rozszerzyć zakres i formy działania instytucji kultury ponad to, co dobrze rozpoznają, a co spycha je ku niszy. Nisza ta jest obecnie być może najważniejszym elementem ich działań: relacyjność, dopingowanie do bycia razem podczas wydarzeń kulturalnych stanowi ten wymiar działalności, w którym instytucje są kompetentne i aktywne. Jednocześnie jednak zasoby lokalne w szerszym ujęciu, nie tylko geograficznym (przestrzennym), stają się coraz bardziej usieciowione i ucyfrowione. Bez ekspansji ku nowym formom komunikacji instytucjom kultury zagraża pozostanie w tej niszy, która raczej reprodukuje nierówności w dostępności kultury i uczestnictwie, aniżeli je niweluje. Aktywne w uczestnictwie w działaniach kultury instytucjonalnej pozostają coraz częściej te grupy społeczne, które są ogólnie aktywne, relatywnie lepiej wykształcone lub też, jak w przypadku osób senioralnych, mają więcej czasu. Dla kolejnych, dorastających kohort wiekowych, o ile nie przynależą one do tych grup, horyzont działania instytucji będzie coraz bardziej rozmazany, w istocie – niewidoczny. Nie chodzi tu jednak o transformację technologiczną bądź kompetencyjną. Po pierwsze potrzebne są otwartość i animacja, które otworzą instytucje dla grup, które jak dotąd raczej się oddalają od nich, a nie do nich przybliżają. Po drugie wyzwaniem stają się postawy oraz etos pracowniczek i pracowników instytucji kultury, które nie motywują do oddania kontroli nad wydarzeniami ich inicjatorom usytuowanym poza tymi podmiotami, ponieważ nie daje to pewności wyników, co przy ograniczonych zasobach staje się

158 M. Ochał, M. Różycka, *Czas zmian...*, dz. cyt., s. 15.

159 *Użytkownik, zasoby, strategie. Instytucje kultury w środowisku cyfrowym*, red. K. Czerwińska, Narodowy Instytut Audiowizualny, Warszawa 2016.

podwójnie ryzykowne. Nowe działania ani nie znajdą uznania decydentów, ani też nie będą łatwe do kwalifikacji w dominującym systemie rozliczalności opartym na frekwencji oraz legitymizacji w uznanych, ale mało charakterystycznych dla instytucji kultury działaniach okolicznościowych i upamiętniających. Etos podtrzymujący kulturę prawomocną blokuje także dostępność instytucji kultury, o czym wprost mówi się w tezie nr IX tego raportu. Zróżnicowanie ze względu na wykształcenie, status materialny i sytuację zawodową zbliżają do podziałów klasowych, a z pewnością mówią tyle, że instytucje kultury – w obecnym kształcie i przy obecnej dynamice i logice rozwoju – nie będą służyły zwiększeniu dostępności kultury. W konsekwencji nie będą sprzyjać redukcji nierówności społecznych, powstałych w wyniku wzmacniających się progów statusowych opartych na dystynkcjach i zachowaniach determinowanych uczestnictwem w kulturze i kompetencjami kulturowymi.

Otwarcie instytucji kultury i zwiększenie ich społecznej dostępności nie będą możliwe w sytuacji monopolu źródeł finansowania. Nie chodzi tu o uzupełnienie strumieni finansowania publicznego o środki prywatne lub pozarządowe, ale o możliwość, by instytucje kultury korzystały z różnorodnych źródeł publicznych, w tym samorządowych, pozwalających na większą niezależność od bezpośrednich organów nadzorczych oraz dostosowanie do charakteru działań. Wiele z inicjatyw, które instytucje kultury mogą podejmować, nie będzie – ze względu na swą naturę – łatwo podlegać kryteriom frekwencyjności i bezpośredniego oddziaływania na skalę ich widoczności czy popularności. Liczne procesy, o których była mowa w tej analizie, związane są z dłuższym horyzontem czasowym. Rozwój nowych form lokalności czy integracji bądź (lokalnej) identyfikacji wiąże się z dowartościowaniem inicjatyw o relatywnie wyższym ryzyku powodzenia, a przynajmniej – niższym potencjale reprodukcji dotychczasowych formuł działania i reguł uznania. Te badania potwierdzają obserwacje i ustalenia o różnicowaniu się społeczeństwa i konfiguracji instytucji oraz form komunikacji, które wymagają innych aktywności, często nowych dla instytucji kultury. Paradoks tej sytuacji polega na tym, że ograniczone zasoby instytucji kultury jednocześnie są konfrontowane z nadmiarem treści, wielowymiarowym uczestnictwem w kulturze i trudniej rozpoznawalną odmiennością (i atrakcyjnością) tego, co publiczne instytucje kultury mogą zaoferować.



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY

BIBLIOGRAFIA

Monografie

- Adam Barbara, *Time and Social Theory*, Polity Press, Cambridge 1990.
- Adam Barbara, *Timescapes of Modernity. The Environment and Invisible Hazards*, Routledge, London–New York 2005, <https://doi.org/10.4324/9780203981382>.
- Ahmed Sara, *The Cultural Politics of Emotion*, Edinburgh University Press, Edinburgh 2004.
- Armstrong Gary, Kotler Philip, *Marketing. Wprowadzenie*, tłum. D. Wąsik, Wydawnictwo Nieoczywiste – GAB Media, Siedliska 2016.
- Baym Nancy K., *Playing to the Crowd. Musicians, Audiences, and the Intimate Work of Connection*, New York University Press, New York 2018.
- Bell Catherine, *Ritual Theory, Ritual Practice*, Oxford University Press, New York 1992.
- Benjamin Walter, *Anioł historii. Eseje, szkice, fragmenty*, oprac. H. Orłowski, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 1996.
- Berger Peter, Luckmann Thomas, *Społeczne tworzenie rzeczywistości*, tłum. J. Niżnik, PWN, Warszawa 1983.
- Bijsterveld Karin, *Mechanical Sound. Technology, Culture, and Public Problems of Noise in the Twentieth century*, MIT Press, Cambridge–London 2008.
- Bourdieu Pierre, *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzienia*, tłum. P. Bilos, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2022.
- Boyd Danah, *It's complicated. The Social Lives of Networked Teens*, Yale University Press, New Haven 2014.
- Bull Michael, *Sound Moves: iPod Culture and Urban Experience*, Routledge, London 2007.
- Butsch Richard, *Screen Culture. A Global History*, Polity Press, Cambridge 2019.
- Certeau Michel de, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, tłum. K. Thiel, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1984.
- Crary Jonathan, *24/7. Późny kapitalizm i koniec snu*, tłum. D. Żukowski, Karakter, Kraków 2015.
- Crary Jonathan, *Zawieszenia percepcji. Uwaga, spektakl i kultura nowoczesna*, tłum. I. Kurz, Ł. Zaremba, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009.
- Deleuze Gilles, Guattari Félix, *Tysiąc plateau*, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa 2023.
- Dukaj Jacek, *Po piśmie*, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2019.
- Dunbar Robin, *Nowa historia ewolucji człowieka*, tłum. B. Kucharzyk, Copernicus Center Press, Kraków 2013.
- Frąckowiak Maciej, *Obrazy, co mogą. Studium przeobrażania świata przez fotografię*, Universitas, Kraków 2022.
- Friedberg Anne, *The Virtual Window. From Alberti to Microsoft*, MIT Press, Cambridge 2003.

- Gergen Kenneth J., *Nasycone Ja. Dylematy tożsamości w życiu współczesnym*, tłum. M. Marody, PWN, Warszawa 2009.
- Hall E.T., *Bezgłośny język*, tłum. R. Zimand, A. Skarbińska, PIW, Warszawa 1987.
- Hebdige Dick, *Subculture. The Meaning of Style*, Routledge, London 1979.
- Highmore Ben, *Ordinary Lives Studies in the Everyday*, Routledge, London 2011.
- Highmore Ben, *The Everyday Life Reader*, Routledge, London 2002.
- Hopfinger Maryla, *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej, Sic!*, Warszawa 2003.
- Humphreys Lee, *The Qualified Self. Social Media and the Accounting of Everyday Life*, MIT Press, Cambridge 2018.
- Infrastructures in Practice*, eds. E. Shove, F. Trentmann, Routledge, London 2019.
- Ingold Tim, *Splatać otwarty świat*, tłum. E. Klekot, Instytut Architektury, Warszawa 2018.
- Ito Mizuko i in., *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out. Kids Living and Learning with New Media*, MIT Press, Cambridge 2013.
- Jenkins Henry, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, przeł. M. Bernatowicz, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2017.
- Kapitał obywatelski społeczności lokalnych*, red. C. Trutkowski, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2024, <https://doi.org/10.7366/9788368091014>.
- Kitchin Rob, Dodge Martin, *Code/Space: Software and Everyday Life*, MIT Press, Cambridge 2011.
- Kłeczek Ryszard, Pluta-Olearnik Mirosław, Pukas Anetta, *Transformacje praktyk mobilności miejskiej. Usługi i wartości, rutyny i innowacje*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2020.
- Kłoskowska Antonina, *Kultura masowa: krytyka i obrona*, PWN, Warszawa 1964.
- Kornai János, *Niedobór w gospodarce*, tłum. U. Grzełońska, Z. Wiankowska, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1985.
- Krajewski Marek, *Po co nam instytucje kultury?*, MIK, Kraków 2020.
- Latour Bruno, *Splatając na nowo to, co społeczne. Wprowadzenie do teorii aktora-sieci*, tłum. K. Abriszewski, A. Derra, Universitas, Kraków 2010.
- Latour Bruno, *Polityka natury. Nauki wkraczają do demokracji*, tłum. A. Czarnacka, M. Gdula, Wydawnictwo Krytyki Politycznej, Warszawa 2009.
- Lewicki Mikołaj, *Przyszłość nie może się zacząć. Polski dyskurs transformacyjny w perspektywie teorii modernizacji i teorii czasu*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2018.
- Ling Rich, *Taken for Grantedness: The Embedding of Mobile Communication into Society*, MIT Press, Cambridge 2012.
- Ling Rich, *The Mobile Connection. The Cell Phone's Impact on Society*, Morgan Kaufmann, San Francisco 2004.
- Manovich Lev, *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.

- Markowski Michał P., *Pragnienie obecności. Filozofie reprezentacji od Platona do Kartezjusza*, Universitas, Gdańsk 1999.
- McLuhan Marshall, *Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka*, tłum. N. Szczucka, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 2004.
- McQuire Scott, *The Media City. Media, Architecture and Urban Space*, Routledge, London 2008.
- Mediated Time: Perspectives on Time in a Digital Age*, eds. M. Hartmann E. Pommer, K. Deckner, S.O. Görland, Palgrave Macmillan, London–New York 2019, <https://doi.org/10.1007/978-3-030-24950-2>.
- Nowotny Helga, *Time: The Modern and Postmodern Experience*, Polity Press, London 1994.
- Papacharissi Zizi, *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*, Oxford University Press, Oxford 2014.
- Rainie Lee, Wellman Barry, *Networked. The New Social Operating System*, MIT Press, Cambridge 2012.
- Rosa Hartmut, *Przyspieszenie, wyobcowanie, rezonans: projekt krytycznej teorii późnonowoczesnej czasowości*, tłum. J. Duraj, J. Kołtan, Europejskie Centrum Solidarności, Gdańsk 2020.
- Shotwell Alexis, *Against Purity: Living Ethically in Compromised Times*, University of Minnesota Press, Minneapolis 2016.
- Simmel Georg, *Socjologia*, tłum. M. Łukasiewicz, PWN, Warszawa 1975.
- Sloterdijk Peter, *Musisz życie swe odmienić. O antropotechnice*, tłum. A. Żychliński, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014.
- Sound and Safe. A History of Listening Behind the Wheel*, eds. K. Bijsterveld, E. Cleophas, S. Krebs, G. Mom, Oxford University Press, New York 2014.
- Strzałecka Celina, *Aranżowanie temporalności: kulturowe praktyki zarządzania czasem*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2025.
- Tarkowska Elżbieta, *Czas w życiu Polaków: wyniki badań, hipotezy, impresje*, Polska Akademia Nauk, Warszawa 1992.
- The Mobile Story. Narrative Practices with Locative Technologies*, ed. J. Farman, Routledge, New York 2014.
- The Palgrave Handbook of Relational Sociology*, ed. F. Dépelteau, Palgrave Macmillan, London 2018.
- Wagner Peter, *A Sociology of Modernity: Liberty and Discipline*, Routledge, London 1994.
- Wajcman Judy, Dodd Nigel, *The Sociology of Speed: Digital, Organizational, and Social Temporalities*, Oxford University Press, Oxford 2017.
- Wajcman Judy, *Pressed for Time. The Acceleration of Life in Digital Capitalism*, University of Chicago Press, Chicago 2014.
- Warde Alan, *Consumption. A Sociological Analysis*, Palgrave Macmillan 2013.
- Wiek ekranów. Przestrzenie kultury widzenia*, red. A. Gwóźdź, P. Zawojski, Rabid, Kraków 2002.

Williams Raymond, *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*, Oxford University Press, Oxford 1983.

Artykuły

Bissell David, *Habit Displaced: The Disruption of Skilful Performance*, „Geographical Research” 51/2013, s. 120–129, <https://doi.org/10.1111/j.1745-5871.2012.00765.x>.

Brüning Jovita, *Preview position versus length: Key factors in the time course of parallel processing in multitasking*, „Memory & Cognition” 2025.

Cheng Jacob Chun, Hsu Jack Shih-Chieh, Shen Hong-Jyun, Chen Cheng-Lin, *Drivers of Podcast Usage Other than Use & Gratification: A Task–Technology Fit Perspective*, „Electronic Commerce Research and Applications” 72/2025, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4783420>.

Couldry Nick, *Media w kontekście praktyk*, przeł. A. Strzemińska, „Kultura Popularna” 1(27)/2010, s. 96–113.

Czerniak Adam, *Mobilność mieszkaniowa w Polsce*, „Studia BAS” 76/2023, s. 85–101.

Deleuze Gilles, Guattari Félix, *Percept, afekt i pojęcie*, tłum. P. Pieniążek, „Sztuka i Filozofia” 17/1999.

Ćwikła Małgorzata, *Wśród obrazów, algorytmów i rozmyślań metodologicznych. Kultura w Paryżu w czasie epidemii*, „Zarządzanie w Kulturze” 2(22)/2021, s. 159–179.

Fatyga Barbara, *Teoria żywej kultury: źródła i powody jej powstania*, „Kultura i Rozwój” 4(3)/2017, s. 29–40.

Filiciak Mirosław, Danielewicz Michał, Halawa Mateusz, Mazurek Paweł, Nowotny Agata, *Młodzi i media. Etnografia cyfrowego świata*, „Kultura Popularna” 1/2010, s. 4–65.

Filiciak Mirosław, Starzec Paweł, *Kto ma sprawczość? Foto-esej o wielkomiejskich smartfonach*, „Widok. Teorie i Praktyki Kultury Wizualnej” 38/2024, doi: 10.36854/widok/2024.38.2854.

Frosh Paul, *The Gestural Image: The Selfie, Photography Theory, and Kinesthetic Sociability*, „International Journal of Communication” 9/2015, s. 1607–1628.

Gardocka Patrycja, *Rola nowych mediów a polscy fani koreańskich seriali jako przykład wspólnotowego wymiaru kultury popularnej. Analiza na przykładzie Facebooka*, [w:] *Kultura w Polsce XXI wieku. Konteksty społeczne, kulturowe i medialne*, red. E. Dąbrowska-Prokopowska, P. Goryń, M.F. Zaniewska, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku 2020, s. 245–259.

Golka Marian, *Kultura w przestrzeni globalnej*, [w:] *Společne problémy globalizacji*, red. Z. Blok, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2001.

Hjorth Larissa, Richardson Ingrid, *Pokémon GO: mobile media play, place-making, and the digital wayfarer*, „Mobile Media & Communication” 1/2017, s. 3–14.

Hjorth Larissa, Pink Sarah, *New visualities and the digital wayfarer: reconceptualizing camera phone photography and locative media*, „Mobile Media & Communication” 1/2013, s. 40–57.

- Hosokawa Shuhei, *The Walkman Effect*, [w:] *The Sound Studies Reader*, ed. J. Sterne, Routledge, London–New York 2012.
- Huhtamo Erkki, *Elements of Screenology: Toward an archaeology of the screen*, „ICONICS: International Studies of the Modern Image” 7/2004, s. 31–82.
- Keeler Katherine, Puranik Harshad, Wang Yue, Yin Jingfeng, *In sync or out of tune? The effects of workplace music misfit on employees*, „Journal of Applied Psychology” 110(9)/2025, s. 1157–1173.
- Krajewski Marek, *W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze*, „Kultura i Społeczeństwo” 57(1)/2013, s. 29–67.
- Krajewski Marek, Frąckowiak Maciej, *Polityka impulsów i rzeczy*, [w:] *My i Oni. Przestrzenie wspólne/Projektowanie dla wspólnoty*, red. B. Świątkowska, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa 2014, s. 13–20.
- Kuros–Kowalska Kamila, *Opóźniony rozwój mowy a nowe technologie. Doniesienia z badań*, „Logopaedica Lodziensia” 5/2021, <https://doi.org/10.18778/2544-7238.05.07>.
- Ling Richard, Yttri Brigitte, *Hyper-coordination via mobile phones in Norway*, [w:] *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, eds. J.E. Katz, M. Aakhus, Cambridge University Press, Cambridge 2002, s. 139–169.
- Morgan Marcus, *A Cultural Sociology of Populism*, „International Journal of Politics, Culture, and Society” 35/2022, s. 179–199.
- Peterson Richard A., Kern Roger M., *Changing ‘highbrow’ taste: From snob to omnivore*, „American Sociological Review” 61(5)/1996, s. 900–907, <https://doi.org/10.2307/2096460>.
- Plebańczyk Katarzyna, Barańska Marzena, *Addressing loneliness in children and youth: lessons learnt from the activities of amateur artistic movements*, „Law. Education. Security” 2025 (w druku).
- Plebańczyk Katarzyna, *Między wzorcami człowieka kulturalnego a uczestnictwem w kulturze – z perspektywy wyzwań dla zarządzania kulturą* [w:] *Kultura – media – społeczeństwo*, red. Z. Pucek, J. Bierówka, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Kraków 2013.
- Pol Grażyna, Maciejczak-Kwiatkowska Zuzanna, *Kogo nie interesuje kultura (instytucjonalna)? Segmentacja uczestników kultury*, „Zarządzanie w Kulturze” 4/2019.
- Sanseverino Domenico i in., *„Don’t Stop the Music,” Please: The Relationship between Music Use at Work, Satisfaction, and Performance*, „Behavioral Sciences” 13(1)/2023.
- Savage Mike, *The lost urban sociology of Pierre Bourdieu*, [w:] *Companion to the City*, eds. G. Bridge, S. Watson, Blackwell, Oxford 2010, s. 511–520.
- Schreiber James B., Pekarik Andrew J., *Technical Note: Using Latent Class Analysis versus K-means or Hierarchical Clustering to Understand Museum Visitors*, „Curator: The Museum Journal” 1(57)/2014.
- Szlendak Tomasz, Goszczyński Wojciech, Krajewska Malwina, *Praktyki pozametropolitalne. Uczestnictwo w kulturze w małym i średnim mieście*, „Studia Socjologiczne” 2(233)/2019.

- Tanggaard Lene, *The Creative Pathways of Everyday Life*, „The Journal of Creative Behavior” 3(43)/2015, s. 181–193.
- Wei Kangning, Ram Jiwa, *Perceived usefulness of podcasting in organizational learning: The role of information characteristics*, „Computers in Human Behavior” 64/2016, s. 859–870.
- Welsch Wolfgang, *Na drodze do kultury słyszenia?*, tłum. K. Wilkoszewska, [w:] *Przemoc ikoniczna czy nowa widzialność?*, red. E. Wilk, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2000, s. 56–74.
- Wężowicz-Ziółkowska Dobroślawa, Borkowski Wojciech, *Kultura jako adaptacja. Kultura w paradygmacie przyrodoznawstwa*, „Biblioteka Postscriptum Polonistycznego” 3/2013.

Raporty

- Bachórz Agata, Stachura Krzysztof, *W poszukiwaniu punktów stycznych*, Instytut Kultury Miejskiej, Gdańsk 2015.
- Badania publiczności teatrów w stolicy. Raport*, oprac. A. Siwiak, K. Wittels, Instytut Teatralny im. Zbigniewa Raszeńskiego w Warszawie, Warszawa 2013.
- Badanie segmentacyjne uczestników kultury*, Smartscope, Warszawa 2016.
- Badanie uczestników kultury we Wrocławiu. Raport z badania ilościowego*, Strefa Kultury Wrocław, Smartscope, Wrocław 2019.
- Diagnoza kondycji sektora kultury na terenie Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii*, Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia, Katowice Miasto Ogrodów, Mobe Dick, Katowice 2025.
- Gdula Maciej, Lewicki Mikołaj, Sadura Przemysław, *Praktyki kulturowe klasy ludowej*, Instytut Studiów Zaawansowanych, Warszawa 2014.
- Głowacki Antoni, *Aktywność kulturalna Polaków w 2023 roku. Komunikat z badań Narodowego Centrum Kultury*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2023.
- Głowacki Antoni, Skrzypińska Aleksandra, *Aktywność kulturalna Polaków w 2024 roku. Komunikat z badań Narodowego Centrum Kultury*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2025.
- Głowacki Antoni, *Aktywność kulturalna a towarzyskość. Komunikat z badania Narodowego Centrum Kultury*. Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2025.
- Góral Anna, *Ludzie kultury – kim są i dlaczego pracują w publicznych instytucjach kultury*, „Rocznik Kultury Polskiej” 2023.
- Kowalik Zuzanna, *Zpracowany jak Polak – rzecz o jakości zatrudnienia*, Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa 2023.
- Łysoń Piotr, Szlubowska Agnieszka, *Kultura i dziedzictwo narodowe w 2024 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2025.
- Miller Adam, Dziurdzik Andrzej, Klimczak Tomasz, *Konwersja cyfrowa domów kultury. Raport z ewaluacji podsumowującej efekty I konkursu grantowego w ramach projektu „Konwersja cyfrowa domów kultury”*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2023.

- Ochał Magdalena, Różycka Magdalena, *Czas zmian. Kondycja instytucji kultury w województwie mazowieckim w roku 2022*, Mazowiecki Instytut Kultury, Warszawa 2022.
- Ogólnopolska segmentacja uczestników kultury 2025*, Smartscope – Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN – Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie – Państwowe Muzeum Etnograficzne w Warszawie – Zamek Królewski w Warszawie, Warszawa 2025.
- Polski Internet w Q4 2024*, PBI – Mediapanel, Warszawa 2024.
- Plebańczyk Katarzyna, Górski Piotr, *Oferta kulturalna Krakowa 2005 w opinii jej odbiorców*, Lettra-Graphic, Kraków 2006.
- Raport płacowy. Wynagrodzenia w wybranych instytucjach kultury w latach 2022 i 2023*, red. J. Kuśmierski, Krajowa Sekcja Muzeów i Instytucji Ochrony Zabytków NSZZ „Solidarność”, Warszawa 2025.
- „Rocznik Kultury Polskiej” 2017.
- „Rocznik Kultury Polskiej” 2023.
- Segmentacja psychograficzna Polaków ze względu na ich postawy wobec dziedzictwa*, Narodowy Instytut Dziedzictwa – Brainlab, Warszawa 2021.
- Segmentacja widzów kina. Raport z 7. fali badania ilościowego*, Polski Instytut Sztuki Filmowej – Difference, 2025.
- Stachura Krzysztof, *Kompetencje kadr kultury w województwie pomorskim. Stan faktyczny i diagnoza potrzeb*, Nadbałtyckie Forum Kultury, Gdańsk 2021.
- Użytkownik, zasoby, strategie. Instytucje kultury w środowisku cyfrowym*, red. K. Czerwińska, Narodowy Instytut Audiowizualny, Warszawa 2016.
- Wiśniewski Rafał, Pol Grażyna, Płasek Rafał, Bąk Agnieszka, *Oswajając zmienność: kultura lokalna z perspektywy domów kultury*, Narodowe Centrum Kultury, Warszawa 2021.
- Zasacka Zofia, Chymkowski Roman, Koryś Izabela, *Stan czytelnictwa książek w Polsce w 2023 roku*, Biblioteka Narodowa, Warszawa 2023.

O AUTORACH I AUTORKACH

Mirośław Filiciak

Wydział Humanistyczny, Uniwersytet SWPS. Doktor hab., kulturoznawca i medioznawca. Jego zainteresowania naukowe koncentrują się wokół infrastruktury i praktyk medialnych. ORCID: 0000-0003-1791-8881.

Maciej Frąckowiak

Wydział Socjologii, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Doktor. Badacz miasta, kultury wizualnej i środowisk twórczych, inicjator i kurator działań animujących miejską przestrzeń publiczną. Redaktor działu badań i raportów w „Notesie Na 6 Tygodni”. ORCID: 0000-0003-3802-1184.

Marek Krajewski

Wydział Socjologii, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Profesor dr hab. Obszary jego zainteresowań naukowych to socjologia kultury i socjologia sztuki, a także socjologia miasta oraz kulturowo-społeczne aspekty materialności. Autor artykułów i książek na temat przedmiotów oraz współczesnej kultury, sztuki i edukacji kulturowej. ORCID: 0000-0003-1555-7234.

Iwona Kurz

Instytut Kultury Polskiej, Wydział Polonistyki, Uniwersytet Warszawski. Doktor hab. prof. UW. Kulturoznawczyni. Zajmuje się historią nowoczesnej kultury polskiej w perspektywie wizualnej, antropologią kultury wizualnej, problematyką ciała i płci oraz edukacją i polityką kulturalną. ORCID: 0000-0001-7180-8670.

Mikołaj Lewicki

Wydział Socjologii, Uniwersytet Warszawski. Doktor hab. Jego zainteresowania to socjologia gospodarcza oraz socjologia kultury, teorie i badania komunikacji, socjologia czasu, socjologia miasta. Kierownik lub współkierujący badaniami kultury na peryferiach, praktyk kulturowych klasy ludowej, misji społecznej warszawskich teatrów, przemocy i dyskryminacji w szkole artystycznej. Obecnie współprowadzi badania pola sztuk wizualnych w Polsce. ORCID: 0000-0002-1613-9942.

Zuzanna Maciejczak-Kwiatkowska

Socjolożka, zastępczyni kierowniczką Działu Badań i Analiz Narodowego Centrum Kultury. Koordynatorka projektów badawczych, autorka i współautorka raportów, artykułów i publikacji dotyczących kultury przede wszystkim z obszaru uczestnictwa w kulturze, badań miejskich oraz pamięci społecznej. Ostatnio zaangażowana w rozwijanie Narodowego Obserwatorium Kultury, którego celem jest integracja badań kultury w Polsce. ORCID: 0000-0002-1560-6887

Katarzyna Plebańczyk

Instytut Kultury Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Doktor. Współpracuje z Centrum Badań nad Gospodarką Rynkową Uniwersytetu SWPS w Warszawie. Jest członkinią m.in. IBOK oraz Komisji Zarządzania Kulturą i Mediami Polskiej Akademii Umiejętności. Autorka strategii rozwojowych dla instytucji kultury oraz promotorka podejścia opartego na wzajemnym zrozumieniu nadawców i odbiorców działań kulturalnych. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się na zagadnieniach z zakresu zarządzania i ekonomiki kultury, rozwoju publiczności, zarządzaniu strategicznym w kulturze, relacjach z interesariuszami oraz roli sfery kultury w kontekście napięć społecznych, organizacyjnych i politycznych. ORCID: 0000-0002-6546-3503.

Grażyna Pol

Socjolożka, badaczka kultury, kierowniczką Działu Badań i Analiz w Narodowym Centrum Kultury. Od lat przygląda się temu, co porusza ludzi i instytucje – analizuje mechanizmy uczestnictwa w kulturze i społeczne znaczenie praktyk kulturalnych. Doświadczenie zdobywała prowadząc projekty w czołowych firmach badawczych. Współautorka raportów badawczych, artykułów oraz monografii naukowych. ORCID: 0000-0001-5329-360X.

Nie mam wątpliwości po lekturze przedłożonego materiału, że mamy do czynienia z jednym z najciekawszych i zarazem najważniejszych opracowań dotyczących kultury w naszym kraju. Z tego też powodu gorąco rekomenduję wydanie tej pozycji, dostrzegając nie tylko jej walory naukowe (nie tylko w aspekcie akademickości), ale też edukacyjne i tożsamościowe, a także – co być może ma tu znaczenie szczególne – w kontekście możliwości praktycznego wykorzystania tychże wyników w działalności instytucji kultury czy też w projektowaniu polityki publicznej w zakresie kultury. Jestem przekonany, że będzie to opracowanie uważnie studiowane nie tylko w kręgach akademickich badaczy (i to z różnych dyscyplin, nie tylko socjologów), ale też przez liderów różnych środowisk kulturalnych pod kątem lepszego zrozumienia sytuacji, w jakiej się znajdujemy, ryzyk i potencjałów z tym związanych, możliwych działań animacyjnych i wszelkich innych. W tym sensie publikacja ta ma też istotne znaczenie dla debaty publicznej, w której ciągle spotykamy się z deficytami wiedzy czy też mylnymi wyobrażeniami w odniesieniu do form, zasad i intensywności uczestniczenia/ praktykowania kultury w naszym kraju.

prof. dr hab. Cezary Obracht-Prondzyński



**NARODOWE
CENTRUM
KULTURY**



**BADANIA
NCK**



**Narodowe
Obserwatorium
Kultury**