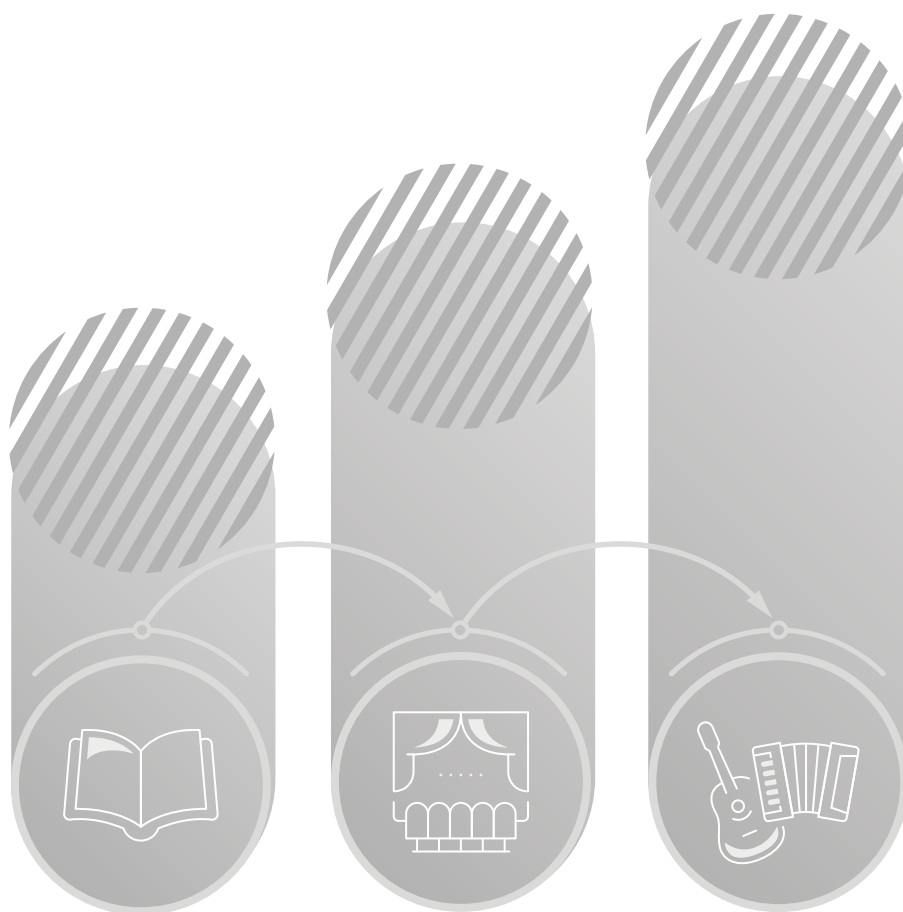




# Uczestnictwo ludności w kulturze w 2019 r.

Participation in culture in 2019





## **Uczestnictwo ludności w kulturze w 2019 r.**

Participation in culture in 2019

Główny Urząd Statystyczny Statistics Poland  
Urząd Statystyczny w Krakowie Statistical Office in Kraków

Warszawa, Kraków 2020

### **Opracowanie merytoryczne**

Content-related works

Urząd Statystyczny w Krakowie, Ośrodek Statystyki Kultury  
Statistical Office in Kraków, Centre for Cultural Statistics

pod kierunkiem  
supervised by

Agnieszki Szlubowskiej

### **Zespół autorski**

Editorial team

Ewa Bińczycka, dr inż. Mariusz Cembruch-Nowakowski, Agnieszka Czekał, Magdalena Gielowska, Bożena Jędrychowska, Małgorzata Kolczyk, Laura Korzeniowska, Anna Kowacka, Barbara Nowak, dr Joanna Sannetra-Szeliga, Agnieszka Suska

### **Prace redakcyjne**

Editorial work

Barbara Oremus, Krzysztof Pawlaczek, Grzegorz Ruta

### **Skład i opracowanie graficzne**

Typesetting and graphics

Tomasz Brzdąk

### **Opracowanie graficzne okładki**

Graphic design of the cover

Karolina Rudnik

ISBN 978-83-66466-29-6

### **Publikacja dostępna na stronie internetowej**

Publications available on website

<http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura>

### **Przy publikowaniu danych GUS prosimy o podanie źródła**

When publishing Statistics Poland data — please indicate the source



## Przedmowa

Uczestnictwo w kulturze, rozumiane jako korzystanie z oferty artystycznej przygotowanej przez artystów, podmioty kultury, organizacje pozarządowe, udostępnianej przez środki masowego przekazu, jak i jako własna amatorska działalność twórcza, jest istotnym elementem życia społecznego i dobrostanu każdego człowieka. Badania potwierdzają, że partycypacja w kulturze ma wpływ na nastrój, poczucie samorealizacji, subiektywną ocenę własnego zdrowia, a także rozwój kreatywności i innowacyjności. Funkcją uczestnictwa w kulturze jest również budowanie kapitału ludzkiego, społecznego oraz kulturowego, co bezpośrednio oddziałuje na rozwój gospodarczy i społeczny. Korzystanie z kultury ma także wpływ na gospodarkę, konsumpcja kulturalna bowiem przekłada się na stymulację produkcji oferty kulturalnej, co z ekonomicznego punktu widzenia najwyraźniej widać w rozwoju przemysłów kultury i kreatywnych. Stąd też niezwykle istotne jest badanie i monitorowanie trendów związanych z uczestnictwem Polaków w kulturze.

Niniejsza publikacja została opracowana na podstawie wyników badania modułowego gospodarstw domowych na temat uczestnictwa ludności w kulturze w 2019 r., przeprowadzonego przez Główny Urząd Statystyczny. Wyniki tego badania pokazują, jak Polacy postrzegają kulturę i jej wagę w życiu oraz, po raz pierwszy w tego typu badaniach, co sądzą na temat znaczenia kultywowania tradycji i zainteresowania historią. Ponadto, prezentowana analiza przedstawia kondycję i sposób uczestnictwa w kulturze, jak również zwyczaje w gospodarstwie domowym oraz opinie na temat oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania i wykorzystania czasu wolnego. W publikacji zaprezentowano również wydatki gospodarstw domowych na kulturę, oceny możliwości finansowych związanych z zaspokojeniem potrzeb kulturalnych oraz wyposażenie gospodarstw domowych w dobra kulturalne. Uzupełnieniem publikacji jest część tabelaryczna, prezentująca dane o uczestnictwie w kulturze w różnych przekrojach.

Przekazując Państwu niniejsze opracowanie zwracamy się z prośbą o nadsyłanie uwag i sugestii, które stanowić będą cenną wskazówkę w rozwoju badań w obszarze kultury oraz przyczynią się do doskonalenia zarówno treści jak i formy kolejnych edycji.

Dyrektor  
Urzędu Statystycznego w Krakowie



Agnieszka Szlubowska

Prezes  
Głównego Urzędu Statystycznego



dr Dominik Rozkrut

## Preface

Participation in culture, understood both as using the artistic offer prepared by artists, cultural entities, non-governmental organisations, made available by the mass media, and as one's own amateur creative activity, is an essential element of social life and individual well-being of every human being. Research confirm that participation in culture has an impact on mood, sense of self-realisation, subjective assessment of one's own health, as well as the development of creativity and innovation. The function of participation in culture is also building human, social and cultural capital, which has a direct impact on economic and social development. The use of culture also has an impact on the economy, as cultural consumption translates into stimulation of the production of the cultural offer, which from an economic point of view is most clearly visible in the development of cultural and creative industries. Hence, it is extremely important to research and monitor trends related to the participation of Poles in culture.

This publication was prepared on the basis of the results of the modular household survey on the participation of population in culture in 2019, conducted by Statistics Poland. The results of this study show how Poles perceive culture and its importance in life and, for the first time in this type of research, what they think about the importance of cultivating tradition and their interest in history. Moreover, the presented analysis shows the condition and manner of participation in culture as well as household habits and opinions on the cultural offer in the place of residence and the use of free time. The publication also presents household expenditure on culture, evaluation of financial possibilities related to satisfying cultural needs and equipping households with cultural goods. The publication is supplemented by a tabular part presenting data on participation in culture in various sections.

When submitting this study to you, we kindly ask you to send your comments and suggestions, which will be a valuable guide in the development of research in the area of culture and will contribute to the improvement of both the content and the form of subsequent editions.

Director  
Statistical Office in Kraków



Agnieszka Szlubowska

President  
Statistics Poland



Dominik Rozkrut, Ph.D.

## Spis treści

Przedmowa . . . . .	3
Preface . . . . .	4
Spis tablic . . . . .	8
List of tables. . . . .	8
Spis wykresów . . . . .	10
Diagrams . . . . .	10
Spis tablic (w Internecie) . . . . .	13
List of tables (on the Internet). . . . .	13
Synteza . . . . .	16
Synthesis . . . . .	25
Rozdział 1. Kultura w odbiorze społecznym . . . . .	34
Chapter 1. Culture in social perception . . . . .	34
1.1. Z czym kojarzy się słowo „kultura”? . . . . .	34
1.1. What does the word “culture” associate with? . . . . .	34
1.2. Cechy człowieka kulturalnego . . . . .	37
1.2. Features of a cultured person . . . . .	37
1.3. Czy kultura jest ważna? . . . . .	39
1.3. Is culture important? . . . . .	39
Rozdział 2. Korzystanie z oferty kulturalnej . . . . .	42
Chapter 2. Participating in the cultural offer. . . . .	42
2.1. Ocena oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania . . . . .	42
2.1. Evaluation of the cultural offer in the place of residence . . . . .	42
2.2. Czytelnictwo . . . . .	47
2.2. Reading habits . . . . .	47
2.3. Korzystanie z mediów i uczęszczanie do kina. . . . .	52
2.3. Media usage habits and cinema attendance . . . . .	52
2.4. Opinie dotyczące zastępczej funkcji telewizji i Internetu. . . . .	62
2.4. Opinions on the television and the Internet as substitutes . . . . .	62
2.5. Korzystanie z oferty podmiotów kultury . . . . .	69
2.5. The use of the offer of cultural entities . . . . .	69
2.6. Uczestnictwo w wybranych formach rozrywki . . . . .	76
2.6. Participation in selected forms of entertainment . . . . .	76
Rozdział 3. Pamięć zbiorowa . . . . .	79
Chapter 3. Collective memory . . . . .	79
3.1 Zainteresowanie historią . . . . .	79
3.1 Interest in history . . . . .	79
3.2. Znaczenie i kultywowanie tradycji. . . . .	81
3.2. Importance and cultivation of traditions . . . . .	81
Rozdział 4. Działalność amatorska i hobbystyczna. . . . .	84
Chapter 4. Amateur and hobby activities. . . . .	84
Rozdział 5. Opinie dotyczące wykorzystania czasu wolnego . . . . .	86
Chapter 5. Opinions on the use of free time. . . . .	86

Rozdział 6. Ocena oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania. . . . .	90
Chapter 6. Evaluation of the cultural offer in the place of residence. . . . .	90
Rozdział 7. Zwyczaje w gospodarstwach domowych. . . . .	94
Chapter 7. Customs in households. . . . .	94
Rozdział 8. Wydatki gospodarstw domowych na kulturę . . . . .	96
Chapter 8. Household expenditure on culture . . . . .	96
8.1. Udział wydatków na kulturę w budżetach gospodarstw domowych . . . . .	96
8.1. Share of expenditure on culture in household budgets . . . . .	96
8.2. Wydatki gospodarstw domowych na zakup książek . . . . .	97
8.2. Household expenditure on books. . . . .	97
8.3. Wydatki gospodarstw domowych na zakup i prenumeratę prasy . . . . .	99
8.3. Household expenditure on purchase and subscription of newspapers . . . . .	99
8.4. Wydatki gospodarstw domowych na zakup sprzętu audiowizualnego oraz nośników dźwięku i obrazu . . . . .	101
8.4. Household expenditure on audio-visual equipment and recording media . . . . .	101
8.5. Wydatki gospodarstw domowych na zakup usług kulturalnych. . . . .	193
8.5. Household expenditure on cultural services . . . . .	103
8.6. Ocena zmiany możliwości finansowych zaspokojenia potrzeb gospodarstw domowych związanych z uczestnictwem w kulturze . . . . .	105
8.6. Evaluation of changes in financial possibilities of meeting the needs of households related to participation in culture. . . . .	105
Rozdział 9. Wyposażenie gospodarstw domowych w artykuły użytku kulturalnego. . . . .	108
Chapter 9. Households equipped with articles of cultural use . . . . .	108
9.1. Książki . . . . .	108
9.1. Books . . . . .	108
9.2. Sprzęt audiowizualny i komputerowy oraz nośniki dźwięku i obrazu. . . . .	110
9.2. Audio-visual and computer equipment and recording media . . . . .	110
9.3. Instrumenty muzyczne . . . . .	113
9.3. Musical instruments. . . . .	113
9.4. Dzieła sztuki i antyki oraz przedmioty rękodzieła artystycznego . . . . .	114
9.4. Works of art and antiques and artistic handicraft items . . . . .	114
Uwagi metodologiczne (ogólne). . . . .	115
Methodological notes (general) . . . . .	123



## Spis tablic

### List of tables

	Tablica Table	Str. Page
Przeciętne wydatki na kulturę w przeliczeniu na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych w 2019 r. ....	1	21
Average yearly expenditure on culture per capita in households in 2019 .....	1	30
Skojarzenia ze słowem „kultura” według grup wieku .....	2	34
Associations with the word „culture” by age group .....	2	34
Cechy człowieka kulturalnego według grup wieku .....	3	37
Features of a cultured person by age group .....	3	37
Znaczenie kultury dla członków gospodarstw domowych według grup społeczno-ekonomicznych .....	4	40
The importance of culture for household members by socio-economic group .....	4	40
Ocena oferty kulturalnej według klasy miejscowości zamieszkania w 2019 r. ....	5	44
Evaluation of cultural offer by class of locality in 2019 r. ....	5	44
Ocena oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r. ....	6	49
Evaluation of cultural offer in the place of residence by socio-economic group in 2019 .....	6	49
Czytający książki według dziedziny literatury i grup społeczno-ekonomicznych .....	7	49
Book readers by subject area of literature and socio-economic group .....	7	49
Czytający według grup społeczno-ekonomicznych .....	8	50
Readers by socio-economic group .....	8	50
Korzystający z biblioteki lub czytelni według grup społeczno-ekonomicznych .....	9	52
Users of library or reading room by socio-economic group .....	9	52
Oglądający program telewizyjny według intensywności i grup społeczno-ekonomicznych .....	10	53
Television viewers by intensity level and socio-economic group .....	10	53
Słuchający programu radiowego według intensywności i grup społeczno-ekonomicznych .....	11	54
Radio listeners by intensity level and socio-economic group .....	11	54
Oglądający filmy fabularne według płci i grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r. ....	12	55
Feature films viewers by sex and socio-economic group in 2019 .....	12	55
Wypożyczający odpłatnie filmy według płci i grup społeczno-ekonomicznych .....	13	56
Users of paid films rental by sex and socio-economic group .....	13	56
Chodzący do kina według grup społeczno-ekonomicznych .....	14	57
Cinema attendees by socio-economic group .....	14	57
Korzystający z komputera według celu i grup społeczno-ekonomicznych .....	15	59
Computer users by purpose of use and socio-economic group .....	15	59
Korzystający z Internetu według grup społeczno-ekonomicznych .....	16	60
Internet users by socio-economic group .....	16	60
Opinie dotyczące możliwości zastąpienia przez telewizję innych form uczestnictwa w kulturze według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r. ....	17	64
Opinions on the television as a substitute of other forms of participation in culture by socio-economic group in 2019 .....	17	64
Opinie dotyczące możliwości zastąpienia przez Internet innych form uczestnictwa w kulturze według płci .....	18	66
Opinions on the Internet as a substitute of other forms of participation in culture by sex .....	18	66

	Tablica Table	Str. Page
Opinie na temat zastępczej funkcji Internetu według grup wieku w 2019 r. ....	19	67
Opinions on the Internet as a substitute of other forms of participation in culture by age group in 2019 .....	19	67
Korzystający z oferty podmiotów kultury według grup społeczno-ekonomicznych .....	20	72
Users of the offer of cultural entities by socio-economic group .....	20	72
Korzystający z oferty wybranych podmiotów kultury według klasy miejscowości zamieszkania w 2019 r. ....	21	73
Users of the offer of selected cultural entities by class of locality in 2019 .....	21	73
Korzystający z oferty wybranych podmiotów kultury według grup wieku w 2019 r. ....	22	74
Users of the offer of selected cultural entities by age group in 2019 .....	22	74
Uczestniczący w wybranych formach rozrywki według grup społeczno-ekonomicznych .....	23	77
Participants in selected forms of entertainment by socio-economic group .....	23	77
Realizujący wybrane formy działalności hobbystycznej według grup społeczno-ekonomicznych .....	24	84
People having selected forms of hobby by to socio-economic group .....	24	84
Ocena ilości czasu wolnego według grup społeczno-ekonomicznych .....	25	87
Evaluation of the amount of free time by socio-economic group .....	25	87
Sposób wykorzystania czasu w ciągu dnia powszedniego według grup społeczno-ekonomicznych .....	26	89
Use of time during a weekday tby socio-economic group .....	26	89
Ocena zmiany możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty w miejscu zamieszkania w porównaniu z rokiem wcześniejszym według grup społeczno-ekonomicznych .....	27	91
Evaluation of the change in the possibility of using cultural institutions and their offer in the place of residence in comparison to the previous year by socio-economic group .....	27	91
Ocena jakości oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania w porównaniu z rokiem wcześniejszym według grup społeczno-ekonomicznych .....	28	93
Evaluation of the quality of cultural offer in the place of residence in comparison with the previous year by socio-economic group .....	28	93
Zwyczaje w gospodarstwach domowych według grup społeczno-ekonomicznych .....	29	94
Customs in households by socio-economic group .....	29	94
Przeciętne wydatki na kulturę na 1 członka gospodarstwa domowego rocznie i ich udział w przeciętnych wydatkach ogółem gospodarstw domowych według grup społeczno-ekonomicznych .....	30	96
Average yearly expenditure on culture per capita and the share in average total expenditure of households by socio-economic group .....	30	96
Gospodarstwa domowe kupujące gazety i czasopisma .....	31	100
Households purchasing newspapers and periodicals .....	31	100
Przeciętne wydatki na niektóre usługi kulturalne na 1 członka gospodarstwa domowego rocznie według grup społeczno-ekonomicznych .....	32	104
Average yearly expenditure on selected cultural services per capita in hoseholds by socio-economic group .....	32	104
Konieczność częstej lub bardzo częstej rezygnacji gospodarstw domowych z zakupu artykułów lub usług kulturalnych ze względów finansowych według grup społeczno-ekonomicznych .....	33	107
Frequent or very frequent resignation of households from purchase of cultural goods or services for financial reasons by socio-economic group .....	33	107
Gospodarstwa domowe posiadające książki .....	34	109
Households collecting books .....	34	109

	Tablica Table	Str. Page
Gospodarstwa domowe posiadające książki według rodzaju literatury i wykształcenia osoby odniesienia .....	35	110
Households collecting books by subject area of literature and level of education of reference person .....	35	110
Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny według miejsca zamieszkania .....	36	112
Households equipped with selected audio-visual equipment by place of residence.....	36	112
Gospodarstwa domowe posiadające instrumenty muzyczne w 2019 r. ....	37	113
Households with musical instruments in 2019 .....	37	113
Gospodarstwa domowe według grup społeczno-ekonomicznych i miejsca zamieszkania .....	38	121
Households by socio-economic group and place of residence .....	38	129
Zróżnicowanie gospodarstw domowych według grup społeczno-ekonomicznych i miejsca zamieszkania .....	39	121
Differentiation of households by socio-economic group and place of residence .....	39	129
Członkowie gospodarstw domowych według klasy miejscowości zamieszkania i płci .....	40	121
Household members by class of locality and sex .....	40	129
Członkowie gospodarstw domowych według grup wieku i płci .....	41	122
Households members by age group and sex.....	41	130
Członkowie gospodarstw domowych według poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania .....	42	122
Households members by level of education and place of residence.....	42	130
Członkowie gospodarstw domowych według poziomu wykształcenia i płci .....	43	122
Households members by level of education and sex .....	43	130
Członkowie gospodarstw domowych według zajęcia, płci i miejsca zamieszkania.....	44	122
Households members by occupation, sex and place of residence .....	44	130

## Spis wykresów Diagrams

	Wykres Chart	Str. Page
Uczestnictwo w różnych formach kultury w 2019 r.....	1	18
Participation in different forms of cultural activity in 2019 .....	1	27
Działalność amatorska i hobbystyczna w 2019 r. ....	2	20
Amateur and hobby activities in 2019 .....	2	29
Skojarzenia ze słowem „kultura” według płci w 2019 r. ....	3	35
Associations with the word “culture” by sex in 2019 .....	3	35
Cechy człowieka kulturalnego według miejsca zamieszkania w 2019 r. ....	4	38
Features of a cultured person by place of residence in 2019 .....	4	38
Znaczenie kultury .....	5	39
The importance of culture .....	5	39
Znaczenie kultury według płci w 2019 r. ....	6	41
The importance of culture by sex in 2019 .....	6	41
Ocena oferty kulturalnej w 2019 r. ....	7	42
Evaluation of cultural offer in 2019 .....	7	42

	Wykres Chart	Str. Page
Ocena oferty kulturalnej według miejsca zamieszkania w 2019 r.....	8	43
Evaluation of cultural offer by place of residence in 2019 .....	8	43
Książki przeczytane według dziedziny literatury (na 1000 przeczytanych książek) w 2019 r. ....	9	48
Books read by subject area of literature (per 1000 books read) in 2019 .....	9	48
Czytający książki według dziedziny przeczytanych książek i płci w 2019 r. ....	10	48
Book readers by subject area of read books and sex in 2019 .....	10	48
Czytający, korzystający z biblioteki lub czytelnicy według miejsca zamieszkania w 2019 r. ....	11	51
Readers, users of library or reading room by place of residence in 2019 .....	11	51
Czytający, korzystający z biblioteki lub czytelnicy według płci w 2019 r. ....	12	51
Readers, users of library or reading room by sex in 2019 .....	12	51
Uczęszczający do kina według płci i grup wieku w 2019 r. ....	13	58
Cinema attendees by sex and age group in 2019 .....	13	58
Wybrane powody korzystania z Internetu w 2019 r. ....	14	61
Selected purposes for Internet use in 2019 .....	14	61
Uważający, że telewizja nie może zastąpić innych form uczestnictwa w kulturze według płci w 2019 r. ....	15	62
People believing that television cannot replace other forms of participation in culture by sex in 2019 .....	15	62
Uważający, że telewizja nie może zastąpić innych form uczestnictwa w kulturze według miejsca zamieszkania w 2019 r. ....	16	63
People believing that television cannot replace other forms of participation in culture by place of residence in 2019 .....	16	63
Opinie dotyczące całkowitej lub częściowej możliwości zastąpienia przez Internet innych form uczestnictwa w kulturze w 2019 r. ....	17	67
People believing that Internet can partly or completely replace other forms of participation in culture in 2019 .....	17	67
Korzystanie z oferty podmiotów kultury w 2019 r. ....	18	69
Using the offer of cultural entities in 2019 .....	18	69
Korzystający z oferty podmiotów kultury .....	19	70
Users of the offer of cultural entities .....	19	70
Korzystający z oferty podmiotów kultury według wykształcenia w 2019 r. ....	20	71
Users of the offer of cultural entities by education level in 2019 .....	20	71
Uczęszczający do wybranych podmiotów kultury według miejsca zamieszkania w 2019 r. ...	21	73
Attendees to selected cultural entities by place of residence in 2019 .....	21	73
Uczestniczący w formach aktywności kulturalnej według płci w 2019 r. ....	22	75
Participants in forms of cultural activity by sex in 2019 .....	22	75
Uczestniczący w formach aktywności oferowanych przez domy i ośrodki kultury według miejsca zamieszkania w 2019 r. ....	23	76
Participants in forms of activity offered by cultural establishments and cultural centres by place of residence in 2019 .....	23	76
Zainteresowanie historią w 2019 r. ....	24	79
Interest in history in 2019 (diagram) .....	24	79
Zainteresowanie historią według grup wiekowych w 2019 r. ....	25	80
Interest in history by age group in 2019 .....	25	80
Wiedza o przeszłości rodziny w 2019 r. ....	26	81
Knowledge of person's own family history in 2019 .....	26	81
Osoby kultywujące tradycję w najbliższej rodzinie według makroregionów w 2019 r. ....	27	82
People cultivating traditions in their immediate family by macroregions in 2019 .....	27	82

	Wykres Chart	Str. Page
Osoby kultywujące tradycję w najbliższej rodzinie według grup wiekowych w 2019 r. ....	28	82
People cultivating traditions in their immediate family by age group in 2019 .....	28	82
Sposób obchodzenia Święta Niepodległości 11 listopada według miejsca zamieszkania w 2019 r. ....	29	83
Ways to celebrate the Independence Day on November 11 by place of residence in 2019 ....	29	83
Zadowolenie z ilości czasu wolnego w 2019 r. ....	30	86
Satisfaction with the amount of free time in 2019 .....	30	86
Sposób wykorzystania czasu w ciągu dnia powszedniego według poziomu wykształcenia w 2019 r. ....	31	89
Use of time during a weekday by level of education in 2019 .....	31	89
Ocena zmiany możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty w miejscu zamieszkania w 2019 r. w porównaniu z 2018 r. ....	32	90
Evaluation of the change in the possibility of using cultural institutions and their offer in the place of residence in 2019 in comparison with 2018 .....	32	90
Ocena jakości oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania w 2019 r. w porównaniu z 2018 r. ...	33	.
Evaluation of the quality of the cultural offer in the place of residence in 2019 in comparison with 2018 .....	33	92
Zwyczaje w gospodarstwach domowych według miejsca zamieszkania w 2019 r. ....	34	92
Customs in household by place of residence in 2019 .....	34	92
Przeciętne wydatki gospodarstw domowych na kulturę w 2019 r. ....	35	95
Average expenditure in households on culture in in 2019. ....	35	95
Przeciętne wydatki na zakup książek i innych wydawnictw na 1 członka gospodarstwa domowego rocznie według miejsca zamieszkania w 2019 r. ....	36	98
Average yearly expenditure on books and other publications per capita in households by place of residence in 2019 .....	36	98
Przeciętne wydatki na zakup sprzętu do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz nośników dźwięku i obrazu na 1 członka gospodarstwa domowego rocznie według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r. ....	37	102
Average yearly expenditure on purchase of audio-visual equipment and recording media per capita in households by socio-economic group in 2019 .....	37	102
Przeciętne wydatki na zakup sprzętu do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz nośników dźwięku i obrazu na 1 członka gospodarstwa domowego rocznie według miejsca zamieszkania w 2019 r. ....	38	102
Average yearly expenditure on purchase of audio and audio-visual equipment and recording media per capita in households by place of residence in 2019 .....	38	102
Nośniki z nagraniami muzycznymi i filmami zgromadzone przez gospodarstwa domowe według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r. ....	39	103
Recording media with music and films collected by households by socio-economic group in 2019 .....	39	103
Ocena zmian możliwości finansowych zaspokojenia potrzeb gospodarstwa domowego związanych z kulturą w porównaniu z wcześniejszym rokiem według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r. ....	40	106
Evaluation of changes in financial possibilities of meeting the needs of households related to participation in culture by socio-economic group in 2019 .....	40	106
Gospodarstwa domowe według liczby posiadanych książek w 2019 r. ....	41	108
Households by number of books collected in 2019 .....	41	108
Gospodarstwa domowe posiadające dzieła sztuki i antyki oraz przedmioty rękodzieła artystycznego według wykształcenia osoby odniesienia w 2019 r. ....	42	114
Households with works of art and antiques and artistic handicraft items by level of education of reference person in 2019 .....	42	114

## Spis tablic (w Internecie)

### List of Tables (on the Internet)

#### **Dział Ia. Charakterystyka zbadanych gospodarstw domowych i ich członków**

##### **Chapter Ia. Characteristics of surveyed households and their members**

Gospodarstwa domowe według grup społeczno-ekonomicznych . . . . .	1
Households by socio-economic group . . . . .	1
Gospodarstwa domowe według klasy wielkości miejscowości. . . . .	2
Households by class of locality . . . . .	2
Członkowie gospodarstw domowych według grup społeczno-ekonomicznych . . . . .	3
Members of households by socio-economic group . . . . .	3
Członkowie gospodarstw domowych według klasy wielkości miejscowości. . . . .	4
Members of households by class of locality . . . . .	4
Członkowie gospodarstw domowych według grup zawodów, miejsca zamieszkania i płci . . . . .	5
Members of households by group of occupation, place of residence and sex . . . . .	5

#### **Dział Ib. Gospodarstwa domowe i ich wyposażenie w artykuły użytku kulturalnego**

##### **Chapter Ib. Household expenditure on culture and their equipment in cultural goods**

Przeciętne wydatki na kulturę na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych według grup społeczno-ekonomicznych. . . . .	1(6)
Average expenditure on culture per capita in households by socio-economic group . . . . .	1(6)
Udział wydatków na wybrane artykuły i usługi kulturalne w przeciętnych wydatkach na kulturę na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych według grup społeczno-ekonomicznych. . . . .	2(7)
Share of expenditure on selected cultural goods and services in the average expenditure on culture per capita in households by socio-economic group. . . . .	2(7)
Przeciętne wydatki na kulturę na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych według grup społeczno-ekonomicznych i klasy wielkości miejscowości. . . . .	3(8)
Average expenditure on culture per capita in households by socio-economic group and class of locality . . . . .	3(8)
Przeciętne wydatki na wybrane artykuły użytku kulturalnego na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych według klasy wielkości miejscowości . . . . .	4(9)
Average expenditure on selected cultural goods per capita in households by class of locality . . . . .	4(9)
Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny według grup społeczno-ekonomicznych . . . . .	5(10)
Households equipped with selected audio-visual equipment by socio-economic group . . . . .	5(10)
Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny według klasy wielkości miejscowości . . . . .	6(11)
Households equipped with selected audio-visual equipment by class of locality . . . . .	6(11)
Gospodarstwa domowe posiadające książki według rodzajów książek i wielkości księgozbioru - w % . . . . .	7(12)
Households collecting books by type of book and size of collection - in % . . . . .	7(12)
Książki zakupione, otrzymane w prezencie lub uzyskane inną drogą przez gospodarstwa domowe - w % . . . . .	8(13)
Books purchased, received as a gift or otherwise obtained in households - in % . . . . .	8(13)
Gazety i czasopisma w gospodarstwach domowych - w % . . . . .	9(14)
Newspapers and magazines in households - in % . . . . .	9(14)
Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny - w % . . . . .	10(15)
Households with selected audio-visual equipment - in % . . . . .	10(15)

Nośniki z nagraniami muzycznymi w gospodarstwach domowych - w % . . . . .	11(16)
Recording media with music in households - in % . . . . .	11(16)
Nośniki z filmami w gospodarstwie domowym - w % . . . . .	12(17)
Recording media with films in households - in % . . . . .	12(17)
Korzystanie z odpłatnego wypożyczenia filmów/programów w gospodarstwie domowym - w %	13(18)
Renting films/programs in households - in % . . . . .	13(18)
Instrumenty muzyczne w gospodarstwie domowym - w % . . . . .	14(19)
Musical instruments in households - in % . . . . .	14(19)
Dzieła sztuki w gospodarstwie domowym - w % . . . . .	15(20)
Works of art in households - in % . . . . .	15(20)
Zwyczaje w gospodarstwie domowym - w % . . . . .	16(21)
Customs in households - in % . . . . .	16(21)
Rezygnacja gospodarstwa domowego z zajęć kulturalnych ze względów finansowych - w % . . .	17(22)
Resignation of households from cultural activities for financial reasons - in % . . . . .	17(22)
Możliwości zaspokojenia potrzeb związanych z uczestnictwem w kulturze przez gospodarstwo domowe - w % . . . . .	18(23)
Possibilities of meeting the needs related to participation in culture by households - in % . . . . .	18(23)

## **Dział II. Kultura**

### **Chapter II. Culture**

Skojarzenia ze słowem „kultura” - w % . . . . .	1(24)
The associations with the word “culture” - in % . . . . .	1(24)
Znaczenie kultury - w % . . . . .	2(25)
The importance of culture - in % . . . . .	2(25)
Cechy człowieka kulturalnego - w % . . . . .	3(26)
Features of a cultured person - in % . . . . .	3(26)

## **Dział III. Pamięć zbiorowa**

### **Chapter III. Collective memory**

Zainteresowanie historią - w % . . . . .	1(27)
The interest in history - in % . . . . .	1(27)
Wiedza o rodzinie - w % . . . . .	2(28)
The knowledge of family history - in % . . . . .	2(28)
Rozmowy na temat przeszłości w kręgu rodziny - w % . . . . .	3(29)
Family discussions about the past - in % . . . . .	3(29)
Kultywowanie tradycji w najbliższej rodzinie - w % . . . . .	4(30)
Cultivating traditions in the immediate family - in % . . . . .	4(30)
Obchody Święta Niepodległości - w % . . . . .	5(31)
The Independence Day Celebrations - in % . . . . .	5(31)

## **Dział IV. Telewizja, film i radio**

### **Chapter IV. Television, film and radio**

Oglądanie telewizji . . . . .	1(32)
Watching television . . . . .	1(32)
Słuchanie radia . . . . .	2(33)
Listening to the radio . . . . .	2(33)
Zastępcza funkcja telewizji („Czy telewizja może zastąpić?”) . . . . .	3(34)
Television as a substitute (“Can television replace...?”) . . . . .	3(34)
Oglądanie filmów . . . . .	4(35)
Watching features films. . . . .	4(35)

**Dział V. Korzystanie z komputera i Internetu**  
**Chapter V. The use of a computer and the Internet**

Używający komputera według miejsca korzystania . . . . .	.1(36)
Computer users by place of use . . . . .	1(36)
Używający komputera według celu korzystania . . . . .	.2(37)
Computer users by purpose of use . . . . .	2(37)
Korzystanie z Internetu . . . . .	.3(38)
Internet users . . . . .	3(38)
Korzystanie z Internetu według wybranych celów . . . . .	.4(39)
The use of the Internet by purpose of use . . . . .	4(39)
Zastępcza funkcja Internetu („Czy korzystanie z Internetu może zastąpić...?”) . . . . .	.5(40)
The Internet as a substitute (“Can the Internet replace...?”) . . . . .	5(40)
Korzystanie z urządzeń multimedialnych . . . . .	.6(41)
The use of multimedia devices . . . . .	6(41)

**Dział VI. Czytelnictwo**  
**Chapter VI. Reading**

Czytanie książek według typu wydawnictwa . . . . .	.1(42)
Reading or listening to books by type of publication . . . . .	1(42)
Czytanie książek według dziedziny i powodu . . . . .	.2(43)
Reading books by subject area and reason of reading . . . . .	2(43)
Korzystanie z biblioteki i czytelní. Wypożyczenia . . . . .	3(44)
The use of library and reading rooms. Borrowing books . . . . .	3(44)
Czytanie gazet . . . . .	.4(45)
Reading the newspapers . . . . .	4(45)
Czytanie czasopism . . . . .	.5(46)
Reading magazines . . . . .	5(46)
Spotkania autorskie . . . . .	.6(47)
Attending author visits . . . . .	6(47)

**Dział VII. Muzyka, teatr**  
**Chapter VII. Music, theatre**

Słuchanie muzyki . . . . .	.1(48)
Listening to music . . . . .	1(48)
Uczęszczanie do teatrów i instytucji muzycznych . . . . .	.2(49)
Visiting theatres and musical institutions . . . . .	2(49)

**Dział VIII. Uczęszczanie do instytucji rozrywkowych i życie towarzyskie**  
**Chapter VIII. Attending entertainment institutions and social life**

Uczęszczanie do instytucji rozrywkowych . . . . .	.1(50)
Attending entertainment institutions . . . . .	1(50)

**Dział IX. Zwiedzanie**  
**Chapter IX. Visiting**

Zwiedzanie zabytków historycznych . . . . .	.1(51)
Visiting historical monuments . . . . .	1(51)
Zwiedzanie muzeów i galerii sztuki . . . . .	.2(52)
Visiting museums and art galleries . . . . .	2(52)
Zwiedzanie instytucji paramuzealnych . . . . .	.3(53)
Visiting institutions related to museums . . . . .	3(53)



**Dział X. Domy kultury i inne lokalne instytucje kultury oraz działalność hobbystyczna**  
**Chapter X. Cultural centres and establishments and other local cultural institutions.**  
**Hobby activities**

Uczęszczanie do centrów kultury, domów i ośrodków kultury, klubów i świetlic . . . . .	.1(54)
Visiting centres of culture, cultural centres and establishments, clubs and community centres . . .	1(54)
Udział w działalności kulturalnej organizowanej przez Kościół i związki wyznaniowe . . . . .	.2(55)
Participation in cultural activities organised by Church and religious associations . . . . .	2(55)
Zajęcia hobbystyczne. . . . .	.3(56)
Hobbies. . . . .	3(56)

**Dział XI. Opinie dotyczące możliwości uczestnictwa w kulturze i wykorzystania czasu wolnego**  
**Chapter XI. The opinions about opportunities of participating in culture and use of free time**

Ocena czasu wolnego. . . . .	.1(57)
Evaluation of free time . . . . .	1(57)
Ocena oferty kulturalnej . . . . .	.2(58)
Evaluation of cultural offer . . . . .	2(58)
Charakterystyka czasu wolnego . . . . .	.3(59)
Characteristics of free time . . . . .	3(59)

## Synteza

Uczestnictwo w kulturze zostało dostrzeżone już w Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka z 1948 r., która w artykule 27 pkt 1 stanowi, że: „Każdy człowiek ma prawo do swobodnego uczestniczenia w życiu kulturalnym społeczeństwa, do korzystania ze sztuki, do uczestniczenia w postępie nauki i korzystania z jego dobrodziejstw”. W tym duchu także polskie prawo zobowiązuje władze do zapewnienia obywatelom dostępu do kultury m.in. poprzez organizowanie działalności kulturalnej w ramach publicznych instytucji kultury. Udział w kulturze to nie jedynie rozrywka i rekreacja, ale także ważny element budowania lokalnych tożsamości, kapitału społecznego, ludzkiego i kulturowego. Uczestnictwo w kulturze to zarówno korzystanie z oferty podmiotów kultury, tak prywatnych, jak i publicznych, ale także słuchanie radia, oglądanie telewizji i korzystanie w celach kulturalnych z Internetu. To nie tylko bierna partycypacja lecz również czynne uczestnictwo, choćby poprzez działalność amatorską i hobbystyczną.

## Kultura w odbiorze społecznym

Zdefiniowanie czym jest kultura to zadanie skomplikowane i nawet nauka nie daje jednej, powszechnej uznanej definicji. Dla 41,0% osób kultura kojarzyła się przede wszystkim ze sztuką (wizualną, performatywną, a także architekturą) a dla 39,4% osób z tradycją i zwyczajami. W dalszej kolejności wśród skojarzeń pojawił się styl życia i obyczaje (38,8%), edukacja i wychowanie (31,8%) a także wiedza i nauka (24,8%). Kobiety częściej niż mężczyźni kultura kojarzyła się ze sztuką, tradycją, edukacją i wychowaniem, literaturą oraz muzeami i zabytkami. Natomiast mężczyźni częściej wskazywali styl życia i obyczaje, wiedzę i naukę, wartości i przekonania, cywilizację, historię, a także wypoczynek i sport. Kolejność skojarzeń zależna była od typu gospodarstwa domowego i poziomu wykształcenia badanych osób. Gospodarstwa osób pracujących na stanowiskach nierobotniczych i na własny rachunek, jak również te, posiadające wyższe lub średnie wykształcenie najczęściej wymieniały sztukę i tradycję. W przypadku osób z gospodarstw pracowników na stanowiskach robotniczych najczęściej występowało skojarzenie ze stylem życia i obyczajami, a w dalszej kolejności – z tradycją oraz sztuką.

Wiek i miejsce zamieszkania osób także stanowiły czynnik różnicujący kolejność skojarzeń z kulturą. O ile najmłodsze osoby (15–24 lata) najczęściej wskazywały styl życia (40,4%), a dopiero potem tradycję i sztukę, o tyle osoby w przedziałach wiekowych 25–34 lata oraz 35–39 lat na pierwszym miejscu podawały skojarzenie ze sztuką. W tych grupach stosunkowo często kultura kojarzyła się także z muzeami i zabytkami. Dla osób najstarszych kultura to przede wszystkim tradycja. Skojarzenia z tradycją dominowały wśród mieszkańców makroregionu wschodniego i centralnego. Styl życia wymieniany był jako pierwszy przez mieszkańców makroregionu północno-zachodniego. Natomiast w makroregionach: województwo mazowieckie, północnym, południowym i południowo-zachodnim kulturę najczęściej kojarzono ze sztuką (we wszystkich przypadkach ponad 40,0% osób).

Pytając o skojarzenia z kulturą, pytano także o cechy człowieka kulturalnego. Najważniejszą cechą, zarówno według kobiet jak i mężczyzn oraz mieszkańców miast i wsi, była umiejętność zachowania się w każdej sytuacji (tak uważało 66,4% osób) oraz dbałość o sposób wypowiedzi i nieużywanie wulgaryzmów (65,1%). Ponad 1/4 osób wskazywała także, że osoba kulturalna cechuje się tolerancją wobec innych przekonań, ras i religii (wzrost o 3,4 p. proc. w stosunku do 2014 r.). Na tę charakterystykę szczególnie często zwracali uwagę członkowie gospodarstw osób pracujących na własny rachunek, mieszkańcy miast oraz osoby z wyższym wykształceniem. Wśród ważniejszych cech człowieka kulturalnego wymieniano także czystość i schludny ubiór (25,2%), czytanie książek i bywanie w bibliotece (20,9%) oraz wykształcenie (18,3%). Najbardziej wymieniane cechy przypisywane osobie kulturalnej to: bywanie na spotkaniach towarzyskich, przyjęciach u znajomych, chodzenie do muzeum, na wystawy, znajomość polityki i świata współczesnego, chodzenie na koncerty, do opery oraz znajomość języków obcych.

Kultura była ważna lub dość ważna dla 82,6% osób, przy czym odsetek osób wskazujących, że jest bardzo ważna zmniejszył się o 2,4 p. proc. w porównaniu z 2014 r. i wyniósł 25,3%. W większym stopniu pozytywnie ustosunkowały się tu kobiety niż mężczyźni (różnica 6,1 p. proc.). Podobną różnicę zaobserwowano pomiędzy mieszkańcami miast (86,8% osób uznało ją za dość ważną lub bardzo ważną) i wsi (75,6%). Kulturę najbardziej ceniły osoby z grupy wiekowej 35–49 lat. Co ciekawe, w kolejnej grupie (50–64 lata)

zaobserwowano najniższy odsetek osób twierdzących, że kultura jest ważna. We wszystkich typach gospodarstw domowych w większości kultura była uważana za ważną (powyżej 70,0% odpowiedzi). Najwięcej osób przeciwnego zdania (20,9%) odnotowano w gospodarstwach pracowników na stanowiskach robotniczych.

## Korzystanie z oferty kulturalnej

W kolejnych pytaniach respondenci ustosunkowywali się do kwestii związanych z ofertą kulturalną w miejscu zamieszkania oraz ich uczestnictwem w kulturze. Blisko połowa osób miała raczej neutralny stosunek zarówno do sieci instytucji kultury w miejscu zamieszkania, jak i oferty przez nie przygotowywanej, a także do sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego (tj. miejsc sprzedających prasę, księgarni, sklepów muzycznych, itp.), a dwa razy więcej osób deklarowało zadowolenie z możliwości oferowanych przez lokalny sektor kultury (około 32,6% było zadowolonych lub bardzo zadowolonych) niż niezadowolenie. Duże znaczenie miało też miejsce zamieszkania – mieszkańcy miast byli bardziej zadowoleni niż mieszkańcy wsi (różnica o 28,4 p. proc.), a im większa miejscowość, tym wyższy był poziom zadowolenia jej mieszkańców z sieci instytucji kultury i ich oferty oraz sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego, co zapewne było związane z ich większą dostępnością i różnorodnością. Kobiety były bardziej zadowolone z lokalnego sektora kultury niż mężczyźni. Wśród wymienionych trzech aspektów funkcjonowania lokalnego sektora kultury, najwyżej oceniono sieć punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego.

Najbardziej rozpowszechnioną formą uczestnictwa w kulturze było oglądanie telewizji. Korzystało z niej 95,2% osób (o 2,4 p. proc. mniej niż w 2014 r.), z czego 63,9% – codziennie (o 2,9 p. proc. mniej niż w 2014 r.). Wielkości te są zbliżone niezależnie od wieku, płci, miejsca zamieszkania i poziomu wykształcenia (choć osoby z wyższym wykształceniem oglądały programy telewizyjne rzadziej i znacznie krócej). W 2019 r. średnio 9 na 10 osób oglądało filmy fabularne, dostępne w telewizji (także kablowej) oraz dzięki płatnym formom wypożyczania (z wypożyczalni, poprzez VOD lub pay-per-view). W porównaniu z 2014 r. o 7,2 p. proc. wzrósł odsetek osób korzystających z odpłatnego wypożyczania filmów z wypożyczalni lub innych form tj. wideo na życzenie/VOD/, pay-per-view.

Radio zajęło drugie miejsce w rankingu najpopularniejszych form uczestnictwa w kulturze. Słuchanie radia deklarowało 86,5% osób, z czego 53,7% – codziennie. Najwięcej czasu przy radioodbiornikach spędzały osoby z najstarszej grupy wiekowej – 65 lat i więcej. O ile odsetek osób słuchających radia codziennie był wyższy na wsi niż w miastach, to w gronie osób słuchających radia codziennie ponad 4 godziny nadal przeważali mieszkańcy miast.

Czytanie czasopism i gazet deklarowało odpowiednio 67,0% i 65,0% osób (spadek odpowiednio o 7,8 i 6,1 p. proc. w stosunku do 2014 r.), czytanie książek z kolei – 58,2%. W stosunku do badania przeprowadzonego w 2014 r. wzrósł (o 4,1 p. proc.) odsetek osób deklarujących przeczytanie w ciągu roku przynajmniej jednej książki (w wersji papierowej, cyfrowej lub audiobooka). Przeważała literatura piękna. Poziom czytelnictwa był większy wśród kobiet niż mężczyzn (20,0 p. proc. różnicy) – kobiety też częściej korzystały z zasobów bibliotecznych. Częściej czytano w miastach niż w na wsi (21,2 p. proc. różnicy). Mieszkańcy miast częściej niż mieszkańcy wsi korzystali także z biblioteki lub czytelnicy (różnica 7,0 p. proc.). Najwyższy odsetek czytających książki odnotowano w najmłodszym przedziale wiekowym, tj. 15–24 lata. Również osoby z tej grupy wiekowej najczęściej wybierały książki w wersji cyfrowej i dźwiękowej oraz korzystały z biblioteki. Osoby z wyższym wykształceniem częściej czytały książki ze względów zawodowych, a także częściej wybierały pozycje w wersji cyfrowej.

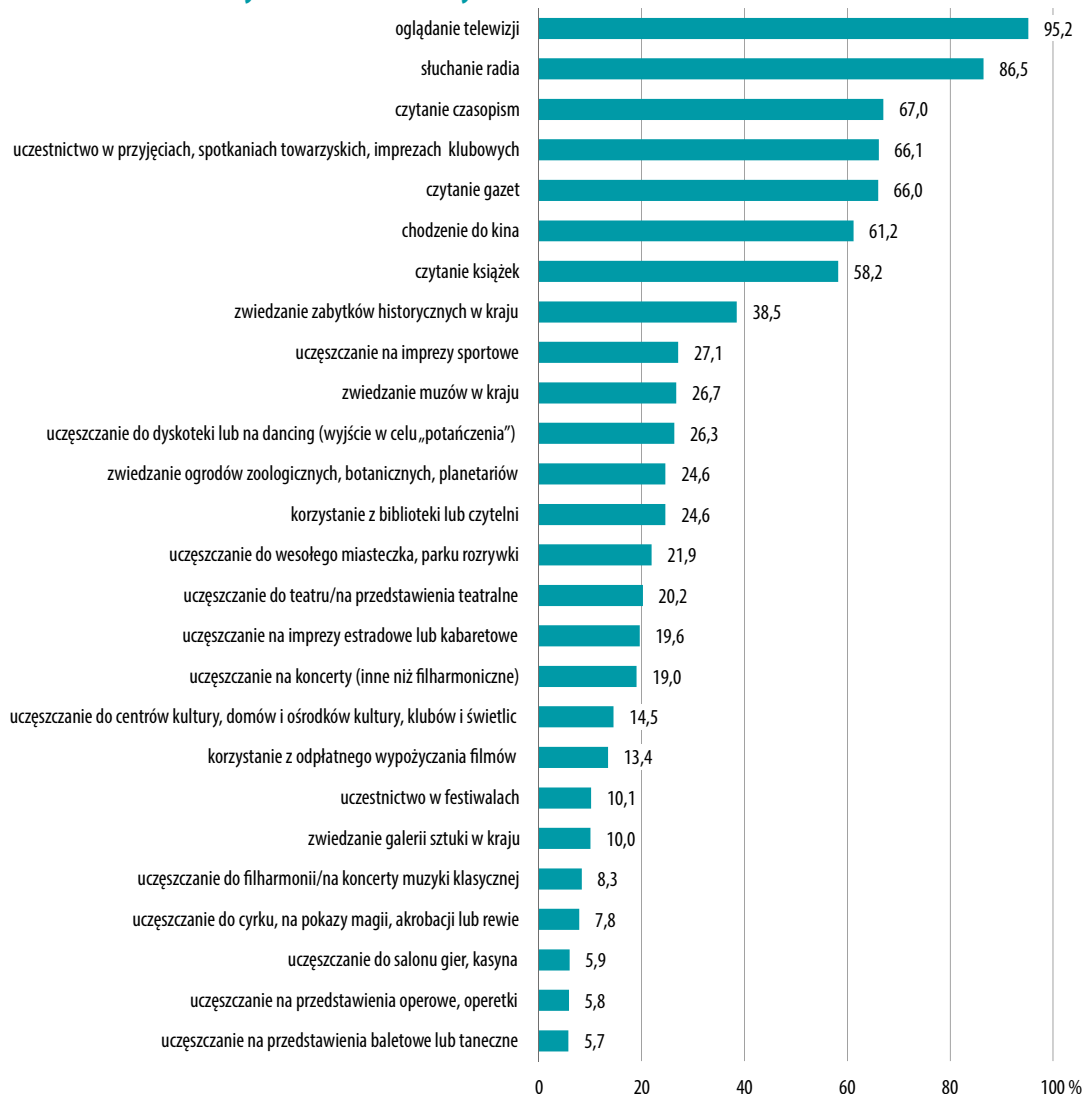
Chodzenie do kina deklarowało 61,2% osób, przy czym 34,9% z częstotliwością 1–3 razy rocznie. Najczęściej (przynajmniej raz w miesiącu), do kina chodziły osoby z wyższym wykształceniem.

Wyniki badania pokazują, że Polacy w przeważającej większości nie korzystali z oferty podmiotów kultury. Najbardziej deklarowaną formą uczestnictwa w kulturze było uczestnictwo, w przedstawieniu baletowym lub tanecznym – 5,7% a w dalszej kolejności w operze lub operetce – 5,8%, oraz koncercie muzyki klasycznej (filharmonia) – 8,3% osób. Widoczny był jednak pozytywny trend w tym zakresie. W 2019 r. uczęszczanie do wszystkich typów podmiotów kultury (za wyjątkiem filharmonii, gdzie zaobserwowano nieznaczny spadek) cieszyło się większą popularnością niż w 2014 r. (wzrost w przypadku muzeów

o 6,8 p. proc., teatrów o 4,6 p. proc.). O niemal 10,0 p. proc. wzrósł odsetek osób deklarujących zwiedzanie zabytków. Z instytucjonalnej oferty kulturalnej częściej korzystały kobiety niż mężczyźni, osoby z wyższym wykształceniem, przedstawiciele gospodarstw pracowników na stanowiskach nierobotniczych, mieszkańcy miast oraz osoby z grupy wiekowej 15–24 lata.

Oprócz tradycyjnych form uczestnictwa w kulturze badane było także korzystanie z innych form kultury i rozrywki. Wśród nich największą popularnością cieszyły się przyjęcia, spotkania towarzyskie, imprezy klubowe, a w dalszej kolejności: imprezy sportowe, dyskoteki, wizyty w ogrodach zoologicznych, botanicznych i planetariach, a także wesołych miasteczkach i parkach rozrywki (korzystanie z wymienionych form kultury i rozrywki deklarowało więcej niż 20,0% osób). Tak jak w przypadku wymienionych form kultury i rozrywki, również wśród 19,6% osób uczestniczących w imprezach estradowych lub kabaretowych przeważały osoby z najmłodszej grupy wiekowej oraz osoby z wyższym wykształceniem i mieszkańcy miast. Podobne tendencje zaobserwowano w przypadku udziału w pokazach cyrkowych, magii, akrobacji lub rewii (brało w nich udział łącznie 7,8% osób). Udział w imprezach sportowych był raczej domeną mężczyzn (19 p. proc. różnicy do odsetka kobiet), przede wszystkim młodych.

**Wykres 1. Uczestnictwo w różnych formach kultury w 2019 r.**



Ponad 70,0% członków gospodarstw domowych (o 6,8 p. proc. więcej mężczyzn niż kobiet) deklaruje korzystanie z komputera (wzrost o 9,4 p. proc. w stosunku do 2014 r.) – w celu rozrywki (63,0%), pogłębiania wiedzy (45,1%), zajęć zawodowych lub szkolnych (33,5%) oraz w innym celu (54,9%). Korzystanie z komputera (w tym jego częstotliwość) oraz z Internetu było pozytywnie skorelowane z wykształceniem, a negatywnie z wiekiem. W obu przypadkach częściej korzystali mężczyźni niż kobiety. W porównaniu z wynikami badania z 2014 r., z Internetu korzystało o 13,6 p. proc. więcej osób. Wzrost był bardziej widoczny na wsi (o 15,1 p. proc.) niż w miastach (o 12,6 p. proc.). Korzystanie z Internetu w celach związanych z kulturą obejmowało wyszukiwanie informacji (wykorzystywało go w tym celu 36,6% osób, o 15,5 p. proc. więcej w miastach niż na wsi, częściej osoby młodsze, niż starsze), słuchanie radia, muzyki i oglądanie telewizji (31,5% osób), odtwarzanie filmów, muzyki i granie w gry (26,5%), czytanie on-line (26,8%) oraz kupowanie dóbr kulturalnych (10,5%).

Telewizja jako najpopularniejsze medium, według ponad połowy osób może zastąpić częściowo lub całkowicie takie formy uczestnictwa w kulturze jak czytanie gazet i czasopism (tak twierdziło 60,0% osób), słuchanie radia (66,4%) czy chodzenie do kina (58,1%); według większości osób nie może jednak zastąpić czytania książek, chodzenia do teatru, na koncerty czy do muzeum (na wystawy). Brak przekonania do zastępczej funkcji telewizji był bardziej widoczny w przypadku kobiet niż mężczyzn oraz mieszkańców miast niż wsi. W odniesieniu do wszystkich form uczestnictwa w kulturze łącznie, największą akceptację zastępczej roli telewizji – wśród wszystkich grup społeczno-ekonomicznych – odnotowano w gospodarstwach rolników. Większe wątpliwości odnośnie zastępczej funkcji odnotowano w stosunku do Internetu. Jedynie w funkcji substytutu radia oraz czytania gazet i czasopism Internet był bardziej akceptowalny niż telewizja (w roli zastępczej radia widziało go 73,9% osób, w roli zastępczej gazet i czasopism – 77,2%). Ponad połowa osób uważała, że Internet nie może zastąpić teatru, wystawy czy koncertu; szczególnie sceptyczne były kobiety, a także osoby starsze. Odpowiedzi w tym wypadku nie determinował poziom wykształcenia ani typ gospodarstwa domowego.

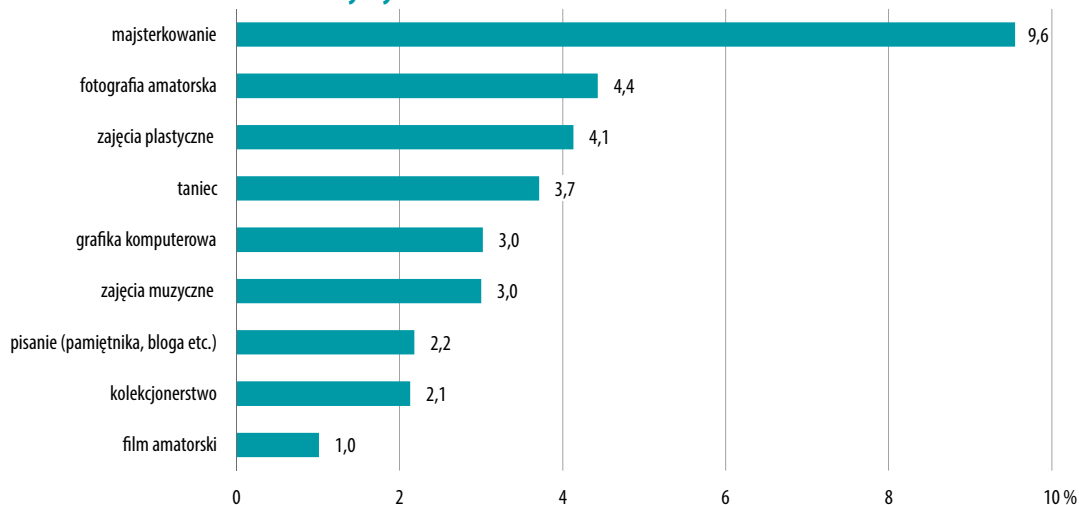
## Pamięć zbiorowa

Aby przeanalizować pamięć zbiorową (tj. pamięć społeczną odnoszącą się do historii, wiedzy o przeszłości swojej rodziny, kultury, tradycji, przekazów ustnych, języka, gwary, zwyczajów, obrzędów, rytuałów czy strojów) zapytano respondentów o zainteresowanie historią, wiedzę na temat przeszłości swojej rodziny i o to, czy zdarza się im dyskutować na temat przeszłości w kręgu rodziny. Zbadano również poziom kultury, tradycji i zwyczajów, posiadanie w domu biało-czerwonej flagi oraz sposób obchodzenia Święta Niepodległości. Blisko połowa osób zadeklarowała, że interesują ich jedynie najważniejsze sprawy związane z historią, ale 1/4 określiła swoje zainteresowanie jako duże lub bardzo duże, przy czym częściej byli to mężczyźni niż kobiety (różnica 7,7 p. proc.). Zainteresowanie historią było skorelowane pozytywnie z wykształceniem (im wyższe tym większe zainteresowanie), wiekiem (im starsza osoba tym większe), miejscem zamieszkania (szczególnie zainteresowanie wśród mieszkańców dużych miast), typem gospodarstwa domowego (większe zainteresowanie wśród osób z gospodarstw pracowników na stanowiskach nierobotniczych oraz osób z gospodarstw pracujących na własny rachunek). Ponad 41,0% pytanych wskazywało, że posiadają sporą wiedzę o losach swojej rodziny do pokolenia dziadków tj. do czasu gdy dziadkowie byli młodzi (szczególnie dotyczyło to osób z wyższym wykształceniem); niewiele osób posiadało wiedzę o swojej rodzinie sięgającą do pokolenia pradiadków (11,4%) i wcześniej (3,2%). Na temat przeszłości blisko połowa osób (45,4%) dyskutowała w kręgu rodziny „od czasu do czasu”, a 36,4% – „rzadko” lub „nigdy”. W najbliższej rodzinie 41,5% osób kultywowało tradycje związane z regionem obecnego zamieszkania. Najwyższy odsetek takich osób dotyczył mieszkańców makroregionu południowego (57,1%), najniższy – północno-zachodniego (29,7%). Spośród osób kultywujących tradycje związane z dawnymi Kresami Wschodnimi Rzeczypospolitej najwięcej osób zamieszkiwało makroregion południowo-zachodni. Częściej były to osoby powyżej 65 roku życia a także osoby z wyższym wykształceniem. Ponad połowa osób (59,5%) posiadała w domu flagę Polski (o 12,0 p. proc. częściej mieszkańcy wsi i o 7,2 p. proc. częściej osoby z wyższym wykształceniem). Najczęstszym sposobem obchodzenia Święta Niepodległości było wywieszanie flagi państwowej (39,9% osób). 1/3 osób nie obchodziła Święta Niepodległości w jakiś szczególny sposób.

## Działalność amatorska i hobbystyczna

Oprócz majsterkowania, którym zajmowało się prawie 9,6% osób (głównie mężczyźni, częściej na wsi), wszystkie aktywności hobbystyczne (wymienione w badaniu) angażowały mniej niż 5,0% osób. Fotografiami amatorsko zajmowało się 4,4%, a grafiką komputerową 3,0% osób, częściej młodszych, mieszkających w miastach niż na wsi, posiadających wyższe wykształcenie, a w przypadku grafiki głównie mężczyzn. Kobiety przeważały natomiast w działaniach hobbystycznych z zakresu sztuk plastycznych.

Wykres 2. Działalność amatorska i hobbystyczna w 2019 r.



## Opinie dotyczące wykorzystania czasu wolnego

W 2019 r. blisko połowa osób (48,5%) była zadowolona lub bardzo zadowolona z posiadanej przez siebie ilości wolnego czasu, przy czym częściej taką opinię wyrażały kobiety niż mężczyźni (50,7% wobec 46,1%). Około 1/3 osób wyrażała opinię neutralną (częściej mieszkańcy wsi niż miast). Najbardziej niezadowolone z ilości posiadanego wolnego czasu były osoby z wyższym wykształceniem (28,9%), a także osoby z gospodarstw pracujących na własny rachunek.

Ponad połowa osób (52,4%) była usatysfakcjonowana („zadowolona” lub „bardzo zadowolona”) ze sposobu spędzania przez siebie wolnego czasu. Szczególnie dotyczyło to osób z wyższym i średnim wykształceniem oraz osób przed 50-tym rokiem życia. W opiniach dotyczących sposobu wykorzystania czasu w ciągu dnia powszedniego przeważało stwierdzenie, że „robię wszystko, co muszę robić i mam jeszcze trochę czasu wolnego dla siebie”, przy czym osoby z wyższym wykształceniem 2 razy rzadziej w porównaniu z osobami z co najwyżej wykształceniem gimnazjalnym twierdziły, że posiadają wystarczającą ilość czasu na zrobienie wszystkiego bez specjalnego pośpiechu. Skrajny brak czasu („czasu nie wystarcza mi nawet na wykonanie koniecznych zajęć”) wskazywały osoby reprezentujące gospodarstwa rolników i pracujących na własny rachunek (5,8% i 5,3%).

W stosunku do badania przeprowadzonego w 2014 r. nie zmienił się odsetek osób zadowolonych z posiadanego czasu wolnego, natomiast nastąpił spadek ocen negatywnych (o 4,2 p. proc.) na rzecz ocen neutralnych (wzrost o 4,0 p. proc.).

## Ocena oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania

W 2019 r. wzrósł odsetek gospodarstw domowych wskazujących na poprawę dostępności kultury w miejscu ich zamieszkania w porównaniu z rokiem wcześniejszym (z 10,2% w 2014 r. do 11,6% w 2019 r.).

Zmniejszył się natomiast odsetek gospodarstw domowych (z 7,5% w 2014 r. do 3,9% w 2019 r.), według których możliwości ich uczestnictwa w kulturze pogorszyły się. Zmiany w zakresie możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty szczególnie pozytywnie oceniły miejskie gospodarstwa domowe (14,1%). Znacznie niższy, bo wynoszący 6,5% był odsetek pozytywnych ocen dokonanych przez wiejskie gospodarstwa domowe. Ta prawie 2-krotna różnica w pozytywnym postrzeganiu zmian odzwierciedla zdecydowanie niższą dostępność dóbr kultury w środowiskach wiejskich. Analiza oceny zmian jakościowej oferty kulturalnej dostępnej w miejscu zamieszkania wykazała, że w 2019 r. wzrósł odsetek gospodarstw domowych, według których nie uległa ona zmianie w porównaniu z rokiem 2014. Z ogólnej liczby gospodarstw domowych 68,8% stwierdziło, że wielkość, różnorodność i poziom oferty kulturalnej nie zmienił się (w 2014 r. – 66,4%). W ocenie 13,7% ogółu gospodarstw domowych jakość oferty kulturalnej poprawiła się, a jedynie 3,5% (6,8% w 2014 r.) z nich zauważyła pogorszenie tej oferty. Na poprawę jakości oferty kulturalnej (jej wielkość, różnorodność i poziom) wskazało więcej osób zamieszkujących w miastach (17,0%) niż na wsi (6,9%).

## Zwyczaje w gospodarstwach domowych

Jedną z ważnych form uczestnictwa w kulturze jest pielęgnowanie zwyczajów. W większości gospodarstw domowych (89,6%) przyjęty był zwyczaj świętowania uroczystości domowników, takich jak imieniny, urodziny, rocznica ślubu itp. (w miastach – 90,4%, a na wsi – 88,0%). W porównaniu z wynikami badania z 2014 r. odsetek gospodarstw deklarujących świętowanie uroczystości domowników zwiększył się o 1,7 p. proc. Uroczyste obchodzenie świąt (tradycyjne potrawy, dekoracje, rodzinny obiad itp.) odnotowano w większości gospodarstw zarówno miejskich jak i wiejskich, bo aż w 94,4% (0,2 p. proc. różnicy między miastem a wsią). W 89,0% gospodarstw domowych (w 89,9% gospodarstw miejskich i 87,3% wiejskich) istniał zwyczaj gromadzenia zdjęć i dokumentów, mających charakter domowego archiwum.

## Wydatki gospodarstw domowych na kulturę

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup artykułów i usług kulturalnych w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2019 r. wyniosły 364,68 zł. W porównaniu z 2018 r. nominalna wartość przeciętnych rocznych wydatków gospodarstwa domowego na zakup artykułów i usług kulturalnych w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego wzrosła o 8,28 zł, tj. 2,3%. Jednakże – ze względu na ogólny wzrost całkowitej kwoty przeciętnych wydatków gospodarstw domowych na osobę o 5,5% – realny udział wydatków na dobra kultury w strukturze wydatków uległ niewielkiemu obniżeniu (z 2,5% w 2018 r. do 2,4% w 2019 r.). Przeciętnie najczęściej na kulturę wydają członkowie gospodarstw utrzymujących się z pracy na własny rachunek, najmniej natomiast rolnicy.

**Tablica 1. Przeciętne wydatki na kulturę w przeliczeniu na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych w 2019 r.**

Wyszczególnienie	Kwota w zł
Ogółem	364,68
w tym:	
gazety i czasopisma	25,32
książki i inne wydawnictwa (nie będących podręcznikami do nauki)	24,00
opłaty za wstęp do teatrów, instytucji muzycznych i kin	36,36
zakup sprzętu do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu	38,04
zakup nośników dźwięku i obrazu	5,16
zakup sprzętu i usług foto-filmowych	8,88
opłaty za abonament radiowy i telewizyjny i telewizję kablową	98,16



W 2019 r. książki inne niż podręczniki szkolne kupiło, otrzymało w prezencie lub uzyskało inną drogą 62,3% gospodarstw domowych (w miastach – 66,9%, na wsi – 52,8%). Łącznie w 2019 r. w gospodarstwach domowych przybyło prawie 100 mln egzemplarzy książek, z których 54,0% stanowiły wydawnictwa beletrystyczne (we wszystkich formach łącznie), a 13,3% wydawnictwa w formie cyfrowej (wszystkich gatunków łącznie).

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup książek i innych wydawnictw (nie będących podręcznikami do nauki) w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2019 r. wyniosły 24,00 zł. W okresie 3 miesięcy poprzedzających badanie, gazety lub czasopisma były kupowane przez 79,9% gospodarstw domowych, a 17,9% gospodarstw domowych je prenumerowało (17,7% w miastach, 18,3% na wsi). Przepiętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup gazet i czasopism w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego wyniosły 25,32 zł (z czego 10,32 zł na zakup gazet).

Wydatki na zakup sprzętu audiowizualnego stanowiły przeciętnie 10,4% wszystkich wydatków na kulturę, a wydatki na nośniki dźwięku i obrazu kolejne 1,4%. Łącznie we wszystkich gospodarstwach domowych przybyło 84,6 mln nośników z nagraniami muzycznymi (w 2014 r. – 21,3 mln), z czego 88,3% (w 2014 r. – 96,9%) stanowiły płyty CD i DVD, a 11,7% (w 2014 r. – 3,1%) płyty gramofonowe.

Nośniki z filmami zakupiło, otrzymało w prezencie lub nabyło inną drogą 22,5% (w 2014 r. – 26,3%) gospodarstw domowych; 23,8% mieszkających w miastach i 19,8% na wsi. Łącznie we wszystkich gospodarstwach domowych przybyło 36,3 mln nośników z filmami, co w przeliczeniu na 1 gospodarstwo domowe w Polsce oznacza przyrost o 3 w ciągu 2019 r.

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na opłaty za wstęp do kin, teatrów i na koncerty (łącznie z występami estradowymi czy pokazami świateł i dźwięku) w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2019 r. wyniosły łącznie 29,64 zł (37,80 zł w miastach, 16,80 zł na wsi), co stanowiło jedynie 0,2% łącznych wydatków gospodarstw i 8,1% wydatków na kulturę (odpowiednio w miastach 0,2% i 8,7%, na wsi 0,1% i 6,5%). Przepiętne roczne wydatki na korzystanie z oferty instytucji kultury o charakterze muzealnym, paramuzealnym (łącznie z galeriami sztuki, ogrodami zoologicznymi i botanicznymi, parkami narodowymi, zwiedzaniem zabytków) i bibliotek w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego wyniosły 1,8% wydatków na kulturę we wszystkich grupach społeczno-ekonomicznych (średnio 6,72 zł – 8,76 zł w miastach i 3,60 zł na wsi). Łączna kwota przeciętnych wydatków na 1 członka gospodarstwa domowego z tytułu opłat za wstęp do teatrów, instytucji muzycznych i kina wyniosła 36,36 zł (46,56 zł w miastach i 20,40 zł na wsi) i stanowiła 10,0% wydatków gospodarstw na kulturę (10,7% w miastach, 7,9% na wsi). Ponad 3/4 gospodarstw domowych, tj. 76,7% uznało, że ich możliwości finansowe zaspokojenia potrzeb związanych z uczestnictwem w kulturze w 2019 r. nie zmieniły się w porównaniu z rokiem wcześniejszym (w 2014 r. takiej odpowiedzi udzieliło 73,9% osób), a 9,1% możliwości te oceniła negatywnie („pogorszyły się” lub „bardzo się pogorszyły”) (w 2014 r. – 17,1%). Natomiast 8,4% (w 2014 r. – 5,6%) gospodarstw domowych uznało zmianę finansowych możliwości realizowania potrzeb kulturalnych za pozytywną („poprawiły się” lub „bardzo się poprawiły”).

W ciągu 5-letniego okresu dzielącego dwie ostatnie edycje badania, we wszystkich grupach społeczno-ekonomicznych nastąpiło także ograniczenie barier finansowych uniemożliwiających zaspokojenie potrzeb kulturalnych gospodarstw, mierzone wskaźnikiem oceny częstotliwości konieczności rezygnacji z zakupu poszczególnych artykułów i usług kulturalnych. Zmniejszył się odsetek gospodarstw, które ze względów finansowych zmuszone były w ciągu roku często lub bardzo często rezygnować z zakupu gazet codziennych, czasopism, książek, filmów, płyt z nagraniami muzycznymi, gier komputerowych, wypożyczania filmów, wyjść do kina, muzeum, teatru, opery, na koncert.

## Wyposażenie gospodarstw domowych w artykuły użytku kulturalnego

W 2019 r. odnotowano wzrost, w porównaniu z 2014 r., posiadania przez gospodarstwa domowe książek w wersji cyfrowej. Wśród gospodarstw domowych 19,5% (w 2014 r. 13,3%) deklaruowało posiadanie książek w wersji cyfrowej; w miastach 22,2%, na wsi 13,8% (w 2014 r. odpowiednio 15,4% i 8,7%). W miastach liczących 500 tys. mieszkańców lub więcej odsetek ten wyniósł 32,4% (w 2014 r. 27,8%), a 14,9% w miastach liczących poniżej 20 tys. mieszkańców (w 2014 r. 8,8%). Książki inne niż podręczniki szkolne i akademickie posiadała 86,4% gospodarstw domowych (w 2014 r. 88,3%), w miastach – 88,6%, a na wsi



– 81,9% (w 2014 r. odpowiednio 90,1% i 84,5%). Spośród badanych gospodarstw domowych 38,5% posiadało książki naukowe. Odsetek gospodarstw posiadających książki zmniejszył się w porównaniu z 2014 r. (oprócz gospodarstw emerytów).

Oglądanie telewizji jest wciąż najpowszechniejszą formą aktywności kulturalnej w gospodarstwach domowych. W 2019 r. na 1000 gospodarstw domowych przypadało o 23 telewizory więcej niż w 2014 r. Chociaż odbiornik telewizyjny jest nadal najbardziej powszechnym sprzętem audiowizualnym to liczba osób posiadających telewizor wykazuje tendencję spadkową. W roku 2019 telewizor posiadało 95,9% gospodarstw domowych podczas gdy w 2014 r. 96,7%. Znaczna część gospodarstw, bo wynosząca 62,6%, dysponowała urządzeniami do odbioru telewizji satelitarnej lub korzystała z usług operatora sieci telewizji kablowej (w 2014 r. 65,9%). Nieznacznej zmianie uległa liczba gospodarstw posiadających radio, radiomagnetofon, radio z odtwarzaczem płyt kompaktowych lub radiomagnetofon z odtwarzaczem płyt kompaktowych lub wieżę (w 2019 r. 63,9%, w 2014 r. 63,5%). W 2019 r. w porównaniu z 2014 r. obniżył się zdecydowanie, (o 13,6 p. proc.) odsetek gospodarstw domowych deklarujących gromadzenie nośników z nagraniami muzycznymi. Nagrania muzyczne na kasetach magnetofonowych, płytach gramofonowych lub kompaktowych czy zapisane na dyskach komputerowych lub w innej formie w 2019 r. gromadziło jedynie 37,4% gospodarstw domowych.

Posiadanie co najmniej jednego instrumentu muzycznego deklarowało 21,9% gospodarstw domowych. Gitarę posiadało 10,3% z nich, flet (poprzeczny, prosty) – 7,4%, fortepian lub pianino (lub inny instrument klawiszowy) – 4,6%, akordeon lub harmonię – 2,1%, skrzypce – 1,1%. Inny niż wymieniony wyżej instrument muzyczny posiadało 5,5% gospodarstw domowych.

Gromadzenie, posiadanie dzieł sztuki i antyków oraz przedmiotów rękodzieła artystycznego jest kolejnym istotnym składnikiem praktyk kulturalnych gospodarstw domowych. W 2019 r. w porównaniu z 2014 r. odsetek gospodarstw domowych posiadających dzieła sztuki i antyki nie zmienił się i wynosił 6,7%. Zwiększył się natomiast – o 1,8 p. proc. odsetek gospodarstw domowych posiadających przedmioty rękodzieła artystycznego. W 2019 r. podobnie jak w 2014 r. odsetek gospodarstw domowych, w których przybyło w ciągu roku przedmiotów rękodzieła artystycznego był większy niż antyków i dzieł sztuki i wynosił 6,4% dla przedmiotów rękodzieła artystycznego i 1,0% dla antyków i dzieł sztuki. Badane gospodarstwa domowe, zarówno w miastach jak i na wsi, deklarowały w 2019 r. zwiększenie liczby posiadanych przedmiotów rękodzieła artystycznego oraz dzieł sztuki i antyków.

Podsumowując należy zauważyć, że w analizowanym okresie:

- kultura była ważna lub dość ważna dla większość osób,
- zanotowano wzrost odsetka osób, dla których osoba kulturalna to taka, która wykazuje tolerancję wobec innych przekonań, ras i religii,
- wzrosło przekonanie, że kultura jest związana z dziedzictwem (tradycje, obyczaje, język, itp.),
- zainteresowane historią było skorelowane pozytywnie z wykształceniem, wiekiem, wielkością miejscowości oraz rodzajem gospodarstwa domowego (większe zainteresowanie wśród pracowników na stanowiskach nierobotniczych oraz osób pracujących na własny rachunek),
- niemal połowa osób deklarowała, że interesuje się historią w średnim stopniu, przy czym większość osób nie rozmawiała w kręgu rodziny na temat wydarzeń z przeszłości,
- najczęstszym sposobem obchodzenia Święta Niepodległości było wywieszanie flagi państwowej,
- zaobserwowano zmianę w sposobach korzystania z kultury: wzrósł odsetek osób deklarujących korzystanie z komputera i Internetu oraz korzystających z odpłatnego wypożyczenia filmów (wypożyczalnie, VOD, pay-per-view), nieznacznie zmniejszyło się natomiast korzystanie z telewizji oraz słuchanie radia,
- widoczny jest pozytywny trend w zakresie korzystania z instytucjonalnej kultury, tj. zwiększenie uczęszczania do każdego rodzaju podmiotu kultury (prócz filharmonii) oraz zwiedzania zabytków,
- wzrósł odsetek osób deklarujących przeczytanie w minionym roku co najmniej jednej książki (w wersji papierowej, cyfrowej lub odsłuchanie z płyty/kasety),

- nie zaobserwowano znaczących zmian w zadowoleniu z ilości posiadanego wolnego czasu (blisko połowa badanych była zadowolona lub bardzo zadowolona z ilości posiadanego czasu, a ponad połowa była usatysfakcjonowana ze sposobu spędzania tego czasu),
- nastąpił wzrost dostępności do dóbr kultury lecz jest on nierównomierny, ciągle zdecydowanie mniejszy na wsi,
- nie zaobserwowano istotnych zmian w jakości oferty kulturalnej,
- zdecydowana większość gospodarstw domowych deklaruje, że pielęgnuje tradycje i zwyczaje a różnice udziału w nich gospodarstw miejskich i wiejskich są nieznaczne,
- wydatki na dostęp do dóbr kultury gospodarstw domowych były niewielkie i uległy niewielkiemu wzrostowi w stosunku do badania w 2014 r.,
- względne zasoby finansowe możliwe do zaangażowania w dostęp do dóbr kultury nie uległy istotnym zmianom, chociaż osoby ze wszystkich grup społeczno-ekonomicznych wskazały na istotne ograniczenia barier finansowych w dostępie do nich,
- zaobserwowano tendencję spadkową klasycznych nośników informacji kulturowej na rzecz informacji dostępnej w wersji elektronicznej; zmniejszeniu uległ odsetek gospodarstw posiadających książki w wersji papierowej, lecz wzrósł odsetek posiadających książki w wersji cyfrowej, a także spadła liczba telewizorów.

## Synthesis

Participation in culture was noticed already in the Universal Declaration of Human Rights of 1948, which in article 27 point 1 states that: "Everyone has the right to freely participate in the cultural life of society, to use art, to participate in the progress of science and enjoy its benefits". In this spirit, Polish law also obliges the authorities to provide citizens with access to culture, e.g. by organising cultural activities within public cultural institutions. Participation in culture is not only entertainment and recreation, but also an important element in building local identities, social, human and cultural capital. Participation in culture is both using the offer of cultural entities, private as well as public, but also listening to the radio, watching TV and using the Internet for cultural purposes. It is not only passive participation, but also active participation, for example through amateur and hobby activities.

## Culture in social perception

Defining culture is a complicated task and even science does not provide a single, recognised definition. For 41.0% of people, culture was associated primarily with art (visual, performative and also architecture), and for 39.4% of people with tradition and customs. Next, the associations included lifestyle and manners (38.8%), education and family (31.8%) as well as knowledge and science (24.8%). Women more often than men associated culture with art, tradition, education and family, literature, as well as museums and historical monuments. On the other hand, men more often indicated lifestyle and manners, knowledge and science, values and beliefs, civilisation, history, as well as leisure and sport. The order of associations depended on the type of household and the level of education of the respondents. Households of employees in non-manual labour positions and households of the self-employed, as well as those with tertiary or upper secondary education, most often mentioned art and tradition. In the case of households of employees in manual labour positions, the most common association was with lifestyle and manners, and then with tradition and art.

The age and place of residence of people also differentiated the order of associations with culture. While the youngest (15–24 years old) most often indicated lifestyle (40.4%) and later tradition and art, people in the 25–34 and 35–39 age groups indicated the association with art. In these groups, culture was relatively often associated with museums and historical monuments. For the oldest people, culture is primarily a tradition. Associations with tradition prevailed among the inhabitants of macroregions wschodni and centralny. The lifestyle was first mentioned by the inhabitants of macroregion północno-zachodni. On the other hand, in macroregions: Mazowieckie Voivodship, północny, południowy and południowo-zachodni, culture was most often associated with art (in all cases over 40.0% of people).

When asking about associations with culture, people were also asked about the features of a cultured person. The most important feature, according to both women and men, as well as urban and rural areas residents, was the ability to behave in any situation (66.4% of people thought so) and attention to the manner of expression and not using profanity (65.1%). More than 1/4 of people also indicated that a cultured person is tolerant for other beliefs, races and religions (an increase by 3.4 pp compared to 2014). This characteristic was particularly often noted by members of the households of the self-employed, residents of the urban areas and people with tertiary education. Among the more important features of a cultured person were also cleanliness and neat dress (25.2%), reading books and visiting the library (20.9%) and education (18.3%). The least frequently mentioned features attributed to a cultured person are: attending social gatherings, parties with friends, visiting museums, exhibitions, knowledge of politics and the contemporary world, going to concerts, to the operas and knowledge of foreign languages.

Culture was important or quite important for 82.6% of people, wherein the percentage of people indicating that it was very important dropped by 2.4 pp compared to 2014 and amounted to 25.3%. Women had a more positive attitude here than men (a difference of 6.1 pp). A similar difference was observed between the residents of the urban areas (86.8% of people considered it quite important or very important)

and the rural areas (75.6%). Culture was most appreciated by people in the 35–49 age group. Interestingly, in the next group (50–64 years) the lowest percentage of people claiming that culture is important was observed. In all types of households, culture was mostly considered important (over 70.0% of responses). The greatest number of people of the opposite opinion (20.9%) was recorded in the households of employees in non-manual labour positions.

## Participating in the cultural offer

In the following questions, surveyed people expressed their views on the issues related to the cultural offer in the place of residence and their participation in culture. Nearly half of the people had a rather neutral attitude towards both the network of cultural institutions in their place of residence and the offer prepared by them, as well as the network of points of sale of cultural goods (i.e. places selling newspapers, bookstores, music stores, etc.), and twice as many people declared they were satisfied with the opportunities offered by the local cultural sector (approximately 32.6% were satisfied or very satisfied) than dissatisfied. Place of residence was also of great importance – residents of the urban areas were more satisfied than residents of the rural ones (a difference of 28.4 pp), and the larger the city, the higher was the level of satisfaction of its residents with the network of cultural institutions and their offer, as well as with network of points of sale of cultural goods, which was probably related to their greater availability and diversity. Women were more satisfied with the local cultural sector than men. Among the three aspects of the functioning of the local cultural sector, the network of points of sale of cultural goods was rated the highest.

The most common form of participation in culture was watching television, which was used by 95.2% of people (2.4 pp less than in 2014), of which 63.9% - daily (2.9 pp less than in 2014). These figures are similar regardless of age, sex, place of residence and level of education (although people with tertiary education watched TV programmes less frequently and much shorter). In 2019, an average of 9 out of 10 people watched feature films, available on television (including cable) and thanks to paid forms of rental (from a rental, via VOD or pay-per-view). Compared to 2014, by 7.2 pp increased the percentage of people using paid films from rental companies or other forms, i.e. video on demand / VOD /, pay-per-view.

Radio took second place in the ranking of the most popular forms of participation in culture. 86.5% of people declared listening to the radio, of which 53.7% - every day. People from the oldest age group - 65 and more - spent the most time at radio receivers. While the percentage of people listening to the radio every day was higher in the rural areas than in the urban ones, the group of people listening to the radio every day for over 4 hours was still dominated by residents of the urban areas.

Reading magazines and newspapers was declared by 67.0% and 65.0% of people, respectively (a decrease by 7.8 and 6.1 pp, respectively, compared to 2014), while reading books - 58.2%. Compared to the survey conducted in 2014, the percentage of people declaring that during the year they read at least one book (paper, digital) or heard through audiobook increased (by 4.1 pp). Fiction predominated. The level of readership was higher among women than among men (20.0 pp difference) - women also used library resources more often. Reading was more often noticed in the urban than in the rural areas (21.2 pp of difference). Residents of the urban areas also used the library or reading room more often than residents of the rural areas (a difference of 7.0 pp). The highest percentage of book readers was recorded in the youngest age group, ie 15-24 years. Also, people from this age group chose books in digital and audio versions and used the library most often. People with tertiary education read books more often for professional reasons, and also more often chose digital versions.

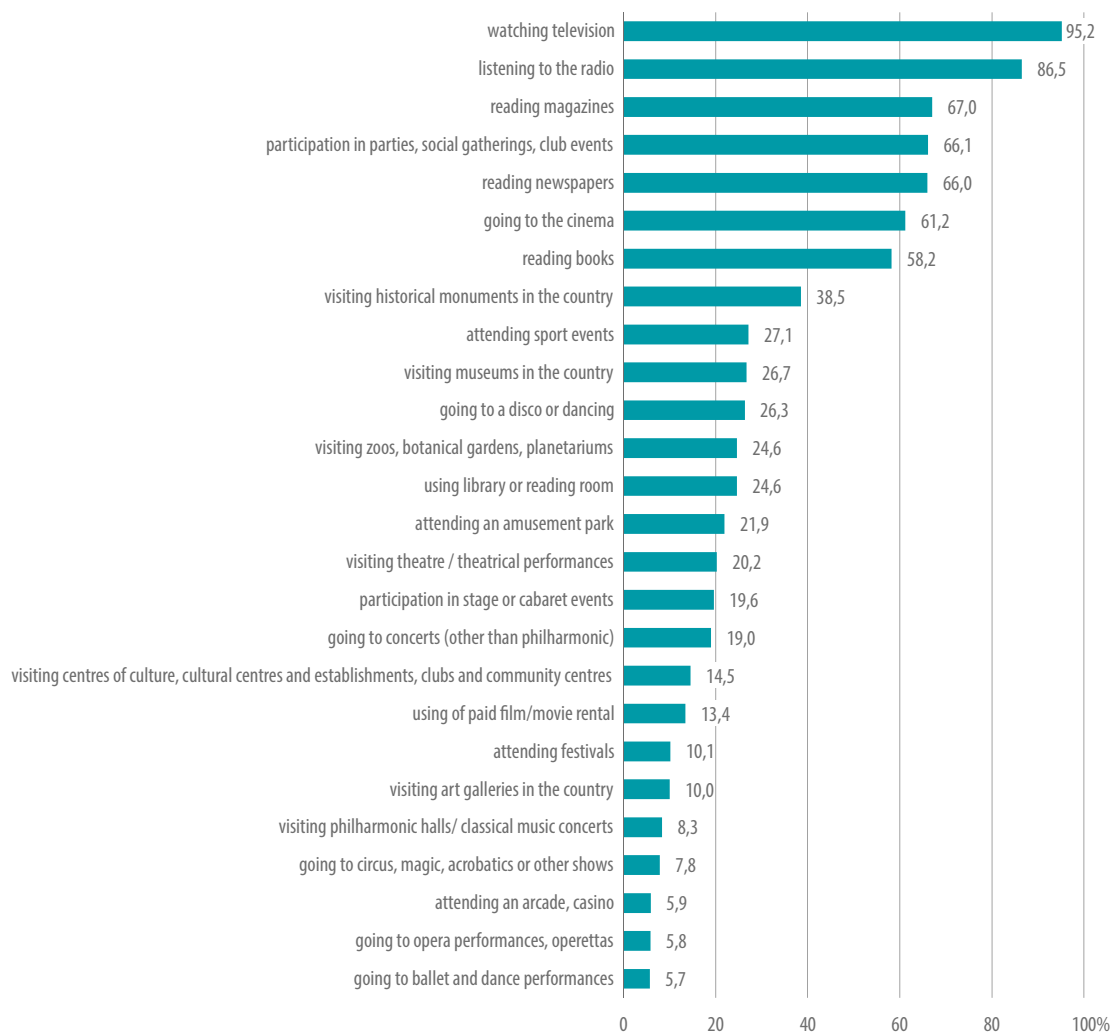
61.2% of people declared going to the cinema, 34.9% with a frequency of 1–3 times a year. Most often (at least once a month) people with tertiary education attended the cinema.

The results of the survey show that the vast majority of Poles did not participate in the offer of cultural entities. The least frequently declared form of participation in culture was participation in a ballet or dance performance - 5.7%, and then in an opera or operetta - 5.8%, and a classical music concert (philharmonic)

- 8.3% people. There was, however, a positive trend in this regard. In 2019, attending all types of cultural entities (with the exception of philharmonic, where a slight decrease was observed) was more popular than in 2014 (an increase in museums by 6.8 pp, and theatres by 4.6 pp). By almost 10.0 pp increased the percentage of people declaring visiting monuments. The institutional cultural offer was used more often by women than men, people with tertiary education, representatives of households of employees in non-manual labour positions, residents of the urban areas and people from the 15–24 age group.

Apart from traditional forms of participation in culture, the use of other forms of culture and entertainment was also studied. Among them, the most popular were parties, social gatherings, club events, and then: sports events, discos, visits to zoos, botanical gardens and planetariums, as well as amusement parks (participating in the above-mentioned forms of culture and entertainment was declared by more than 20.0% of people). As in the case of the above-mentioned forms of culture and entertainment, also among 19.6% of people participating in stage or cabaret events, the youngest age group, people with tertiary education and residents of the urban areas predominated. Similar tendencies were observed in the case of participation in circus shows, magic, acrobatics or other shows (7.8% of people in total participated in them). Participation in sports events was rather the domain of men (19 pp difference to the percentage of women), mainly young people.

Chart 1. Participation in different forms of cultural activity in 2019



Over 70.0% of household members (6.8 pp more men than women) declared using a computer (an increase by 9.4 pp compared to 2014) - for entertainment (63.0%), education and deepening knowledge (45.1%), professional or school activities (33.5%) and for other purposes (54.9%). The use of the computer (including its frequency) and the use of the Internet was positively correlated with education and negatively with age. In both cases, men used more the computer and the Internet than women. Compared to the results of the survey from 2014, the Internet was used by 13.6 pp more people. The increase was more visible in the rural areas (by 15.1 pp) than in the urban ones (by 12.6 pp). Using the Internet for cultural purposes included searching for information (36.6% of people used it for this purpose, 15.5 pp more in the urban areas than in the rural ones, more often younger than older people), listening to the radio, music and watching TV (31.5% people), watching films, playing music and computer games (26.5%), reading online (26.8%) and buying cultural goods (10.5%).

According to more than a half of people, television as the most popular medium can partially or completely replace such forms of participation in culture as reading newspapers and magazines (60.0% of people said so), listening to the radio (66.4%) or going to the cinema (58.1%); according to most people, however, it cannot replace reading books, going to the theatre, concerts or museums (exhibitions). The lack of conviction that television could be a substitute of other forms of participation in culture was more visible in the case of women than men, and in the case of the urban rather than rural area residents. With regard to all forms of participation in culture jointly, the greatest acceptance of the television as a substitute - among all socio-economic groups - was recorded in households of farmers. Greater doubts about the substitute function were noted in relation to the Internet. Only as a substitute of the radio and reading newspapers and magazines was the Internet more acceptable than television (73.9% of people saw it as a substitute of radio, 77.2% saw it as a substitute of newspapers and magazines). More than half of people believed that the Internet could not replace theatre, exhibition or concert; women were especially sceptical, as well as the elderly. In this case, the answer was not determined by the level of education or the type of household.

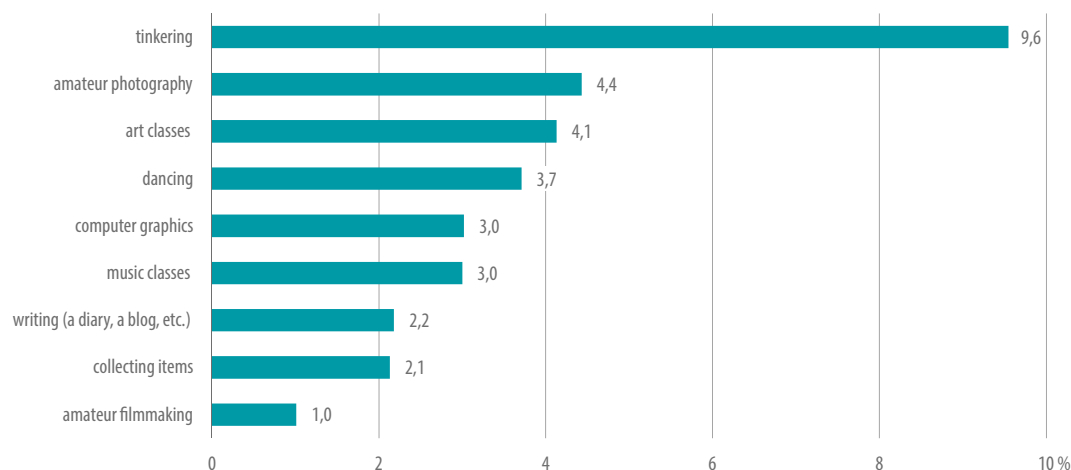
## Collective memory

In order to analyse collective memory (i.e. social memory related to history, knowledge about the past of one's family, cultivation of traditions, oral messages, language, dialect, customs, rituals or costumes), the surveyed people were asked about their interest in history, knowledge about the past of their family and whether they occasionally discuss the past with their family. The level of cultivating traditions and customs, having a white and red flag at home and the way of celebrating the Independence Day were also examined. Almost half of the people declared that they were only interested in the most important issues related to history (medium interest), but 1/4 described their interest as high or very high, and more often they were men than women (difference 7.7 pp.). Interest in history was positively correlated with education (the higher education, the greater the interest), age (the older the person, the greater the interest), place of residence (particular interest among residents of large cities), type of household (greater interest among households of employees in non-manual labour positions and households of the self-employed). More than 41.0% indicated that they had a lot of knowledge about the fate of their family up to the grandparents' generation, i.e. until their grandparents were young (this was especially true of people with tertiary education); few people had knowledge about their family going back to the generation of their great-grandparents (11.4%) and earlier (3.2%). Almost half of the people (45.4%) discussed the past "from time to time" in the family circle, and 36.4% - "rarely" or "never". 41.5% of people in their immediate family cultivated traditions related to the region of their current residence. The highest percentage of such people concerned the inhabitants of południowy macroregion (57.1%), the lowest - północno-zachodni macroregion (29.7%). Among the people cultivating the traditions related to the former Eastern Borderlands of the Republic of Poland, most people lived in południowo-zachodni macroregion. More often they were people over 65 and also people with tertiary education. More than half of the people (59.5%) had the Polish flag at home (by 12.0 pp more often inhabitants of the rural areas and by 7.2 pp more often people with tertiary education). The most common way to celebrate the Independence Day was to display the national flag (39.9% of people). 1/3 of people did not celebrate the Independence Day in any special way.

## Amateur and hobby activities

Apart from tinkering, which was dealt with by almost 9.6% of people (mainly men, more often in the rural areas), all hobby activities (mentioned in the study) involved less than 5.0% of people. 4.4% of people were involved in amateur photography, and 3.0% of computer graphics, more often younger people, living in the urban areas than in the rural ones, with tertiary education, and in the case of graphics - mainly men. On the other hand, women dominated in hobby activities in the field of visual arts.

Chart 2. Amateur and hobby activities in 2019



## Opinions of the use of free time

In 2019, almost half of people (48.5%) were satisfied or very satisfied with the amount of free time they had, and this opinion was expressed more often by women than men (50.7% compared to 46.1%). About 1/3 of people expressed a neutral opinion (more often residents of the rural areas than the urban ones). The most dissatisfied with the amount of free time were people with tertiary education (28.9%), as well as people from households of the self-employed.

More than half of the people (52.4%) were satisfied ("satisfied" or "very satisfied") with the way they spent their free time. This was especially true of people with tertiary and upper secondary education and people under 50. Opinions on the use of time during the weekday were dominated by the statement that "I'm doing everything I need to do and I still have some time off for myself", wherein people with tertiary education declared 2 times less often - compared to people with at most lower secondary education - that they have enough time to do everything without special haste. The extreme lack of time ("I do not have enough time even to perform the necessary activities") was indicated by persons representing households of farmers and the self-employed (5.8% and 5.3%).

Compared to the survey conducted in 2014, the percentage of people satisfied with their free time did not change, but there was a decline in negative evaluation (by 4.2 pp) in favour of neutral opinions (an increase by 4.0 pp).

## Evaluation of the cultural offer in the place of residence

In 2019 the percentage of households indicating an improvement in the accessibility of culture in their place of residence increased compared to the previous year (from 10.2% in 2014 to 11.6% in 2019). On the



other hand, there was a decrease in the percentage of households (from 7.5% in 2014 to 3.9% in 2019), according to which their possibilities of participation in culture deteriorated. Changes in the possibility of using cultural institutions and their offer were evaluated particularly positively by households living in the urban areas (14.1%). The percentage of positive opinions made by rural households was much lower, amounting to 6.5%. This almost 2-fold difference in the positive perception of changes reflects the definitely lower availability of cultural goods in the rural areas. The analysis of the evaluation of the qualitative changes in the cultural offer available in the place of residence showed that in 2019, increased the percentage of households, according to which the cultural offer did not change compared to 2014. Out of the total number of households, 68.8% stated that the size, variety and level of the cultural offer had not changed (in 2014 - 66.4%). In the opinion of 13.7% of all households, the quality of the cultural offer improved, and only 3.5% (6.8% in 2014) of them noticed a deterioration of this offer. More people living in the urban areas (17.0%) than in the rural ones (6.9%) indicated the improvement of the quality of the cultural offer (its size, diversity and level).

## Customs in the households

One of the important forms of participation in culture is cultivating customs. In most households (89.6%), it was customary to celebrate ceremonies of their members, such as name days, birthdays, wedding anniversaries, etc. (in the urban areas - 90.4%, and in the rural areas - 88.0%). Compared to the results of the 2014 survey, the percentage of households declaring that household members celebrate the ceremonies of their members has increased by 1.7 pp. Celebration of holidays (traditional dishes, decorations, family dinner, etc.) was recorded in the majority of households, both urban and rural, as much as 94.4% (0.2 pp of the difference between the urban and the rural areas). In 89.0% of households (89.9% of urban households and 87.3% of rural households) there was a habit of collecting photos and documents, which had the nature of a home archive.

## Household expenditure on culture

The average annual household expenditure on the purchase of cultural goods and services per 1 household member in 2019 amounted to PLN 364.68. Compared to 2018, the nominal value of the average annual household expenditure on the purchase of cultural goods and services per 1 household member increased by PLN 8.28, i.e. 2.3%. However - due to the general increase in the total amount of average household expenditure per capita by 5.5% - the real share of expenditure on cultural goods in the structure of expenditure decreased slightly (from 2.5% in 2018 to 2.4% in 2019). On average, members of households of the self-employed spent the most on culture, while households of farmers spent the least.

Tablica 1. Average yearly expenditure on culture per capita in households in 2019

Specification	Amount in PLN
Total	364.68
of which	
newspapers and magazines	25.32
books and other publications (not textbooks)	24.00
entrance fees to theatres, musical institutions and cinemas	36.36
purchase of equipment for the reception, recording and reproduction of sound and images	38.04
purchase of sound and image recording media	5.16
purchase of photo-film equipment and services	8.88
fees for radio and television subscription and cable TV	98.16



In 2019, 62.3% of households bought, received or obtained books other than school textbooks (in the urban areas - 66.9%, in the rural areas - 52.8%). In total, in 2019, households had almost 100 million copies of books, of which 54.0% were fiction publications (in all forms in total), and 13.3% were digital publications (all genres in total).

The average annual household expenditure on the purchase of books and other publications (except for textbooks) per 1 household member in 2019 amounted to PLN 24.00. In the 3 months preceding the survey, newspapers or magazines were purchased by 79.9% of households, and 17.9% of households subscribed to them (17.7% in the urban areas, 18.3% in the rural ones). The average annual household expenditure on the purchase of newspapers and magazines per 1 household member amounted to PLN 25.32 (of which PLN 10.32 for the purchase of newspapers).

Expenditure on the purchase of audio-visual equipment constituted, on average, 10.4% of all expenditure on culture, and expenditure on sound and image recording media - another 1.4%. In total, 84.6 million media with music recordings were added to all households (in 2014 - 21.3 million), of which 88.3% (in 2014 - 96.9%) were CDs and DVDs, and 11.7% (in 2014 - 3.1%) gramophone records.

Recording media with films were purchased, received as a gift or obtained in other way by 22.5% (in 2014 - 26.3%) of households; 23.8% living in the urban areas and 19.8% in the rural areas. In total, 36.3 million recording media with films were added to all households, which means an increase by 3 per 1 household in 2019.

The average annual household expenditure on entrance fees to cinemas, theatres and concerts (including stage performances or light and sound shows) per 1 household member in 2019 amounted to a total of PLN 29.64 (PLN 37.80 in the urban areas, PLN 16.80 in the rural areas), which accounted for only 0.2% of the total expenditure of households and 8.1% of expenditure on culture (0.2% and 8.7% respectively in urban areas, in the rural areas 0.1% and 6,5%). The average annual expenditure on the use of cultural institutions such as museums, institutions related to museums (including art galleries, zoos and botanical gardens, national parks, visiting historical monuments) and libraries per 1 household member amounted to 1.8% of expenditure on culture in all socio-economic groups (on average PLN 6.72 - PLN 8.76 in the urban areas and PLN 3.60 in the rural ones). The total amount of average expenditure per 1 member of a household on admission fees to theatres, musical institutions and cinemas amounted to PLN 36.36 (PLN 46.56 in the urban areas and PLN 20.40 in the rural areas) and accounted for 10.0% of household expenditure on culture (10.7% in the urban areas, 7.9% in the rural ones). Over 3/4 of households, i.e. 76.7%, considered that their financial ability to meet the needs related to participation in culture in 2019 did not change compared to the previous year (in 2014, such an answer was given by 73.9% persons), and 9.1% assessed these opportunities negatively ("worsened" or "worsened a lot") (in 2014 - 17.1%). On the other hand, 8.4% (in 2014 - 5.6%) of households considered the change of financial possibilities of fulfilling cultural needs as positive ("improved" or "improved a lot").

During the 5-year period separating the last two editions of the survey, in all socio-economic groups there was also a reduction in financial barriers that prevented meeting the cultural needs of households, measured by the frequency evaluation index of the need to resign from purchasing individual cultural products and services. Decreased the percentage of households that, for financial reasons, during the year had to resign often or very often from the purchase of daily newspapers, magazines, books, films, music records, computer games, renting films, going to the cinema, museum, theatre, opera, to the concert.

## Households equipped with articles of cultural use

In 2019, there was an increase, compared to 2014, in the possession of digital books by households. Among households, 19.5% (13.3% in 2014) declared that they had digital books; in the urban areas 22.2%, in the rural areas 13.8% (in 2014, 15.4% and 8.7% respectively). In cities with 500 thousand inhabitants or more, this percentage amounted to 32.4% (27.8% in 2014), and 14.9% in cities with less than 20,000 inhabitants (8.8% in 2014). Books other than school and academic textbooks were owned by 86.4% of

households (in 2014, 88.3%), in the urban areas - 88.6%, and in the rural areas - 81.9% (in 2014, respectively 90.1% and 84.5%). 38.5% households had scientific books. The percentage of households owning books decreased compared to 2014 (except for households of retirees).

Watching TV is still the most common form of cultural activity in households. In 2019, there were 23 TV sets more per 1000 households than in 2014. Although the TV set is still the most common audio-visual equipment, the number of people who own a TV shows a downward trend. In 2019, 95.9% of households had a TV, while in 2014 - 96.7%. A significant part of households, i.e. 62.6%, had satellite television reception device or used the services of a cable television network operator (65.9% in 2014). There was a slight change in the number of households with a radio, a radio with a CD player, a radio with a CD player or a CD player (63.9% in 2019, 63.5% in 2014). In 2019, as compared to 2014, the percentage of households declaring gathering recording media with recorded music decreased significantly (by 13.6 percentage points). In 2019, only 37.4% of households gathered recorded music on cassette tapes, gramophone or CDs, or saved on computer disks or in some other form.

21.9% of households declared that they had at least one musical instrument. 10.3% of them had a guitar, a flute (transverse, straight) - 7.4%, a grand piano or upright piano (or other keyboard instrument) - 4.6%, accordion or button accordion - 2.1%, violin - 1.1%. A musical instrument other than the above-mentioned was owned by 5.5% of households.

The collection, possession of works of art, antiques and handcraft items is another essential component of the cultural practices of households. In 2019, compared to 2014, the percentage of households owning works of art and antiques did not change and amounted to 6.7%. However, increased - by 1.8 pp the percentage of households owning handcraft items. In 2019, as in 2014, the percentage of households in which an increase in artistic handcraft items during the year was greater than antiques and works of art, and amounted to 6.4% for artistic handcraft items and 1.0% for antiques and works of art. The households, both in the urban areas and in rural areas, declared in 2019 an increase in the number of handcraft items, as well as works of art and antiques.

Summing up, it should be noted that in the analysed period:

- culture was important or quite important to most people,
- there has been an increase in the percentage of people for whom a cultured person is one who shows tolerance towards other beliefs, races and religions,
- the belief that culture is related to heritage (traditions, customs, language, etc.) has grown,
- interest in history was positively correlated with education, age, town size and type of household (greater interest among households of employees in non-manual labour positions and the self-employed),
- almost half of the people declared that they are moderately interested in history, while most people did not talk to their family about past events,
- the most common way of celebrating the Independence Day was displaying the national flag;
- there was a change in the ways of participating in culture: the percentage of people declaring the use of a computer and the Internet and paid movie rentals (rentals, VOD, pay-per-view) increased, while the use of television and listening to the radio decreased,
- there is a positive trend in the use of institutional culture, i.e. increasing the attendance at any type of cultural entity (except philharmonic) and visiting historical monuments,
- the percentage of people declaring that they read at least one book in the past year (in paper or digital version or listened to a CD / cassette) has increased,
- no significant changes were observed in the satisfaction with the amount of free time (almost half of the people were satisfied or very satisfied with the amount of time they had, and more than half were satisfied with the way they spent this time),
- there has been an increase in the availability of cultural goods, but it is uneven, still much smaller in the rural areas,

- no significant changes in the quality of the cultural offer were observed,
- the vast majority of households declared that they cherish traditions and customs, and the differences in the share of urban and rural households in them are insignificant,
- expenditure on access to cultural goods of households was small and increased slightly compared to the survey in 2014,
- the relative financial resources that can be involved in accessing cultural goods have not changed significantly, although people from all socio-economic groups indicated significant limitations of financial barriers to access them,
- there has been a downward trend of classic recording media of cultural information in favour of information available in electronic form; the percentage of households owning books on paper has decreased, but the percentage of households with digital books has increased, and the number of televisions has also decreased. There has been an increase in the availability of cultural goods, but it is uneven, still much smaller in the rural areas.

## Rozdział 1

### Chapter 1

## Kultura w odbiorze społecznym

### Culture in social perception

Mimo że w literaturze naukowej istnieje około 200 definicji kultury, nie udało się stworzyć ogólnie akceptowanego, zamkniętego zakresowo pojęcia kultury. Już w XVIII wieku niemiecki filozof Johann Helder w „Myślach o filozofii dziejów” stwierdził, że „nie ma nic bardziej nieokreślonego niż słowo kultura”. Kultura jest ściśle powiązana z innym dziedzinami życia. W potocznym rozumieniu „kultura” lub jej brakiem może być wszystko. Pojęć „kultura”, „kulturalny” czy „kulturowy” – używa się we wszystkich aspektach rzeczywistości. Mamy więc np. kulturalne zachowanie i zachowania kulturowe, instytucje kultury i przemysły kultury, turystykę kulturalną i kulturę rolną itd. Najczęściej utożsamia się kulturę z czasem wolnym, wypoczynkiem i rekreacją. I chociaż rozdziela się kulturę i rekreację, nie sprecyzowano, gdzie kończy się jedna, a zaczyna druga.

### 1.1. Z czym kojarzy się słowo „kultura”?

#### 1.1. What does the word “culture” associate with?

Kultura kojarzyła się przede wszystkim<sup>1</sup> ze sztuką (muzyka, teatr, kino, balet, opera, architektura, malarstwo itp.) oraz tradycją, zwyczajami, a także wspólnotami społecznymi i kulturowymi – tak uważało w 2019 r. odpowiednio 41,0% i 39,4% osób w wieku 15 lat lub więcej. Taką kolejność zaobserwowano także wśród kobiet (odpowiednio 42,7% i 40,9%) i mieszkańców miast (odpowiednio 43,7% i 38,9%). Kultura przywoływała na myśl także styl życia i obyczaje (38,8%), edukację i rodzinę (wychowanie) – 31,8% oraz wiedzę i naukę (badania) – 24,8% osób.

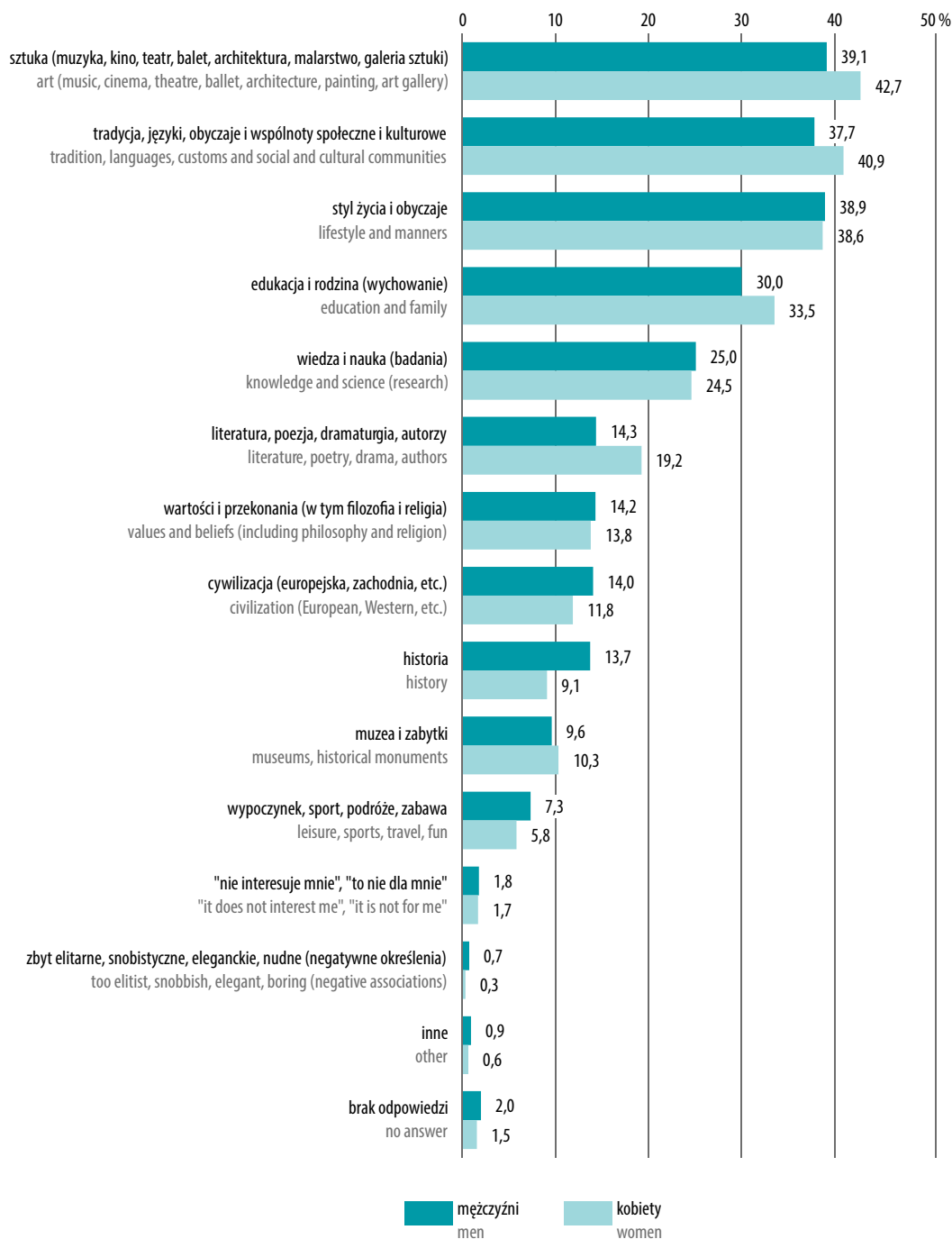
**Tablica 2. Skojarzenia ze słowem „kultura” według grup wieku**

Table 2. Associations with the word “culture” by age group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019		Sztuka Art	Tradycja, języki, obyczaje i wspólnoty społeczne i kul- turowe  Tradition, languages, cus- toms and social and cultural communities	Styl życia i obyczaje  Lifestyle and manners	Edukacja i rodzina (wy- chowanie)  Education and family	Wiedza i nauka (badania)  Knowledge and science (research)	w % in %	
							A	B
Ogółem Total	A	41,0	32,1	40,8	32,7	26,7		
	B	41,0	39,4	38,8	31,8	24,8		
15–24 lata 15–24 years	A	43,7	36,1	43,1	26,9	28,8		
	B	37,7	38,5	40,4	32,5	30,3		
25–34	A	46,6	33,9	39,9	33,4	27,4		
	B	44,8	40,2	36,8	32,3	25,6		
35–49	A	43,8	31,8	41,5	34,4	24,7		
	B	46,2	38,9	40,0	31,0	23,9		
50–64	A	38,7	30,1	41,9	33,4	26,7		
	B	38,5	38,9	39,1	31,9	21,7		
65 lat i więcej 65 years and over	A	33,9	31,1	37,1	32,8	27,2		
	B	36,2	40,2	37,6	31,8	25,5		

<sup>1</sup> Respondenci mogli wskazać jedno, dwa lub trzy najważniejsze skojarzenia ze słowem „kultura”.

**Wykres 3. Skojarzenia ze słowem „kultura” według płci w 2019 r.**  
 Chart 3. Associations with the word “culture” by sex in 2019



W porównaniu do ostatniej edycji badania z 2014 r. kultura była częściej kojarzona z tradycją (39,4% wobec 32,1% w 2014 r.), a nieco rzadziej ze stylem życia (38,8% wobec 40,8% w 2014 r.).

W różnych typach gospodarstw domowych osoby różniły się hierarchią skojarzeń związanych z kulturą – w przypadku osób z gospodarstw pracowników na stanowiskach robotniczych najczęściej występowało skojarzenie ze stylem życia i obyczajami (41,6%), a na kolejnych miejscach – z tradycją (37,7%) oraz sztuką

(37,3%). W gospodarstwach rolników oraz emerytów na pierwszym miejscu wśród skojarzeń pojawiało się skojarzenie z tradycją, zwyczajami, wspólnotami społecznymi i kulturowymi (odpowiednio 42,8% i 39,1%), a na drugim miejscu ze stylem życia i obyczajami (39,2% i 39,0%). Miejsce trzecie zajmowało skojarzenie związane ze sztuką (37,6% i 37,8%). Wśród członków gospodarstw rencistów jako najważniejsze pojawiało się skojarzenie kultury ze sztuką (37,3%), następnie ze stylem życia (35,9%) i jako trzecie – z edukacją i rodziną (32,9%). Osoby reprezentujące pozostałe typy gospodarstw domowych (z gospodarstw na stanowiskach nierobotniczych, pracujących na własny rachunek) cechowała kolejność skojarzeń taka, jaką można było zaobserwować w ogólnym rankingu tj. na pierwszym miejscu sztuka, następnie tradycja i styl życia.

Kolejność skojarzeń jest także różna w zależności od posiadanego wykształcenia. Na pytanie „Proszę powiedzieć, co przychodzi Panu/Pani do głowy, gdy myśli Pan/Pani o słowie „kultura”?” osoby, które posiadały wykształcenie wyższe lub średnie najczęściej wymieniały sztukę (odpowiednio 50,9% i 42,8%), a następnie tradycję (42,5% i 40,4%) i w dalszej kolejności styl życia (36,0% i 39,9%). Kolejność była zatem taka jak w rankingu ogólnym. Relatywnie częściej wśród osób z wykształceniem wyższym i średnim, niż u osób z wykształceniem niższym, pojawiały się także skojarzenia z cywilizacją europejską, zachodnią etc. (odpowiednio 16,6% i 12,7% wobec 10,6% i 11,2% wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym i niższym) czy literaturą (odpowiednio 22,5% i 17,5% wobec 13,3% i 12,3% wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym i niższym). Osobom, które posiadają wykształcenie zasadnicze zawodowe kultura kojarzyła się przede wszystkim ze stylem życia (41,9%), a następnie tradycją (36,1%). Osoby z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia najczęściej wskazywały na tradycję (37,6%), a następnie styl życia (34,8%) i sztukę (33,3%). U osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz niższym niż zawodowe rzadziej pojawiały się skojarzenia z muzeami czy zabytkami (odpowiednio 7,6% i 7,3%) niż u osób z wykształceniem wyższym czy średnim (odpowiednio 12,3% i 11,1%).

Skojarzenia dotyczące kultury są też różne w zależności od wieku osób. Najmłodszym osobom (15–24 lata) kultura najczęściej kojarzyła się ze stylem życia (40,4%), a nieco rzadziej z tradycją (38,5%) i sztuką (37,7%). Częściej też pojawiało się wśród osób najmłodszych – w porównaniu do innych grup wiekowych – skojarzenie kultury z wiedzą i nauką (30,3%), a także cywilizacją europejską, zachodnią etc. (17,4%). Wśród osób w wieku 25–34 lata oraz 35–39 lat najczęstsze było skojarzenie ze sztuką (odpowiednio 44,8% i 46,2%), ale już na miejscu drugim kolejność była różna – osoby młodsze wskazywały na tradycję (40,2%), a trochę starsze – na styl życia (40,0%). Wśród obu tych grup, częściej niż w przypadku innych grup wiekowych, pojawiało się także skojarzenie kultury z muzeami i zabytkami (odpowiednio 11,3% i 12,0%). Kolejność obserwowana wśród osób w wieku 50–64 lata była taka sama, jak dla najmłodszej grupy wiekowej (styl życia – 39,1%, tradycja – 38,9%, sztuka – 38,5%). A osobom najstarszym kultura przede wszystkim kojarzyła się z tradycją (40,2%).

Mieszkańcy poszczególnych makroregionów Polski różnili się hierarchią skojarzeń – kultura kojarzyła się przede wszystkim ze sztuką osobom zamieszkującym makroregiony: województwo mazowieckie – 45,5%, makroregion północny (tj. województwa pomorskie, kujawsko-pomorskie i warmińsko-mazurskie) – 45,0%, makroregion południowy (tj. województwa śląskie i małopolskie) – 41,6% oraz południowo-zachodni (tj. województwa opolskie i dolnośląskie) – 40,4%. Skojarzenie kultury z tradycją pojawiało się natomiast jako pierwsze wśród mieszkańców makroregionów wschodniego (tj. województwa podlaskie, lubelskie i podkarpackie) – 45,4% i centralnego (tj. województwa łódzkie i świętokrzyskie) – 42,1%. Makroregion północno-zachodni (tj. województwa lubuskie, wielkopolskie i zachodniopomorskie) wyróżniał się wśród innych regionów tym, że jego mieszkańcy kojarzyli kulturę przede wszystkim ze stylem życia (42,9%).

## 1.2. Cechy człowieka kulturalnego

### 1.2. Features of a cultured person

Według Polaków w wieku 15 lat lub więcej najważniejszymi cechami człowieka kulturalnego<sup>2</sup> były umiejętność zachowania się w każdej sytuacji – tak uważało 66,4% osób w wieku 15 lat lub więcej oraz dbałość o sposób wypowiedzi i nieużywanie wulgaryzmów – 65,1%. Wskazania związane z drugą cechą były wyższe o 8,6 p. proc. niż w poprzednim badaniu z 2014 r. kiedy to 56,5% badanych uznało ją za drugą spośród najważniejszych cech osoby kulturalnej. Na te dwie cechy, najważniejsze atrybuty osoby kulturalnej wskazywały zarówno kobiety (odpowiednio 68,0% i 67,8%) jak i mężczyźni (odpowiednio 64,7% i 62,1%) oraz w nieco większym stopniu mieszkańcy miast (odpowiednio 67,1% i 67,1%) niż wsi (odpowiednio 65,3% i 61,8%).

**Tablica 3. Cechy człowieka kulturalnego według grup wieku**

Table 3. Features of a cultured person by age group

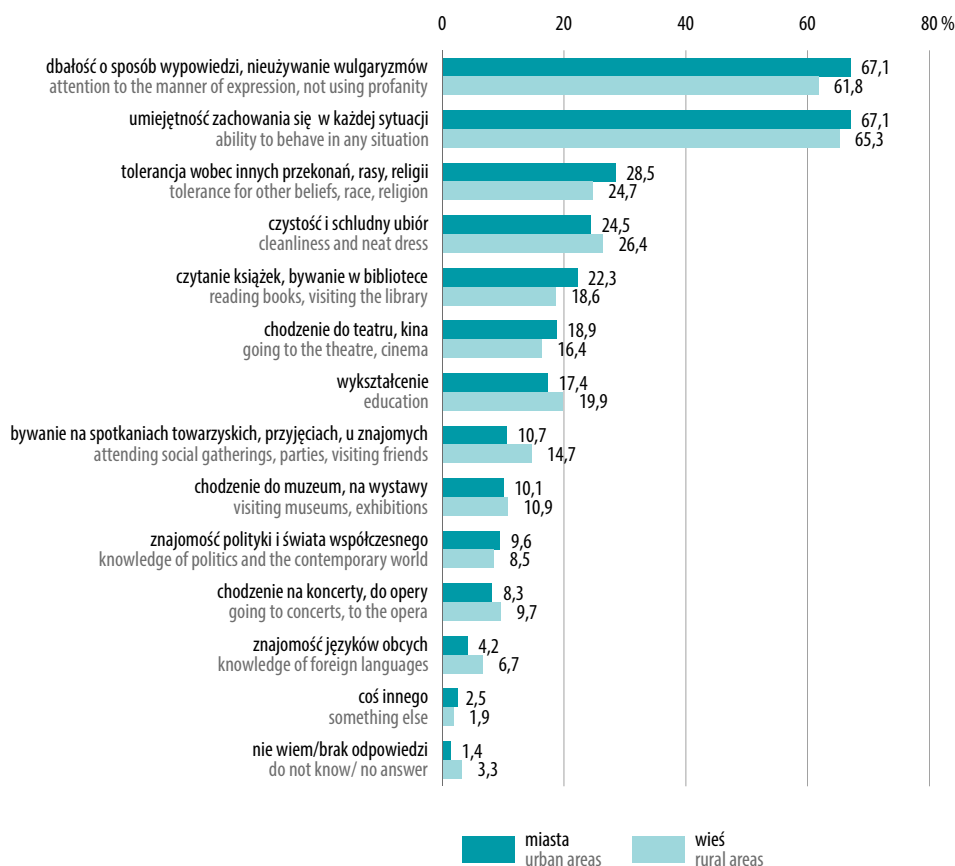
Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019		Umiejętność zachowania się w każdej sytuacji	Dbałość o sposób wypowiedzi, nieużywanie wulgaryzmów	Tolerancja wobec innych przekonań, rasy, religii	Czystość i schludny ubiór	Czytanie książek, bywanie w bibliotece	Wykształcenie	Chodzenie do teatru, kina
		Ability to behave in any situation	Attention to manner of expression, not using profanity	Tolerance for other beliefs, race, religion	Cleanliness and neat dress	Reading books, visiting the library	Education	Going to the theatre, cinema
		w % in %						
Ogółem Total	A	64,0	56,5	23,7	21,2	20,0	25,7	14,6
	B	66,4	65,1	27,1	25,2	20,9	18,3	17,9
15–24 lata 15–24 years	A	62,2	54,7	21,2	19,7	15,5	29,4	14,9
	B	62,9	63,7	28,0	21,6	20,0	19,9	19,7
25–34	A	63,6	57,5	27,6	19,9	19,6	26,3	16,8
	B	64,0	62,4	30,3	22,3	19,5	16,9	22,4
35–49	A	65,0	56,9	25,5	21,5	20,0	24,3	15,2
	B	65,1	67,5	29,7	24,1	19,1	18,3	20,7
50–64	A	65,0	55,3	23,6	20,7	21,2	24,9	13,9
	B	69,1	63,1	25,5	28,1	21,5	17,6	14,2
65 lat i więcej 65 years and over	A	62,7	58,2	19,7	23,8	21,9	25,5	12,7
	B	68,8	67,0	22,8	27,6	23,8	19,4	14,3

Według 27,1% osób (26,8% kobiet i 27,4% mężczyzn) człowieka kulturalnego powinna charakteryzować tolerancja wobec innych przekonań, rasy i religii. W porównaniu z badaniem z 2014 r. cecha ta została wskazana obecnie przez 3,4 p. proc. więcej badanych. Na tolerancję, jako istotną cechę człowieka kulturalnego najczęściej – w porównaniu z innymi makroregionami – wskazywali mieszkańcy makroregionu południowo-zachodniego (32,3%); wśród grup wiekowych – osoby w wieku 25–34 lata (30,3%). Porównując poszczególne grupy społeczno-ekonomiczne zaobserwowano, że na tolerancję najczęściej wskazywali członkowie gospodarstw osób pracujących na własny rachunek (36,7%), którzy umieścili ją na trzecim miejscu wśród cech człowieka kulturalnego. Odsetek osób uważających tolerancję za cechę człowieka kulturalnego był większy wśród mieszkańców miast (28,5%) niż wsi (24,7%); u osób z wykształce-

<sup>2</sup> Respondenci byli proszeni o wskazanie trzech najważniejszych cech, jakimi powinien odznaczać się człowiek kulturalny.

niem wyższym (31,0%), niż u osób z wykształceniem średnim (28,2%), zasadniczym zawodowym (24,5%), czy u osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia (22,2%).

**Wykres 4. Cechy człowieka kulturalnego według miejsca zamieszkania w 2019 r.**  
Chart 4. Features of a cultured person by place of residence in 2019



Wśród ważniejszych cech człowieka kulturalnego wymieniano także czystość i schludny ubiór (25,2% osób), czytanie książek i bywanie w bibliotece (20,9%) oraz wykształcenie (18,3%). Czystość i schludny ubiór – jako cecha osoby kulturalnej – była wymieniana przez 4,0 p. proc. więcej osób niż w 2014 r. i była ważna w podobnym stopniu dla kobiet (25,2%), jak i mężczyzn (25,3%). Relatywnie częściej cecha ta wskazywana była jako ważna przez osoby mieszkające na wsi (26,4%) niż mieszkańców miast (24,5%), w gospodarstwach rolników (30,0%) niż gospodarstwach pracowników na stanowiskach nierobotniczych (21,5%), przez osoby z wykształceniem zawodowym (30,2%) oraz gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia (28,7%) niż osoby z wykształceniem wyższym (18,5%).

Czytanie książek, bywanie w bibliotece wskazane zostało jako jedna z ważnych cech osoby kulturalnej przez 20,9% osób (w 2014 r. – 20,0%), przy czym częściej była wskazywana przez kobiety (23,4%) niż mężczyzn (18,2%), częściej przez mieszkańców miast (22,3%) niż wsi (18,6%). Porównując poszczególne grupy społeczno-ekonomiczne zaobserwowano, że na ten atrybut kulturalnego człowieka częściej wskazywali członkowie gospodarstw emerytów (24,2%) i pracowników na stanowiskach nierobotniczych (23,2%), niż członkowie gospodarstw rolników (16,8%), rencistów (17,9%) czy pracowników na stanowiskach robotniczych (18,0%).

Kolejną ważną cechą osoby kulturalnej było wykształcenie. W ostatniej edycji badania cecha ta była wymieniana przez 7,4 p. proc. mniej osób niż w 2014 r. – wskazało ją 18,3% respondentów wobec 25,7%. Podobnie często deklarowali ją mężczyźni, jak i kobiety (18,5% wobec 18,2%). Częściej była wskazywana przez mieszkańców wsi (19,9%) niż miast (17,4%), gospodarstwa emerytów (20,0%) i rencistów (19,9%)



oraz rolników (19,1%) i pracowników na stanowiskach robotniczych (19,0%) niż innych grup społeczno-ekonomicznych, mieszkańców makroregionu wschodniego (22,4%), centralnego (19,2%) oraz północno-zachodniego (19,1%) niż pozostałych makroregionów, osoby z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia (22,4%) oraz osoby w wieku od 15–24 lata (19,9%).

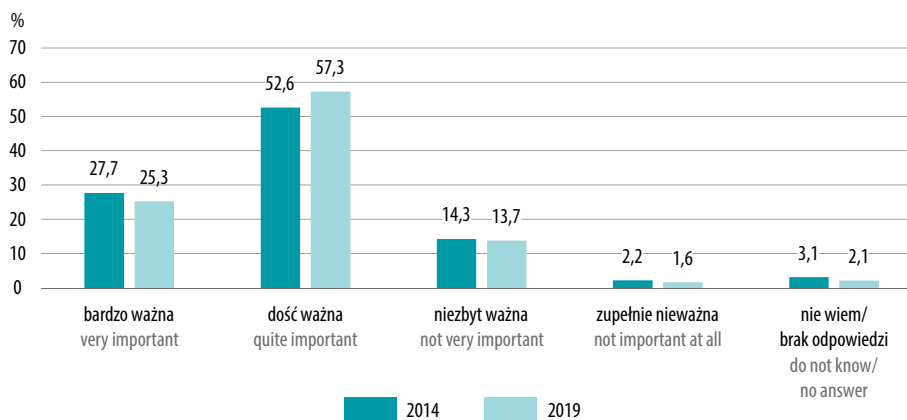
Wśród najrzadziej wymienianych cech przypisywanych osobie kulturalnej znalazły się: bywanie na spotkaniach towarzyskich, przyjęciach, u znajomych (12,2%), chodzenie do muzeum, na wystawy (10,4%), znajomość polityki i świata współczesnego (9,2%), chodzenie na koncerty, do opery (8,8%) oraz znajomość języków obcych (5,1%).

### 1.3. Czy kultura jest ważna?

#### 1.3. Is culture important?

W 2019 r. na pytanie „Czy kultura jest ważna?” twierdząco („bardzo ważna” lub „dość ważna”) odpowiedziało 82,6% osób w wieku 15 lat lub więcej. Odmiennego zdania było 15,4% osób („niezbyt ważna” lub „zupełnie nieważna”). Kultura była ważna dla 85,5% kobiet i 79,4% mężczyzn, a przeciwnego zdania było 12,7% kobiet i 18,2% mężczyzn. Kultura była też ważniejsza dla mieszkańców miast niż dla osób mieszkających na wsi – za ważną lub bardzo ważną uznało ją odpowiednio 86,8% i 75,6% osób. Natomiast 11,5% mieszkańców miast i 21,7% mieszkańców wsi uważało, że kultura jest nieważna. Znaczenia kultury nie potrafiło ocenić („nie wiem” lub brak odpowiedzi) 2,1% osób (1,8% kobiet i 2,4% mężczyzn), 1,7% mieszkańców miast i 2,7% osób mieszkających na wsi.

**Wykres 5. Znaczenie kultury**  
Chart 5. The importance of culture



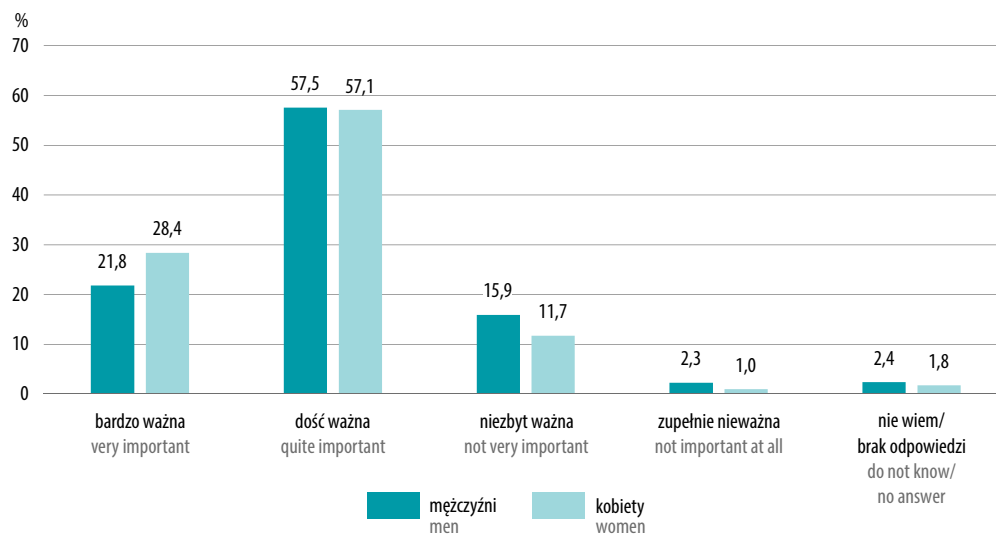
Najwyższy odsetek osób uznających kulturę za ważną („bardzo ważna” i „dość ważna”) można było obserwować wśród osób w wieku 35–49 lat (84,6%). Najniższy odsetek osób uważających kulturę za ważną odnotowano w grupie osób w wieku 50–64 lata (80,7%).

Odsetek osób uważających kulturę za ważną zmniejszał się wraz z poziomem wykształcenia – od 94,6% wśród osób z wykształceniem wyższym do 67,6% wśród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia. Z kolei odsetek osób, które uznały kulturę za nieważną najwyższy był w grupie osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia (26,3%), a najniższy w grupie osób z wykształceniem wyższym (4,9%).

Warto też zauważyć, że odsetek osób nie mających zdania na temat znaczenia kultury („nie wiem” lub brak odpowiedzi) w grupie osób z wykształceniem wyższym wyniósł 0,5%, podczas gdy wśród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia – 6,2%.



**Wykres 6. Znaczenie kultury według płci w 2019 r.**  
Chart 6. The importance of culture by sex in 2019



## Rozdział 2

### Chapter 2

## Korzystanie z oferty kulturalnej

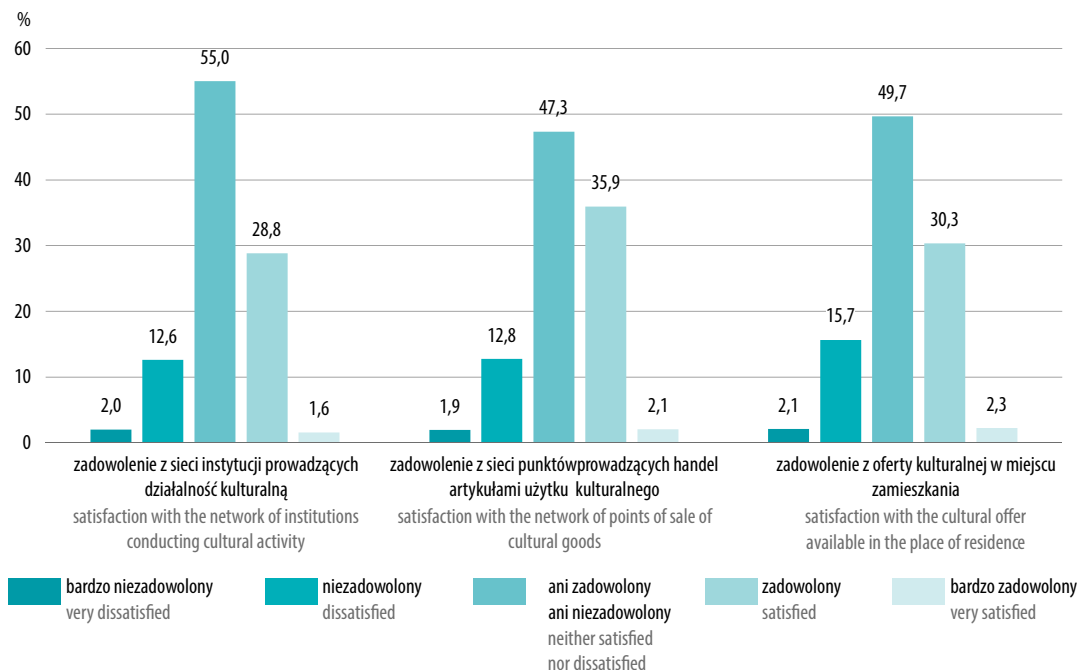
### Participating in the cultural offer

### 2.1. Ocena oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania

#### 2.1. Evaluation of the cultural offer in the place of residence

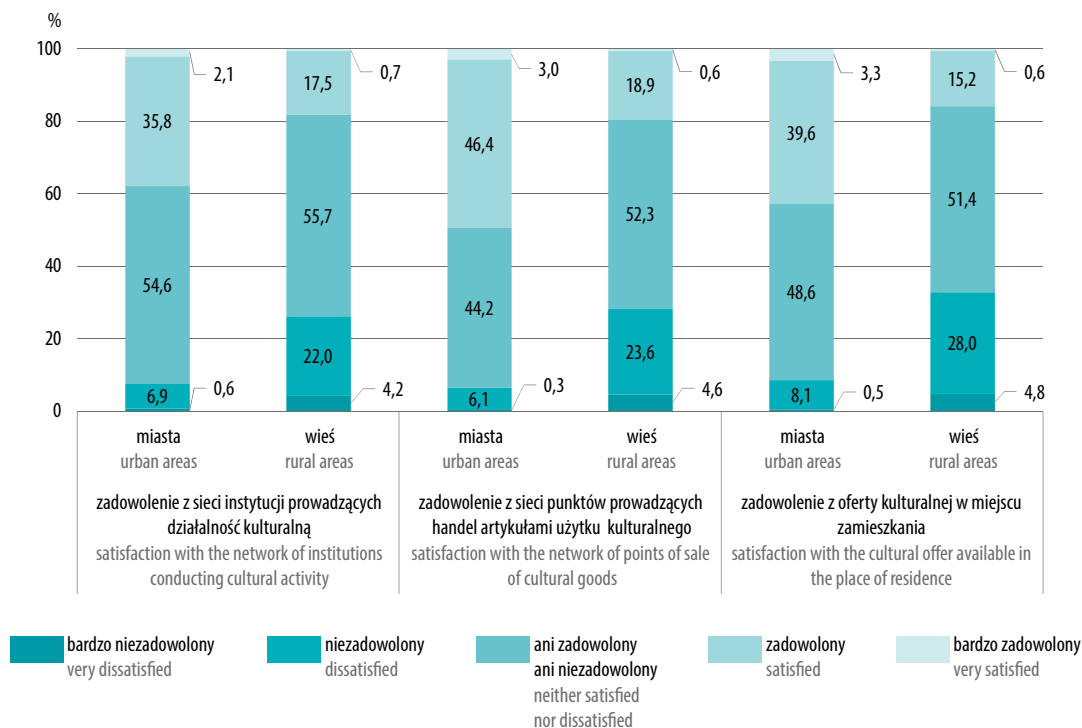
Ocena lokalnej kultury została dokonana na podstawie deklarowanego zadowolenia z sieci instytucji organizujących i prowadzących działalność kulturalną w miejscu zamieszkania respondentów, sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego (kiosk z prasą, księgarnia, sklep muzyczny itp.) w miejscu zamieszkania oraz oferty kulturalnej w danej miejscowości. Średnio połowa badanych miała raczej neutralny stosunek zarówno do instytucji kultury w miejscu zamieszkania, jak i oferty przez nie przygotowywanej, a także do punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego (tj. miejsc sprzedających prasę, księgarni, sklepów muzycznych, itp.). Dużo więcej jednak osób deklaruowało zadowolenie (32,6%) z możliwości jakie oferuje lokalny sektor kultury, niż niezadowolenie (17,8%). W ogólnych zestawieniach kobiety rzadziej reprezentowały postawę neutralną (48,4% kobiet wobec 53,1% mężczyzn), były przy tym bardziej zadowolone z kultury dostępnej lokalnie (o 4,5 p. proc.).

**Wykres 7. Ocena oferty kulturalnej w 2019 r.**  
Chart 7. Evaluation of the cultural offer in 2019



Sytuacja wygląda jednak inaczej, jeśli weźmiemy pod uwagę miejsce zamieszkania. Mieszkańcy miast byli dużo bardziej (o 28,4 p. proc.) zadowoleni z lokalnych instytucji i ich oferty oraz z punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego, niż mieszkańcy wsi, z których 30,5% wyrażało niezadowolenie („niezadowolony” i „bardzo niezadowolony”). Dotyczyło to szczególnie oferty kulturalnej (32,8% niezadowolonych) oraz punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego (28,2% badanych).

**Wykres 8. Ocena oferty kulturalnej według miejsca zamieszkania w 2019 r.**  
Chart 8. Evaluation of the cultural offer by place of residence in 2019



Różnica w ocenie była związana z wielkością miejscowości. Niezależnie, czy chodziło o ocenę instytucji i ich oferty, czy też punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego, im większa miejscowość tym lepsza była ocena lokalnej kultury, co zapewne było związane z jej większą dostępnością i różnorodnością. Ponad 2-krotnie więcej mieszkańców największych miast było zadowolonych lub bardzo zadowolonych z kultury w miejscu zamieszkania w porównaniu z mieszkańcami wsi. Wyjątkiem były tu jedynie miasta średniej wielkości (20–99 tys. mieszkańców), których mieszkańcy relatywnie lepiej oceniali lokalną kulturę niż mieszkańcy nieco większych miejscowości. Także i w tej analizie widać większe zadowolenie kobiet niż mężczyzn z lokalnej kultury. Było to zjawisko niezależne od wielkości miejscowości, choć szczególnie widoczne w przypadku miast powyżej 200 tys. mieszkańców, gdzie różnica w pozytywnej ocenie wyniosła 7,2 p. proc. (im mniejsza miejscowość, tym ta różnica w ocenie kobiet i mężczyzn była mniejsza).

**Tablica 5. Ocena oferty kulturalnej według klasy miejscowości zamieszkania w 2019 r.**

Table 5. Evaluation of cultural offer by class of locality in 2019

Wyszczególnienie Specification		Ogółem Grand total	Miasta Urban areas					Wieś Rural areas	
			razem total	o liczbie mieszkańców w tysiącach with inhabitants in thousand					
				poniżej 20 below 20	20–99 20–99	100– 199 100– 199	200– 499 200– 499		500 i więcej 500 and over
				w % in %					
Zadowolenie z sieci instytucji prowadzących działalność kulturalną Satisfaction with the network of institutions conducting cultural activity	bardzo zadowolony i zadowolony very satisfied and satisfied	30,4	37,9	26,2	38,6	35,2	38,3	48,6	18,1
	ani zadowolony ani niezadowolony neither satisfied nor dissatisfied	55,0	54,6	58,7	54,7	61,0	56,0	45,9	55,7
	niezadowolony i bardzo niezadowolony very dissatisfied and dissatisfied	14,6	7,5	15,1	6,7	3,8	5,7	5,6	26,2
Zadowolenie z sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego Satisfaction with the network of points of sale of cultural goods	bardzo zadowolony i zadowolony very satisfied and satisfied	38,0	49,4	36,0	50,1	49,1	49,9	59,9	19,5
	ani zadowolony ani niezadowolony neither satisfied nor dissatisfied	47,3	44,2	50,9	46,0	47,1	45,3	33,2	52,3
	niezadowolony i bardzo niezadowolony very dissatisfied and dissatisfied	14,7	6,4	13,1	3,9	3,9	4,8	6,9	28,2
Zadowolenie z oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania Satisfaction with the cultural offer in the place of residence	bardzo zadowolony i zadowolony very satisfied and satisfied	32,6	42,8	24,0	42,0	41,1	49,1	57,5	15,8
	ani zadowolony ani niezadowolony neither satisfied nor dissatisfied	49,7	48,6	55,9	51,3	54,9	46,2	36,1	51,4
	niezadowolony i bardzo niezadowolony very dissatisfied and dissatisfied	17,8	8,6	20,2	6,7	4,0	4,8	6,4	32,8

Interesujące, że sama sieć instytucji prowadzących działalność kulturalną była niemal w przypadku wszystkich klas miejscowości oceniana gorzej niż oferta kulturalna dostępna w tych miejscowościach. Drugim ciekawym wynikiem analizy jest fakt, że niezależnie od wielkości miejscowości, największy odsetek osób deklarował zadowolenie z punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego. Wydaje się to być zastanawiające w kontekście doniesień o ciągłym zamykaniu księgarni, sklepów muzycznych czy kiosków z prasą. Analiza rozkładu geograficznego wskazuje także, iż najbardziej zadowoleni („zadowoleni” i „bardzo zadowoleni”) z sieci instytucji prowadzących działalność kulturalną oraz oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania byli mieszkańcy makroregionu województwo mazowieckie (34,5%), natomiast z sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego – mieszkańcy makroregionu południowego (41,5%).

Analiza odpowiedzi według grup wieku pokazuje, że najmniej neutralnych postaw odnotowano w przedziale wiekowym 15–24 lata (i odwrotnie, osoby powyżej 65-tego roku życia w większym stopniu deklarowały obojętną ocenę). Młodszy respondenci byli częściej niezadowoleni z kultury w miejscu zamieszkania, szczególnie jeśli chodzi o ocenę sieci instytucji oraz oferty kulturalnej.

**Tablica 6. Ocena oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r.**

Table 6. Evaluation of cultural offer in the place of residence by socio-economic group in 2019

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which household of								
		pracowników employees			rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners			
		razem total	na stanowiskach in				razem total	emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
		w % in %								
Bardzo zadowolony i zadowolony very satisfied and satisfied										
z sieci instytucji prowadzących działalność kulturalną with the network of institutions conducting cultural activity	30,4	31,0	24,1	38,1	17,9	34,5	30,5	30,7	29,1	
z sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego with the network of points of sale of cultural goods	38,0	38,2	30,4	46,3	19,3	41,6	41,0	42,1	33,6	
z oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania with the cultural offer in the place of residence	32,6	34,2	27,1	41,4	14,0	37,1	32,0	32,4	29,7	

**Tablica 6. Ocena oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r. (dok.)**

Table 6. Evaluation of cultural offer in the place of residence by socio-economic group in 2019 (cont.)

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which household of								
		razem total	pracowników employees		rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners			
			na stanowiskach in				razem total	emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
		w % in %								
Ani zadowolony ani niezadowolony Neither satisfied nor dissatisfied	z sieci instytucji prowadzących działalność kulturalną with the network of institutions conducting cultural activity	55,0	54,7	59,9	49,4	50,3	48,1	58,8	58,8	58,6
	z sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego with the network of points of sale of cultural goods	47,3	48,2	54,8	41,4	48,7	37,7	47,8	47,2	52,2
	z oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania with the cultural offer in the place of residence	49,7	48,5	54,1	42,8	48,7	41,9	54,8	54,3	57,9
Niezadowolony i bardzo niezadowolony Very dissatisfied and dissatisfied	z sieci instytucji prowadzących działalność kulturalną with the network of institutions conducting cultural activity	14,6	14,3	16,0	12,5	31,8	17,4	10,8	10,5	12,4
	z sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego with the network of points of sale of cultural goods	14,7	13,6	14,8	12,4	32,0	20,7	11,2	10,7	14,2
	z oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania with the cultural offer in the place of residence	17,8	17,3	18,8	15,8	37,3	21,0	13,2	13,3	12,4



Najbardziej niezadowoleni, zarówno z sieci instytucji prowadzących działalność kulturalną, jak i z sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego oraz oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania, były osoby reprezentujące gospodarstwa rolników. Co ciekawe respondenci z gospodarstw pracowników na stanowiskach nierobotniczych wyrażali największe zadowolenie we wszystkich trzech wymienianych kategoriach. Osoby z gospodarstw emerytów i rencistów w największym stopniu (54,8%) mieli neutralny stosunek do oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania („ani zadowolony, ani niezadowolony”).

## 2.2. Czytelnictwo

### 2.2. Reading habits

Jedną z ważnych form aktywności kulturalnej jest czytelnictwo. Czytać można w różnorodnych warunkach – zarówno nie wychodząc z domu jak i w trakcie podróży. Czytelnictwo w znacznym stopniu uwarunkowane jest dostępem do książek i prasy, na co wpływ mają: wielkość produkcji wydawniczej, liczba działających na rynku księgarń i punktów sprzedaży prasy, dostępność bibliotek i wielkość ich zasobów bibliotecznych czy wielkość bibliotek domowych.

Warto zwrócić uwagę na utrzymujący się trend stale rosnącej liczby książek i tytułów prasowych dostępnych w Internecie. Nie zmieniła się także sytuacja w większości supermarketów, w których na stałe zagościły stoiska z książkami, dotyczy to także centrów handlowych, w których funkcjonują księgarnie z rozległą ofertą książkową.

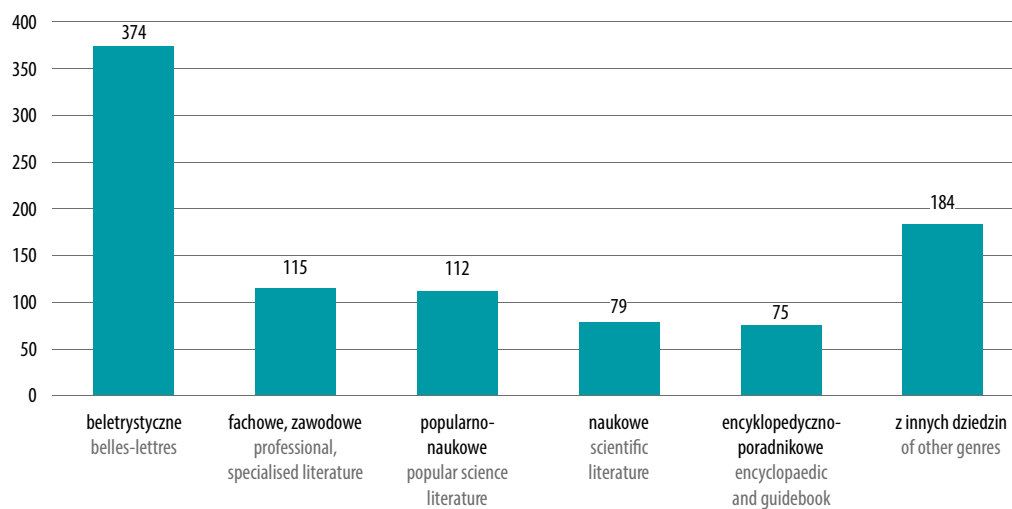
W 2019 r. księgozbiorem domowym dysponowało 86,4% gospodarstw (w 2014 r. 88,3%), a spośród nich 21,1% liczącym ponad 100 pozycji. Warto nadmienić, że w badanym roku w przypadku 62,3% gospodarstw domowych zwiększył się ich księgozbiór, przy czym 8,8% gospodarstw domowych nabyło książki w wersji cyfrowej. Czytniki ebooków ułatwiający czytanie lub odtwarzanie książek elektronicznych posiadało 12,0% gospodarstw domowych, natomiast odtwarzacze mp3/mp4, przeznaczone m.in. do odsłuchiwania audiobooków – 36,5% gospodarstw domowych.

Czytelnictwo rozwija się również poprzez możliwość korzystania z usług sieci bibliotek i czytelni, przede wszystkim bibliotek publicznych. W 2019 r. działało 9,3 tys. bibliotek publicznych, naukowych i innych o charakterze specjalistycznym, dysponujących ponad 232,1 mln woluminów księgozbioru. W bibliotekach zarejestrowanych było 7,2 mln czytelników, tj. osób, które dokonały co najmniej jednego wypożyczenia na zewnątrz (7,9 mln zarejestrowanych czytelników w 2014 r.). Spadek liczby osób korzystających z zasobów bibliotek można tłumaczyć m.in. zwiększającą się systematycznie dostępnością zasobów cyfrowych książek i czasopism poza bibliotekami publicznymi.

Co najmniej jedną książkę w ciągu roku przeczytało (w wersji papierowej, cyfrowej lub odsłuchało z płyty/kasety) 58,2% osób (67,8% kobiet i 47,8% mężczyzn) – o 4,1 p. proc. więcej niż w 2014 r. Z biblioteki lub czytelni skorzystało 24,6% osób (w 2014 r. 24,4%), a co najmniej jedną książkę wypożyczyło (z biblioteki, w pracy lub w szkole, od rodziny lub znajomych itp.) 28,9% osób w wieku 15 lat lub więcej (36,8% kobiet i 20,3% mężczyzn). Znacznie wyższe odsetki czytelników odnotowano w miastach niż na wsi. Co najmniej jedną książkę w 2019 r. przeczytało 66,3% mieszkańców miast i 45,1% mieszkańców wsi (odpowiednio o 3,8 p. proc. i o 4,2 p. proc. więcej w porównaniu z 2014 r.), a wśród wypożyczających było 31,9% mieszkańców miast i 24,1% mieszkańców wsi. Odsetek osób, które przeczytały co najmniej jedną książkę, zmniejszał się wraz z poziomem uzyskanego wykształcenia (wyższe – 82,3%, średnie – 62,6%, zasadnicze zawodowe – 35,6%) zarówno w grupie kobiet (z wykształceniem wyższym – 87,6%, średnim – 72,3%, a zasadniczym zawodowym – 48,9%), jak i mężczyzn (odpowiednio 75,7%, 51,1% i 25,0%). Wśród osób z pozostałym wykształceniem czytanie książek deklarowało 47,5% osób.

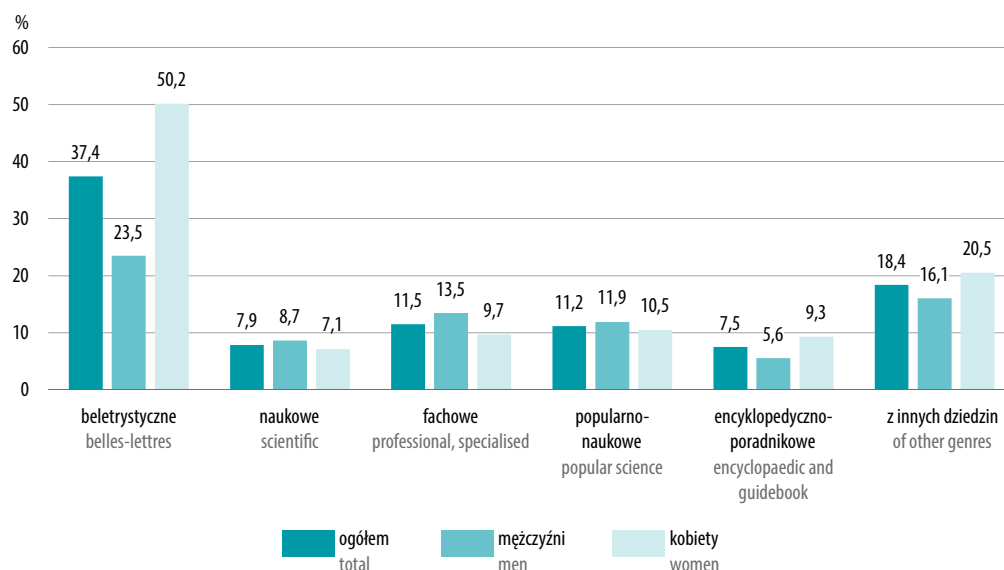
Istnieje potoczny pogląd, że najwięcej czytają ludzie młodzi – uczniowie i studenci – bo muszą czytać, przygotowując się do zajęć w szkole i na uczelni oraz ludzie starsi, ponieważ mają dużo wolnego czasu. Najwyższy odsetek osób, które przeczytały co najmniej jedną książkę był w grupie wiekowej 15–24 lata – 76,3% (w miastach 81,6%, na wsi 69,2%), natomiast najniższy w grupie wieku 50–64 lata – 52,7%. Najwyższy odsetek czytających książki zanotowano w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek – 64,9%, a najniższy w gospodarstwach rolników – 35,6%.

**Wykres 9. Książki przeczytane według dziedziny literatury (na 1000 przeczytanych książek) w 2019 r.**  
Chart 9. Books read by subject area of literature (per 1000 books read) in 2019



W strukturze przeczytanych książek według dziedziny przeważała literatura piękna: 374 pozycje na 1000 przeczytanych książek (w miastach 438, na wsi 269). Książki beletrystyczne stanowiły najistotniejszą część lektury zarówno dla mężczyzn jak i kobiet.

**Wykres 10. Czytający książki według dziedziny przeczytanych książek i płci w 2019 r.**  
Chart 10. Book readers by subject area of read books and sex in 2019



Spośród osób czytających, niezależnie od płci, wieku, wykształcenia, typu gospodarstwa domowego i miejsca zamieszkania, odsetek osób deklarujących przeczytanie w 2019 r. przynajmniej jednej pozycji beletrystycznej był najwyższy. Najwięcej mieszkańców miast – 43,9% jak i wsi – 26,9% czytało literaturę piękną, także wśród kobiet i mężczyzn najwyższy odsetek czytelników deklaruował czytanie beletrystyki – odpowiednio 23,5% i 50,2%. Więcej mężczyzn niż kobiet czytało literaturę fachową i zawodową (13,5% wobec 9,7%), wydawnictwa naukowe (8,7% wobec 7,1%) i popularno-naukową (odpowiednio 11,9% i 10,5%), natomiast nieco więcej kobiet niż mężczyzn czytało wydawnictwa encyklopedyczno-poradni-

kowe (9,3% wobec 5,6%). Podobny rozkład czytelnictwa według dziedziny literatury występował w miastach i na wsi, a także w poszczególnych typach gospodarstw domowych.

**Tablica 7. Czytający książki według dziedziny literatury i grup społeczno-ekonomicznych**  
Table 7. Book readers by subject area of literature and socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of							
		razem total	pracowników employees		rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
			na stanowiskach in				razem total	emerytów retirees	rencistów pensioners
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions					
w % in %									

Osoby w danej grupie, które przeczytały co najmniej jedną książkę = 100  
People in a given group who read at least one book = 100

Beletrystyka Belles-lettres	A	65,3	65,0	60,3	68,5	53,6	63,1	69,6	70,9	63,5
	B	37,4	39,4	29,2	49,9	13,9	41,8	38,0	38,6	33,9
Literatura naukowa Scientific literature	A	11,9	13,0	7,6	17,0	15,9	16,1	6,1	6,3	5,4
	B	7,9	9,6	5,3	14,0	5,7	9,0	4,3	4,3	3,9
Literatura fachowa, zawodowa Professional literature	A	20,5	25,0	12,3	34,4	18,9	30,2	9,2	9,5	8,0
	B	11,5	13,8	5,9	21,9	7,4	20,6	5,0	5,0	4,8
Literatura popularno-naukowa Popular science literature	A	17,0	17,7	10,3	23,2	13,1	17,1	15,7	16,3	13,0
	B	11,2	13,0	5,6	20,6	3,3	10,3	10,1	10,1	10,1
Wydawnictwa encyklopedyczno-poradnikowe Encyclopaedic and guidebook literature	A	15,8	16,4	14,3	17,9	8,8	18,0	15,2	15,5	13,6
	B	7,5	8,5	6,4	10,7	4,9	6,5	6,5	6,4	7,7

Ze zbiorowości osób, które zadeklarowały przeczytanie przynajmniej jednej książki w 2019 r., 20,9% przeczytało książki ze względu na potrzeby zawodowe (21,7% kobiet i 20,1% mężczyzn). Najwyższy odsetek czytających książki z powodów zawodowych był wśród osób z wykształceniem wyższym (39,1%), zarówno wśród kobiet (39,9%), jak i mężczyzn (38,1%). Najwyższe odsetki czytających książki ze względów zawodowych wśród mężczyzn odnotowano w grupach wiekowych 15–24 lata i 25–34 lata – po 24,4% a wśród kobiet w grupie wiekowej 35–49 lat – 29,2%. Oczywiście jest także, że książki związane z nauką (lektury) czytali przede wszystkim ludzie w wieku 15–24 lata – 54,7%. Według poziomu wykształcenia najwięcej lektur, w grupie osób, które deklarowały przeczytanie w 2019 r. co najmniej jednej książki, czytały osoby z pozostałym wykształceniem – 30,8% osób. Spośród osób, które przeczytały co najmniej jedną książkę, lektury przeczytało łącznie 11,4% (w miastach – 12,3%, na wsi – 10,0%), wśród mężczyzn – 12,5%, a wśród kobiet – 12,2%. Osoby w wieku 15–24 lata stanowiły największy odsetek w zbiorowości czytającej książki w wersji cyfrowej – 28,3% oraz wśród osób słuchających książek w wersji dźwiękowej – 21,9%.

**Tablica 8. Czytający według grup społeczno-ekonomicznych**

Table 8. Readers by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019		Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
			pracowników employees				rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
			razem total	na stanowiskach in		razem total			emerytów retirees	rencistów pensioners	
				robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
			w % in %								
Książki Books	A	54,1	55,8	42,7	72,2	34,1	63,3	51,5	52,4	47,8	
	B	58,2	61,6	48,9	74,4	35,6	64,9	54,9	56,1	46,4	
Gazety Newspapers	A	71,1	71,1	67,1	76,2	58,9	79,2	72,1	74,0	64,2	
	B	65,0	62,7	59,8	65,7	60,7	66,9	70,9	73,0	56,7	
Czasopisma Magazines	A	74,8	74,7	70,7	79,8	72,6	78,8	75,8	77,8	67,5	
	B	67,0	65,2	61,1	69,3	61,5	70,9	72,8	74,7	59,8	

Czytanie gazet zadeklarowało 65,0% osób w wieku 15 lat lub więcej (65,2% kobiet i 64,7% mężczyzn) – spadek o 6,1 p. proc. w porównaniu z 2014 r.

W 2019 r. gazety codzienne w wersji papierowej w miastach czytało 49,8% osób (48,0% mężczyzn i 51,4% kobiet), a na wsi – 57,3% (53,7% mężczyzn i 60,8% kobiet). Należy przy tym zwrócić uwagę na nieco ograniczony dostęp do prasy na wsi w porównaniu z sytuacją w mieście, a jednocześnie na fakt, że odsetek czytających gazety z reguły zwiększał się wraz ze zmniejszającą się liczbą mieszkańców miast, jest to sytuacja odwrotna w porównaniu do 2014 r. kiedy ten odsetek się zmniejszał wraz ze zmniejszającą się liczbą mieszkańców. Z kolei w miastach większy odsetek osób czytało gazety w wersji cyfrowej niż na wsi (odpowiednio 29,3% i 20,6%).

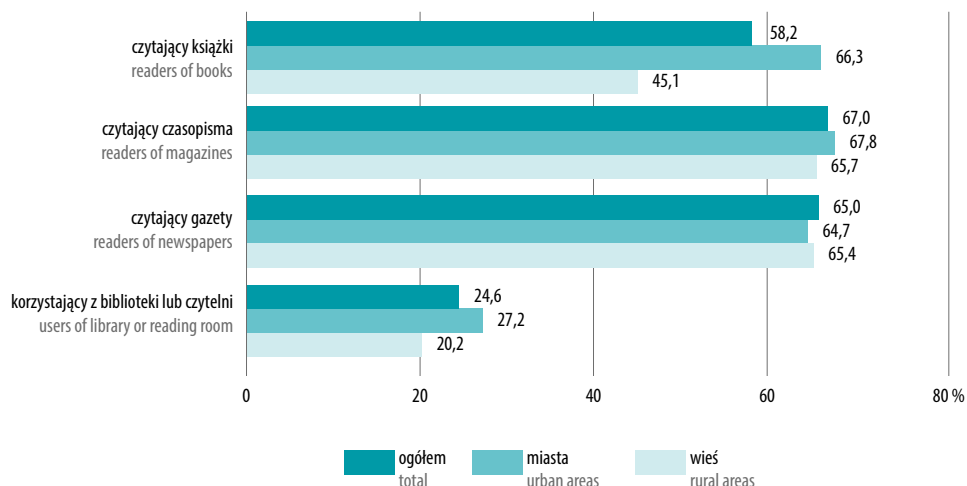
Różnice w czytelnictwie gazet związane były także z wykształceniem. Największy odsetek osób czytających gazety odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym – 69,9% a najmniejszy wśród osób z pozostałym wykształceniem – 52,0%. Najwięcej gazet w wersji papierowej czytały osoby z wykształceniem zasadniczym – 59,1%, natomiast w wersji cyfrowej osoby z wykształceniem wyższym – 42,7%. Prawidłowość tę zarejestrowano zarówno w odniesieniu do mężczyzn, jak i kobiet.

Czytelnictwo gazet rosło wraz z wiekiem czytelników. Najmniej osób czytało gazety w wieku 15–24 lata – 48,3%, (gazet w wersji papierowej 32,9%, w wersji cyfrowej 33,2%), a najwięcej w wieku 65 lat i więcej – 71,6% (odpowiednio 69,3% i 9,4%).

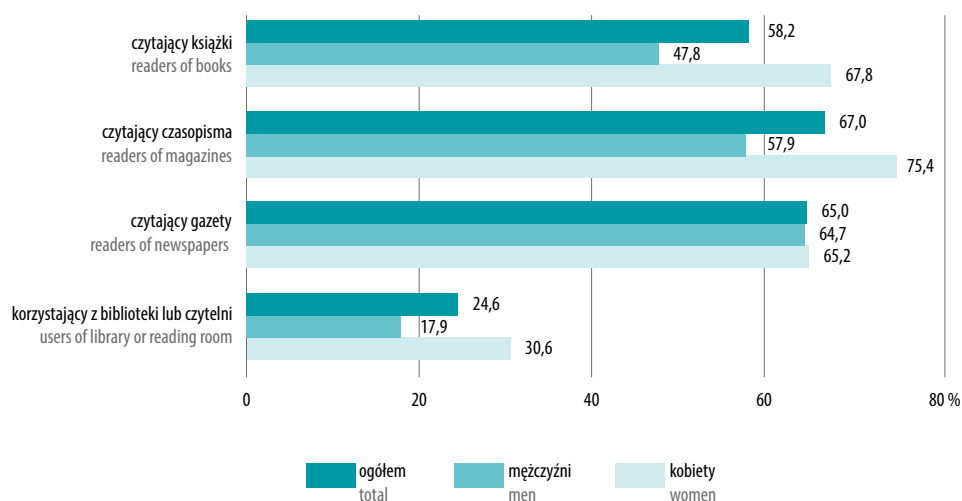
Podobny rozkład biorąc pod uwagę wiek czytelników występował również w przypadku osób czytających czasopisma ilustrowane. Najmniejszy odsetek osób czytających czasopisma występował w grupie wiekowej 15–24 lata – 53,2%, a największy w grupie wiekowej 65 lat i więcej – 73,1%.

Czasopisma czytało 67,0% osób (spadek o 7,8 p. proc. w porównaniu z 2014 r.), 75,4% kobiet (mniej o 6,2 p. proc.) i 57,9% mężczyzn (spadek o 7,7 p. proc.). Więcej czytelników czasopism było w miastach niż na wsi (odpowiednio 67,8% i 65,7%). W miastach czasopisma czytało 74,7% kobiet i 60,0% mężczyzn, a na wsi odpowiednio 76,6% i 54,6%.

**Wykres 11. Czytający, korzystający z biblioteki lub czytelnicy według miejsca zamieszkania w 2019 r.**  
Chart 11. Readers, users of library or reading room by place of residence in 2019



**Wykres 12. Czytający, korzystający z biblioteki lub czytelnicy według płci w 2019 r.**  
Chart 12. Readers, users of library or reading room by sex in 2019



O ile odsetek osób czytających czasopisma w poszczególnych regionach wahał się od 61,7% w makroregionie województwo mazowieckie do 72,8% w makroregionie północno-zachodnim, o tyle w grupie mężczyzn nie przekroczył on w żadnym z makroregionów 62,0% (wahając się od 51,3% w makroregionie województwo mazowieckie do 61,8% w makroregionie północno-zachodnim). Z kolei, w grupie kobiet makroregion południowy zanotował najmniejszy odsetek kobiet czytających czasopisma – 69,9%, natomiast najwyższy odsetek – 83,7%, podobnie jak w przypadku mężczyzn zarejestrowano w makroregionie północno-zachodnim.

Z biblioteki lub czytelnicy w 2019 r. skorzystało 24,6% osób w wieku 15 lat lub więcej, 30,6% kobiet i 17,9% mężczyzn (w przypadku kobiet o 2,1 p. proc. więcej, a mężczyzn o 0,8 p. proc. mniej niż w 2014 r.).

Kobiety nadal korzystały częściej niż mężczyźni z zasobów bibliotecznych. Spośród korzystających z biblioteki lub czytelnicy 7,4% kobiet uczęszczało 7–12 razy w roku, a 5,5% częściej niż raz w miesiącu (męż-

czyżni odpowiednio 3,0% i 2,1%). Wyższy odsetek uczęszczających do biblioteki lub czytelnicy był wśród mieszkańców miast niż wsi (27,2% w stosunku do 20,2%).

Wyższy był także odsetek najczęściej korzystających z księgozbiorów bibliotek wśród mieszkańców miast niż wsi, tj. częściej niż raz w miesiącu (4,5% w miastach wobec 2,9% na wsi). Dotyczyło to zarówno kobiet (6,0% wobec 4,5%), jak i mężczyzn (2,7% wobec 1,2%).

**Tablica 9. Korzystający z biblioteki lub czytelnicy według grup społeczno-ekonomicznych**  
 Table 9. Users of library or reading room by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		razem total	pracowników employees		rolni- ków farmers	pracują- cych na własny rachu- nek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners			
			na stanowiskach in				razem total	emery- tów retirees	renci- stów pension- ers	
			robotni- czych manual labour p ositions	niero- botni- czych non- manual labour posi- tions						
w % in %										
Ogółem Grand total	A	24,4	26,8	20,7	34,4	19,3	24,2	18,2	17,7	20,1
	B	24,6	27,5	20,8	34,3	17,5	23,9	18,4	18,5	17,0
Ogółem = 100 Grand total = 100										
1–3 razy w roku 1-3 times a year	A	8,3	34,7	36,1	33,7	37,1	34,3	32,0	32,8	28,8
	B	8,0	9,2	7,3	11,2	4,1	7,5	5,9	5,8	6,5
Częściej niż raz w miesiącu More than once a month	A	4,7	17,2	15,7	18,4	10,3	14,8	23,7	24,0	22,6
	B	3,9	3,8	2,4	5,2	2,9	2,6	4,1	4,2	3,7

Zdecydowanie najwyższy odsetek korzystających z biblioteki i czytelnicy był w grupie wiekowej 15–24 lata – 65,9% (mężczyźni 59,7%, kobiety 72,5%) i obniżając się wraz z rosnącym wiekiem respondentów, w grupie osób w wieku 65 lat i więcej wyniósł 15,3% (mężczyźni 8,7%, kobiety 19,7%).

Według podobnej prawidłowości odsetki te kształtowały się w miastach (w grupie wieku 15–24 lata – 69,8%, a w grupie wiekowej 65 lat i więcej – 18,5%) oraz na wsi (odpowiednio 60,7% i 7,9%). Nie dziwi fakt, że najwyższe odsetki osób korzystających z biblioteki lub czytelnicy odnotowano wśród osób uczących się lub studiujących.

## 2.3. Korzystanie z mediów i uczęszczanie do kina

### 2.3. Media usage habits and cinema attendance

Oglądanie telewizji jest nadal popularnym sposobem spędzania wolnego czasu przez Polaków i kontaktu z kulturą. W odbiorniki telewizyjne było wyposażonych 95,9% gospodarstw domowych, mniej niż w telefon komórkowy (97,1%).

Oglądanie telewizji deklarowało 95,2% osób w wieku 15 lat lub więcej (94,3% mężczyzn i 96,0% kobiet, spadek odpowiednio o 3,1 p. proc. i 1,7 p. proc. w porównaniu z 2014 r.). Niezależnie od wieku, płci, miej-

sca zamieszkania, poziomu wykształcenia, odsetek oglądających programy telewizyjne był na zbliżonym poziomie. Podobnie też najwyższy odsetek wśród osób oglądających telewizję codziennie – 63,9% (62,3% mężczyzn, 65,2% kobiet).

W 2019 r. nastąpił spadek – o 1,4 p. proc. – dostępności do telewizji poprzez urządzenia do odbioru telewizji kablowej lub drogą satelitarną w porównaniu z 2014 r. Aż 60,0% respondentów mogło korzystać z ponad 20 kanałów z programami telewizyjnymi (w miastach 63,2%, na wsi 54,7%), jednak to najprawdopodobniej korzystanie z różnorodnych urządzeń multimedialnych spowodowało zmniejszenie intensywności oglądania telewizji.

**Tablica 10. Oglądający program telewizyjny według intensywności i grup społeczno-ekonomicznych**  
Table 10. Television viewers by intensity level and socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees			rolni- ków farmers	pracują- cych na własny rachu- nek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners			
		razem total	na stanowiskach in				razem total	emery- tów retirees	renci- stów pen- sioners	
			robotni- czych manual labour posi- tions	niero- botni- czych non- manual labour posi- tions						
		w % in %								
Ogółem Grand total	A	97,6	97,8	99,2	96,2	98,3	96,6	98,4	98,4	98,2
	B	95,2	92,9	97,0	88,6	98,0	91,1	98,4	98,2	100,0
Ogółem = 100 Grand total = 100										
Codziennie Every day	A	66,8	74,8	78,4	70,1	81,0	63,7	90,0	90,3	89,0
	B	63,9	61,9	69,9	53,8	76,1	58,6	67,9	67,3	72,6
w tym ponad 4 godziny of which more than 4 hours	A	10,0	6,6	7,4	5,6	6,5	5,0	18,8	18,7	19,3
	B	10,2	6,5	8,0	4,9	5,5	1,9	20,9	21,3	18,7

W 2019 r. codzienne oglądanie telewizji deklarowało 63,9% osób, w tym codziennie ponad 4 godziny 10,2% (w 2014 r. odpowiednio 76,8% i 10,3%). Odsetek oglądających telewizję najdłużej z reguły wzrastał wraz z wiekiem. Codzienne programy telewizyjne oglądało 53,6% osób w wieku 15–24 lata, a 68,7% w wieku 65 lat i więcej. Podobne zróżnicowanie odnotowano u mężczyzn i u kobiet, a także wśród mieszkańców miast i wsi. Codzienne programy telewizyjne oglądało 55,6% mężczyzn w wieku 15–24 lata oraz 67,7% mężczyzn w wieku 65 lat i więcej. W przypadku kobiet codzienne oglądało programy telewizyjne 51,5% w wieku 15–24 lata oraz 69,3% kobiet w wieku 65 lat i więcej. Wyższy był też odsetek oglądających telewizję codziennie na wsi (69,9% wobec 60,1%), zarówno wśród mężczyzn (69,4% wobec 57,8%), jak i kobiet (70,4% wobec 62,2%). W miastach natomiast więcej osób oglądało programy telewizyjne codziennie ponad 4 godziny niż na wsi (11,7% wobec 7,7%). Dotyczyło to zarówno kobiet mieszkających w miastach (12,7%) wobec 7,9% mieszkanki wsi, jak i mężczyzn (odpowiednio 10,6% i 7,5%).

Najniższy odsetek osób oglądających telewizję według poziomu wykształcenia odnotowano w grupie z wykształceniem wyższym. Osoby z wykształceniem wyższym oglądały programy telewizyjne rzadziej i znacznie krócej niż pozostałe osoby. Wśród osób z wykształceniem wyższym, oglądający telewizję codziennie, stanowili 53,5% wobec 71,7% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym. O ile odsetek



widzów z wyższym wykształceniem oglądających programy telewizyjne codziennie ponad 4 godziny wyniósł 4,5%, to odsetek osób poświęcających tyle samo czasu na oglądanie programów telewizyjnych w pozostałych grupach wykształcenia wzrastał wraz z obniżającym się poziomem wykształcenia i w grupie osób z pozostałym wykształceniem wyniósł 14,0%. W grupie osób w wieku 15–24 lata odnotowano najwyższy odsetek osób – 23,9% deklarujących, że Internet całkowicie może zastąpić oglądanie telewizji. Również wśród osób w wieku 15–24 lata zanotowano najwyższy odsetek korzystających z komputera – 98,8% niezależnie od celu w jakim jest wykorzystywany, kształcenie się – 84,3% czy rozrywka – 94,4%.

Pod względem popularności radio nadal utrzymywało się na drugim miejscu jako medium, ustępując miejsca telewizji, ale nadal przewyższając Internet jak i prasę. W 2019 r. radia słuchało 86,5% osób w wieku 15 lat lub więcej. W porównaniu z 2014 r. wzrósł odsetek słuchaczy wśród mężczyzn (o 2,7 p. proc.), ale nieznacznie spadł w przypadku kobiet (o 0,1 p. proc.) i w 2019 r. wyniósł odpowiednio 88,4% i 84,8%. Odwróciła się tendencja słuchających w odniesieniu do miejsca zamieszkania. W 2019 r., wyższe były odsetki osób słuchających radia na wsi 87,7% (wzrost o 3,3 p. proc.) niż w miastach 85,8% (wzrost o 0,1 p. proc.), zarówno wśród mężczyzn (89,0% wobec 88,0%), jak i wśród kobiet (86,5% wobec 83,9%).

**Tablica 11. Słuchający programu radiowego według intensywności i grup społeczno-ekonomicznych**  
Table 11. Radio listeners by intensity level and socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees			rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners			
		razem total	na stanowiskach in				razem total	emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
		w % in %								
Ogółem Grand total	A	85,2	86,8	85,6	88,4	84,2	90,4	82,3	83,0	79,5
	B	86,5	87,7	86,5	88,9	88,7	91,8	83,7	84,4	79,3
Ogółem = 100 Grand total = 100										
Codziennie Every day	A	51,9	59,0	55,4	63,6	52,5	67,8	59,7	60,1	57,9
	B	53,7	55,1	53,8	56,3	54,2	61,1	51,0	51,0	50,8
w tym ponad 4 godziny of which more than 4 hours	A	5,7	5,4	4,8	6,2	2,9	6,3	7,1	7,1	7,0
	B	4,2	3,9	3,2	4,6	2,6	3,6	5,5	5,7	4,0

Zauważyć należy, że pomimo tego, iż wzrósł odsetek słuchających radia w 2019 r. w stosunku do 2014 r., to skrócił się, podobnie jak w przypadku telewizji, czas w ciągu dnia przeznaczony na słuchanie radia. Codziennie spędzało czas przy radioodbiorniku 53,7% słuchaczy (w 2014 r. 51,9%), w tym 4,2 % ponad 4 godziny (w 2014 r. 5,6%). Warto też zwrócić uwagę na fakt, że słuchacze mieli większy niż 5 lat wcześniej wybór stacji radiowych. W 2014 r. prywatne stacje radiowe działały na podstawie przyznaných 305 koncesji na rozpowszechnianie programu drogą naziemną, a w 2019 r. emitowano program na podstawie 310 koncesji przyznaných stacjom prywatnym. Działały też, oczywiście, publiczne stacje Polskiego Radia, do których wielu słuchaczy – nie tylko starszych – jest nadal mocno przywiązanych. Systematycznie zwiększa się dostępność do programu radiowego, ze względu na stale rosnący odsetek osób posiada-



jących i korzystających z przenośnych urządzeń jak chociażby telefon komórkowy czy smartfon, które mogą spełniać funkcję odbiornika radiowego. Odsetek osób słuchających radia zmniejszył się wraz z poziomem wykształcenia z 92,5% wśród osób z wykształceniem wyższym do 76,4% wśród osób z pozostałym wykształceniem. W gronie radiosłuchaczy, we wszystkich grupach według poziomu wykształcenia, najwyższe odsetki odnotowano wśród słuchających radia codziennie, od 58,9% osób z wykształceniem wyższym do 40,3% osób z pozostałym wykształceniem. Pod względem grup wiekowych, najwięcej osób słuchających radia było w grupie 25–34 lata – 89,8%. Najmniej radiosłuchaczy odnotowano w najmłodszej badanej grupie, czyli 15–24 lata – 77,7%. Natomiast najwięcej czasu przy radiu, codziennie ponad 4 godziny, spędzali słuchacze z najstarszej grupy wiekowej – 65 lat i więcej (5,8%). O ile odsetek osób słuchających radia codziennie wyższy był na wsi niż w miastach, to w gronie osób słuchających radia codziennie ponad 4 godziny nadal przeważali mieszkańcy miast. Tę prawidłowość zaobserwowano zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet. Najwyższy odsetek słuchających radia odnotowano w gospodarstwach pracujących na własny rachunek – 91,8%, a najniższy w gospodarstwach emerytów i rencistów – 83,7%. Wśród słuchaczy radia nieznacznie przeważali mężczyźni niż kobiety – 88,4% wobec 84,2%.

Inną bardzo popularną formą uczestnictwa w kulturze jest oglądanie filmów. W 2019 r. oglądanie filmów fabularnych deklarowało 90,9% osób w wieku 15 lat lub więcej (91,2% mężczyzn i 90,7% kobiet).

**Tablica 12. Oglądający filmy fabularne według płci i grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r.**  
Table 12. Feature film viewers by sex and socio-economic group in 2019

Wyszczególnienie Specification  A – ogółem/ total B – mężczyźni/men C – kobiety/women	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		razem total	pracowników employees		rolni- ków farmers	pracują- cych na własny rachun- ek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners			
			na stanowiskach in				razem total	emery- tów retirees	renci- stów pensioners	
			robotni- czych manual labour posi- tions	niero- botni- czych non- manual labour posi- tions						
w % in %										
Ogółem Grand total	A	90,9	91,4	88,8	93,9	81,8	91,5	92,4	92,2	93,5
	B	91,2	91,4	88,3	94,6	80,4	94,7	92,9	92,6	94,9
	C	90,7	91,3	89,4	93,3	83,4	88,1	92,0	91,9	92,6
Ogółem = 100 Grand total = 100										
raz lub kilka razy w miesiącu once or few times a month	A	27,8	29,2	28,0	30,4	25,4	36,6	23,5	23,5	23,9
	B	29,3	30,6	30,8	30,4	24,2	38,8	24,4	24,2	26,0
	C	26,5	27,8	25,2	30,4	26,9	34,1	22,9	22,9	22,6
raz w tygodniu lub częściej once a week or more often	A	41,8	40,5	40,1	40,9	29,0	36,5	49,7	49,3	52,2
	B	41,1	40,7	39,1	42,3	31,0	34,3	48,7	48,8	48,1
	C	42,4	40,4	41,2	39,6	26,6	38,9	50,4	49,7	54,7

Odsetek osób oglądających filmy fabularne według wieku był najwyższy w grupie wiekowej 50–64 lata – 92,8%, większy wśród kobiet – 93,4% niż wśród mężczyzn – 92,1%. Z kolei, najniższy odsetek odnotowano w najmłodszej grupie wiekowej 15–24 lata – 86,4%. Zarówno w miastach jak i na wsi najniższy odsetek osób oglądających filmy fabularne był również w najmłodszej grupie wiekowej (odpowiednio

88,1% i 84,3%). Dotyczy to także podziału według płci. Wśród mężczyzn i kobiet najniższy odsetek osób oglądających filmy fabularne odnotowano w grupie wiekowej 15–24 lata – odpowiednio 88,3% i 84,5%. Także w gronie najczęściej oglądających filmy – raz w tygodniu lub częściej – najwyższy odsetek był w grupie osób w wieku 50–64 lata – 48,2%, najniższy natomiast w grupie wieku 15–24 lata – 32,4%.

Pod względem poziomu wykształcenia, najwyższy odsetek oglądających filmy fabularne wystąpił w grupie osób posiadających wykształcenie wyższe – 93,7%, a najniższy – wśród osób z pozostałym wykształceniem – 83,0%. Podobnie było wśród kobiet i mężczyzn. Natomiast najwyższy odsetek oglądających filmy raz w tygodniu lub częściej, w zbiorowości osób oglądających filmy fabularne, odnotowano w grupie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym – 46,5%, a najniższy w grupie osób z pozostałym wykształceniem – 36,4%.

Źródłem dostępu dla oglądających pełnometrażowe filmy może być telewizja kablowa lub satelitarna, ale także inne formy umożliwiające ich oglądanie, jak płatne wypożyczanie filmów czy uczęszczanie do kina.

W 2019 r. o 7,2 p. proc. wzrósł odsetek osób korzystających z odpłatnego wypożyczenia filmów z wypożyczalni lub innych form, takich jak wideo na życzenie/VOD/, pay-per-view<sup>3</sup> w porównaniu z 2014 r. (13,4% osób w wieku 15 lat lub więcej, 15,3% mężczyzn i 11,7% kobiet, w 2014 r. odpowiednio 6,2%, 7,5% i 5,2%). Odsetek osób wypożyczających odpłatnie filmy w miastach wyniósł 17,3% (w miastach liczących 500 tys. i więcej mieszkańców – 26,0%) wzrost odpowiednio o 9,3 p. proc. i 13,8 p. proc. w porównaniu z 2014 r., a na wsi – 7,1% (wzrost o 3,3 p. proc.).

**Tablica 13. Wypożyczający odpłatnie filmy według płci i grup społeczno-ekonomicznych**  
Table 13. Users of paid films rental by sex and socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – ogółem/ total B – mężczyźni/men C – kobiety/women	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees			rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners			
		razem total	na stanowiskach in				razem total	emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
w % in %										
2014	A	6,2	8,1	5,9	10,8	2,0	11,8	2,3	2,1	3,2
	B	7,5	9,4	6,7	13,0	2,6	12,4	3,7	3,1	6,3
	C	5,2	7,0	5,2	9,2	1,5	11,4	1,6	1,5	1,8
2019	A	13,4	18,3	12,0	24,7	3,1	23,5	3,0	2,7	4,8
	B	15,3	19,6	13,3	26,1	1,9	29,4	3,8	3,4	6,4
	C	11,7	17,1	10,8	23,4	4,7	17,0	2,4	2,3	3,7

W 2019 r. frekwencja w kinach wyniosła 61,9 mln widzów i była wyższa niż w 2014 r. – 42,1 mln. W 2019 r. kina wyświetliły 2,2 mln seansów, podczas gdy w 2014 r. 1,8 mln. Odsetek osób chodzących do kina był

<sup>3</sup> Pay-per-view – płatna usługa oglądania treści multimedialnych dostarczanych najczęściej za pośrednictwem cyfrowej telewizji, opłacaną nie w formie abonamentu, lecz za obejrzenie konkretnej treści. Wideo na życzenie (Video on Demand) – będąca wirtualną wypożyczalnią filmów i programów telewizyjnych usługa udostępniana przez dostawców sygnału telewizyjnego, zezwalająca na oglądanie nadawanego materiału filmowego lub słuchanie nadawanego nagrania dźwiękowego w wybranym przez kogoś czasie, późniejszym niż czas emisji. Usługi tej nie należy mylić z podobnymi określeniami: płatna (zakodowana) telewizja, pay-per-view, wypożyczalnia płyt, czy telewizja internetowa.

wyższy niż w 2014 r. o 16,2 p. proc. Chodzenie do kina w 2019 r. deklarowało 61,2% osób (61,1% mężczyzn i 61,4% kobiet), w tym, co najmniej raz w miesiącu – 6,6%. Odsetek chodzących do kina mieszkańców miast wyniósł 68,5% (69,2% mężczyzn, 67,8% kobiet), a mieszkających na wsi – 49,4% osób (48,5% mężczyzn, 58,3% kobiet).

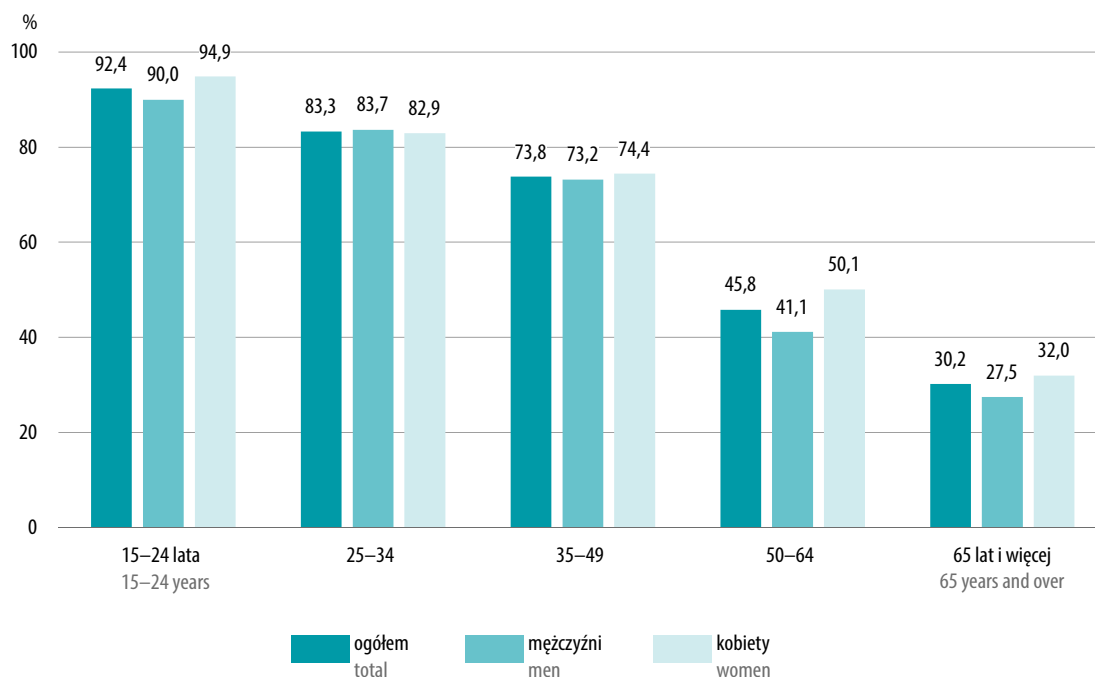
**Tablica 14. Chodzący do kina według grup społeczno-ekonomicznych**  
Table 14. Cinema attendees by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		razem total	pracowników employees			rolni- ków farmers	pracują- cych na własny rachu- nek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
			na stanowiskach in		razem total			emery- tów retirees	renci- stów pen- sioners	
			robotni- -czych manual labour posi- tions	niero- bot- ni- czych non- manual labour posi- tions						
		w % in %								
Ogółem Grand total	A	45,0	55,4	42,1	72,1	22,7	63,1	26,0	26,8	22,4
	B	61,2	73,1	62,9	83,4	44,4	80,3	36,3	37,1	30,7
Ogółem = 100 Grand total = 100										
1–3 razy w roku 1-3 times a year	A	29,3	64,5	72,6	58,7	79,6	60,6	71,5	73,1	63,7
	B	34,9	39,0	38,5	39,5	32,0	43,6	25,9	27,0	18,1
Co najmniej raz w miesiącu At least once a month	A	3,8	9,0	5,5	11,6	2,2	11,4	6,6	6,1	8,8
	B	6,6	8,9	4,0	13,8	2,0	7,0	2,8	2,6	4,1

Odsetek osób chodzących do kina był najwyższy wśród osób z wykształceniem wyższym – 85,6% (84,4% mężczyzn, 86,5% kobiet), a najniższy wśród osób z pozostałym wykształceniem – 45,2%, zarówno wśród mężczyzn jak i kobiet, (odpowiednio 49,3% i 41,8%). Najczęściej do kina – co najmniej raz w miesiącu – chodziły osoby z wyższym wykształceniem – 12,7% (12,6% mężczyzn, 12,7% kobiet), podczas gdy najniższy odsetek osób chodzących przynajmniej raz w miesiącu do kina w grupie osób z pozostałym wykształceniem wyniósł 3,4% (4,1% mężczyzn, 2,8% kobiet).

Zarówno w miastach jak i na wsi, a także wśród kobiet i mężczyzn najwięcej chodziło do kina osób w wieku 15–24 lata. Odsetek osób w tym wieku uczęszczających do kina wyniósł 92,4% i obniżał się w kolejnych grupach wieku, by w grupie osób w wieku 65 lat i więcej osiągnąć 30,2%. Podobnie było wśród mieszkańców miast (odpowiednio 96,1% i 37,7%), jak i wsi (odpowiednio 87,4% i 13,0%), a także wśród kobiet (odpowiednio 97,5% i 39,6%) i mężczyzn (odpowiednio 97,5% i 34,7%). Wśród uczęszczających do kina co najmniej raz w miesiącu najwyższy odsetek odnotowano w grupie wiekowej 15–24 lata (15,2%), czyli osób uczących się, studiujących lub rozpoczynających karierę zawodową, natomiast w pozostałych grupach wiekowych wahał się on od 2,2% do 8,8%. Według typu gospodarstwa domowego odnotowano największy odsetek osób chodzących do kina wśród gospodarstw pracowników na stanowiskach nierobotniczych (83,4%) w tym przynajmniej raz w miesiącu lub więcej 13,8%.

**Wykres 13. Uczęszczający do kina według płci i grup wieku w 2019 r.**  
 Chart 13. Cinema attendees by sex and age group in 2019



Komputer jest w dzisiejszych czasach nieodłącznym elementem życia człowieka wykorzystywanym zarówno w celach zawodowych, jak i rozrywkowych. Poprzez możliwość łączenia się z Internetem i dostępność do różnorodnych mediów zwiększa możliwości uczestnictwa jego użytkowników w kulturze.

W 2019 r. używanie komputera deklarowało 71,9% osób w wieku 15 lat lub więcej (75,4% mężczyzn i 68,6% kobiet), o 9,4 p. proc. więcej niż w 2014 r. Wyższy był odsetek osób korzystających z komputera w miastach niż na wsi (76,6% wobec 64,2%). Odsetek mężczyzn korzystających z komputera był wyższy od odsetka kobiet zarówno w miastach (81,2% wobec 72,5%), jak i na wsi (66,4% wobec 61,9%). Najwięcej osób korzystało z komputera w grupie osób z wykształceniem wyższym – 93,8%, zarówno wśród mężczyzn jak i kobiet, najmniej natomiast w grupie osób z pozostałym wykształceniem – 50,1%. Im wyższy był wiek osób, tym niższy odnotowano odsetek osób korzystających z komputera – od 98,8% w grupie wieku 15–24 lata do 32,5% w grupie wieku 65 lat i więcej. W domu korzystało z komputera 70,6% osób (w tym codziennie 42,9%), w pracy lub w szkole 33,4% (w tym codziennie 19,8%), a w innym miejscu 19,4%. Komputer posiadało 72,8% gospodarstw domowych a 75,8% z nich korzystało z Internetu. Spośród grupy osób deklarujących używanie komputera, w domu korzystało z tego urządzenia 70,6% osób (74,3% mężczyzn i 67,2% kobiet), w tym codziennie – 42,9% osób (45,9% mężczyzn i 40,2% kobiet), a w tym 4,0% – ponad 4 godziny dziennie.

Odsetek osób korzystających z komputera w domu, wśród mieszkających w miastach, był wyższy niż u osób mieszkających na wsi (75,2% wobec 63,0%, w tym codziennie – 46,9% wobec 36,5%). W zbiorowości osób deklarujących korzystanie z komputera, odsetek używających go w domu wyraźnie spadał wraz z rosnącym wiekiem użytkowników i wahał się od 96,5% w grupie wiekowej 15–24 lata do 32,2% wśród osób w wieku 65 lat i więcej (wśród mężczyzn – od 97,9% do 36,9%, wśród kobiet – od 95,0% do 29,1%). Podobnie, w przypadku korzystania z komputera w domu codziennie, odsetek osób wahał się od 14,5% w grupie wiekowej 65 lat i więcej do 75,1% w grupie wiekowej 15–24 lata. Z ogółu osób korzystających z komputera, 33,5% wykorzystywało go w pracy lub w szkole (w miastach 38,7%, na wsi – 24,9%), w tym codziennie – 19,8% (w miastach – 23,3%, na wsi – 14,0%).

Odsetek kobiet korzystających z komputera w szkole lub w pracy był nieco niższy niż odsetek mężczyzn (36,0% wobec 31,1%) także wśród korzystających z komputera codziennie. Spośród mieszkańców miast, w pracy lub w szkole używało komputera 42,2% mężczyzn oraz 35,6% kobiet, a spośród mieszkańców wsi 26,4% mężczyzn i 23,4% kobiet. Najwyższy odsetek korzystających z komputera w pracy lub szkole był w grupie osób z wykształceniem wyższym – 65,0%, a najniższy – 8,5% w grupie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym. Z ogólnej liczby osób korzystających z komputera, 33,5% używało go w ramach realizacji zajęć zawodowych lub szkolnych (35,5% mężczyzn oraz 31,6% kobiet), w tym codziennie – 17,5% (mężczyzn – 16,8%, a kobiet o 1,3 p. proc. więcej). W miastach do celów zawodowych lub szkolnych komputer wykorzystywało 38,7% osób (42,2% mężczyzn, 35,6% kobiet), a na wsi – 26,4% (27,7% mężczyzn, 25,3% kobiet). W celach zawodowych lub szkolnych komputer najczęściej wykorzystywały osoby z wykształceniem wyższym (63,6%), a najrzadziej – z wykształceniem zasadniczym zawodowym (9,2%). W grupie osób w wieku 15–24 lata komputera w ramach zajęć szkolnych używało 75,2% osób.

**Tablica 15. Korzystający z komputera według celu i grup społeczno-ekonomicznych**

Table 15. Computer users by purpose of use and socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolni- ków farmers	pracują- cych na własny rachu- nek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			emery- tów retirees	renci- stów pen- sioners	
			robotni- czych manual labour posi- tions	niero- botni- czych non- manual labour posi- tions						
		w % in %								
Ogółem Grand total	A	62,5	76,8	67,7	85,3	50,9	84,0	32,7	33,6	28,7
	B	71,9	84,3	76,9	91,8	65,5	91,0	42,3	42,4	41,7
Ogółem = 100 Grand total = 100										
Zajęcia zawodowe lub szkolne Professional/ school activities	A	46,9	50,7	33,5	67,2	33,5	63,2	21,7	19,9	30,1
	B	33,5	44,5	25,5	63,9	24,2	56,6	6,4	5,9	9,5
Kształcenie się/po- głębianie wiedzy Education and deepening the knowledge	A	57,4	58,3	46,4	69,7	55,8	67,0	44,9	43,6	51,4
	B	45,1	54,1	39,3	69,2	39,2	64,8	22,0	22,2	20,5
Rozrywka Entertainment	A	85,4	86,7	86,0	87,5	85,2	85,0	78,7	78,1	81,4
	B	63,0	75,4	67,7	83,4	57,1	79,5	34,2	33,9	36,6
Inny cel Other purpose	A	59,2	59,1	57,6	60,9	65,9	54,3	60,4	59,9	62,9
	B	54,9	64,2	57,2	71,3	54,1	67,6	31,9	31,7	33,0

W celu kształcenia się lub pogłębiania wiedzy, z komputera korzystało 45,1% osób (48,4% mężczyzn i 42,2% kobiet), w tym codziennie – 11,3%. Można zauważyć znaczny spadek w porównaniu z 2014 r. odpowiednio o 12,3 p. proc. ogółem i 10,6 p. proc. w przypadku korzystających codziennie. W miastach w celach edukacyjnych korzystało z komputera 50,3% osób (55,4% mężczyzn i 45,8% kobiet), a na wsi –

36,8% (37,5% mężczyzn, 36,0% kobiet), w tym codziennie – 13,1% osób mieszkających w miastach wobec 8,3% mieszkańców wsi.

Wśród osób korzystających z komputera do celów kształcenia najwyższy odsetek odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym (74,0%). Najwyższy odsetek osób wspomagających swoją edukację przy pomocy komputera odnotowano w najmłodszej grupie wieku 15–24 lata – 84,3% (83,9% mężczyzn i 84,7% kobiet). Odsetek ten zmniejszał się w poszczególnych grupach wieku i w grupie osób liczących 65 lat i więcej wyniósł 16,5%. Natomiast w celach rozrywkowych korzystało z komputera 63,0% osób (w miastach 67,7%, na wsi 55,4%), w tym codziennie – 25,9% (w miastach 28,0%, na wsi 22,6%). Zarówno w miastach, jak i na wsi, a także niezależnie od poziomu wykształcenia odsetek mężczyzn używających komputera do celów rozrywkowych, w tym codziennie, był wyższy niż odsetek kobiet. Komputera w celach rozrywkowych używało 67,0% mężczyzn i 59,4% kobiet (w miastach 73,5% wobec 62,7%, na wsi 57,0% wobec 53,8%, w tym codziennie w miastach 31,9% wobec 24,6%, a na wsi 24,9% wobec 20,3%). Najwyższy odsetek korzystających z komputera w celach rozrywkowych odnotowano w grupie osób z wykształceniem wyższym – 83,4%, zarówno wśród mężczyzn (86,0%), jak i kobiet (81,3%). Najniższy odsetek był w grupie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym – 45,2%.

Częstotliwość korzystania z komputera w celach rozrywkowych obniżała się wraz z wiekiem. Najwięcej i najczęściej korzystali z komputera w tym celu najmłodszy – 94,4% użytkowników w wieku 15–24 lata (w tym 58,5% korzystających codziennie), a najmniej 24,6% osób w najstarszej grupie wiekowej 65 lat i więcej (w tym codziennie – 7,3% osób).

W 2019 r. z Internetu korzystało 75,8% osób w wieku 15 lat lub więcej, tj. o 13,6 p. proc. więcej niż w 2014 r., a spośród nich codziennie – 51,1%, tj. o 10,1 p. proc. więcej w porównaniu z 2014 r. (mężczyźni 78,6%, w tym codziennie – 53,2%, kobiety 73,3%, w tym codziennie – 49,2%). W miastach z Internetu korzystało 80,5% osób, tj. o 12,6 p. proc., więcej niż w 2014 r. (w tym codziennie – 55,1%), a na wsi – 68,3%, tj. o 15,1 p. proc. więcej w porównaniu z 2014 r. (w tym codziennie – 44,7%).

**Tablica 16. Korzystający z Internetu według grup społeczno-ekonomicznych**

Table 16. Internet users by socio-economic group

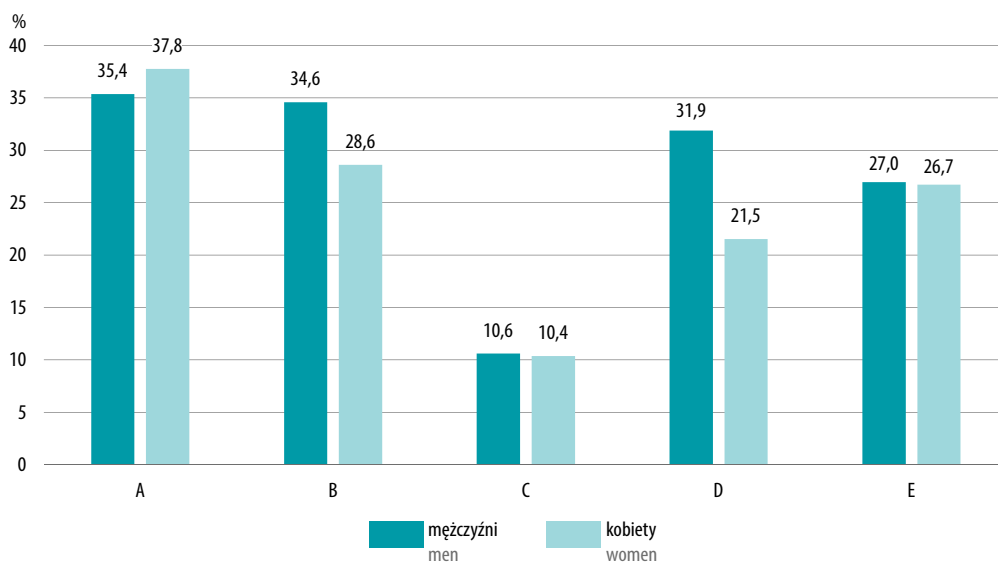
Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees			rolni- ków farmers	pracują- cych na własny rachu- nek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners			
		razem total	na stanowiskach in				razem total	emery- tów retirees	renci- stów pen- sioners	
			robotni- czych manual labour posi- tions	niero- botni- czych non- manual labour posi- tions						
		w % in %								
Ogółem Grand total	A	62,2	76,7	67,3	88,5	50,5	84,6	32,2	33,0	28,8
	B	75,8	88,3	82,5	94,1	69,3	92,9	46,6	46,7	46,2
w tym codzien- nie of which every day	A	36,0	44,9	35,4	56,7	25,4	56,6	16,2	16,5	15,0
	B	51,1	62,4	54,9	70,0	43,3	69,3	24,5	24,2	26,7

Zarówno wśród mieszkańców miast jak i wsi odnotowano wyższy odsetek mężczyzn korzystających z Internetu (odpowiednio 84,1% i 70,0%) niż kobiet (odpowiednio 77,3% i 66,6%). Najwyższy odsetek korzystających z Internetu – 99,0% był w grupie osób w wieku 15–24 lata, niewiele niższy zarejestrowano w przedziale wieku 25–34 lata – 98,7% osób. Odsetek ten obniżał się w kolejnych grupach wiekowych i w najstarszej grupie osób, w wieku 65 lat i więcej, wyniósł 36,2% to więcej o 17,9 p. proc. niż w 2014 r., w tym w gronie korzystających codziennie – 16,8% (w 2014 r. 8,6%).

Z Internetu korzystało 95,2% osób z wykształceniem wyższym (w tym codziennie 70,8%), podczas gdy odsetek korzystających z Internetu w grupie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym wyniósł 61,0%, a wśród osób z pozostałym wykształceniem 53,0% (w tym codziennie 39,3%).

Powody, dla których korzysta się z Internetu mogą być różnorodne, niemniej prezentowane poniżej wybrane cele, dla których osoby najczęściej wykorzystywały Internet, związane są wyłącznie z kulturą. Wyszukiwaniem informacji zamieszczanych na stronach muzeów, teatrów, kin czy bibliotek, dotyczących repertuaru, zasobów instytucji kultury, planowanych imprez oraz rezerwacją lub zakupem biletów wstępu do instytucji kultury zajmowało się 36,6% ogółu osób (35,4% mężczyzn i 37,8% kobiet), w miastach 42,5% osób, a na wsi 27,0%. Wyszukiwanie informacji związanych z kulturą deklarowało 51,3% osób w wieku 15–24 lata, a w starszych grupach wiekowych – 29,4% osób w wieku 50–64 lata i 19,0% osób w wieku 65 lat i więcej oraz 57,6% osób z wykształceniem wyższym i 20,8% z wykształceniem zasadniczym zawodowym. Słuchanie audycji radiowych i muzyki lub oglądanie programów telewizyjnych, deklarowało 31,5% badanej zbiorowości (34,6% mężczyzn i 28,6% kobiet), w miastach – 33,5%, a na wsi – 28,1%. W tym celu Internet wykorzystywało 63,9% osób w wieku 15–24 lata. Odsetek ten obniżał się wraz z wiekiem osób, zmieniając się w poszczególnych grupach wieku od 52,1% w grupie wieku 25–34 lata, czy 38,4% w grupie 35–49 lat do 18,6% wśród osób w wieku 50–64 lat i 4,8% dla osób w wieku 65 lat i więcej. Z tej formy kontaktu z kulturą korzystało 40,7% osób z wykształceniem wyższym (43,6% mężczyzn i 38,3% kobiet) i 34,1% osób z wykształceniem średnim (39,4% mężczyzn i 29,8% kobiet). Najmniejszy odsetek korzystających za pośrednictwem Internetu z tej formy aktywności kulturalnej zanotowano w grupie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym – 20,7% (22,7% mężczyzn i 18,1% kobiet).

**Wykres 14. Wybrane powody korzystania z Internetu w 2019 r.**  
Chart 14. Selected purposes for Internet use in 2019



A – wyszukiwanie informacji związanych z kulturą  
A – searching for information related to culture  
B – słuchanie radia, muzyki, oglądanie telewizji  
B – listening to the radio, music, watching TV  
C – kupowanie płyt, książek i innych wytworów kultury  
C – buying CDs, books and other cultural products

D – odtwarzanie filmów, muzyki, grania w gry komputerowe  
D – watching films, playing music, computer games  
E – czytanie on-line, pobierania plików z gazetami i czasopismami  
E – reading online, downloading files containing newspapers and magazines



Odtwarzanie lub pobieranie filmów, plików z muzyką, granie w gry komputerowe lub pobieranie gier deklarowało 26,5% ogółu osób badanych (31,9% mężczyzn i 21,5% kobiet), w miastach – 29,9%, a na wsi – 20,8%. W deklaracjach przeważali zdecydowanie ludzie młodzi – 59,5% w grupie wieku 15–24 lata i 42,1% w grupie wieku 25–34 lata. W kolejnych grupach wieku odsetki te obniżały się aż do 4,2% w gronie osób w wieku 65 lat i więcej. W aktywnościach związanych z odtwarzaniem lub pobieraniem filmów, muzyki i gier komputerowych uczestniczyły najczęściej osoby z wykształceniem wyższym (35,1%), zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn. Najniższy odsetek (15,0%) odnotowano w grupie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym, zarówno wśród kobiet i mężczyzn.

Wykorzystanie Internetu w celu czytania on-line lub pobieranie plików z gazetami lub czasopismami deklarowało 26,8% osób (27,0% mężczyzn i 26,7% kobiet) to o 2,4 p proc. więcej niż w 2014 r., w miastach – 30,1%, a na wsi – 21,4% osób w wieku 15 lat lub więcej. Najwyższy odsetek osób korzystających z tej formy czytelnictwa odnotowano w grupie osób z wykształceniem wyższym – 40,9%, zarówno wśród mężczyzn (43,5%), jak i kobiet (38,8%). Odsetek czytających on-line zmniejszał się wraz z poziomem wykształcenia. Książki, płyty lub inne wytwory kultury kupowało przez Internet 10,5% ogółu osób (10,6% mężczyzn i 10,4% kobiet), 12,7% w miastach, a 6,9% – na wsi. Odsetek osób z wykształceniem wyższym, korzystających z tej formy zakupu (24,1%) był ponad dwukrotnie wyższy niż wśród osób z wykształceniem średnim (9,2%). Najczęściej zakupów książek, płyt lub innych wytworów kultury przez Internet dokonywały osoby w wieku 35–49 lat (16,4%).

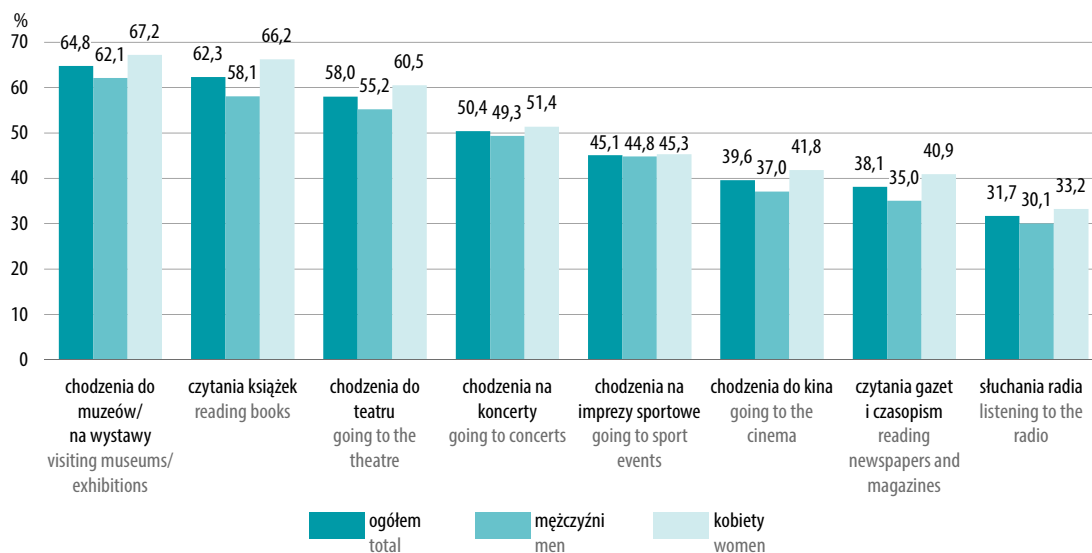
## 2.4. Opinie dotyczące zastępczej funkcji telewizji i Internetu

### 2.4. Opinions on the television and the Internet as substitutes

O ile na początku lat 90-tych ubiegłego wieku wyniki badań uczestnictwa w kulturze wskazywały wysokie przekonanie Polaków, że telewizja jest medium, które może zastąpić inne formy uczestnictwa w kulturze, o tyle te same pytania o zastępczą funkcję telewizji zadane kolejno w 2004 i 2009 r. pokazały wzrost opinii, że „telewizja nie może zastąpić ...” innych form przekazu kulturowego. Sytuacja uległa zmianie w 2014 r. kiedy to zmniejszył się odsetek osób twierdzących, że telewizja nie może zastąpić innych form uczestnictwa.

**Wykres 15. Uważający, że telewizja nie może zastąpić innych form uczestnictwa w kulturze według płci w 2019 r.**

**Chart 15. People believing that television cannot replace other forms of participation in culture by sex in 2019**



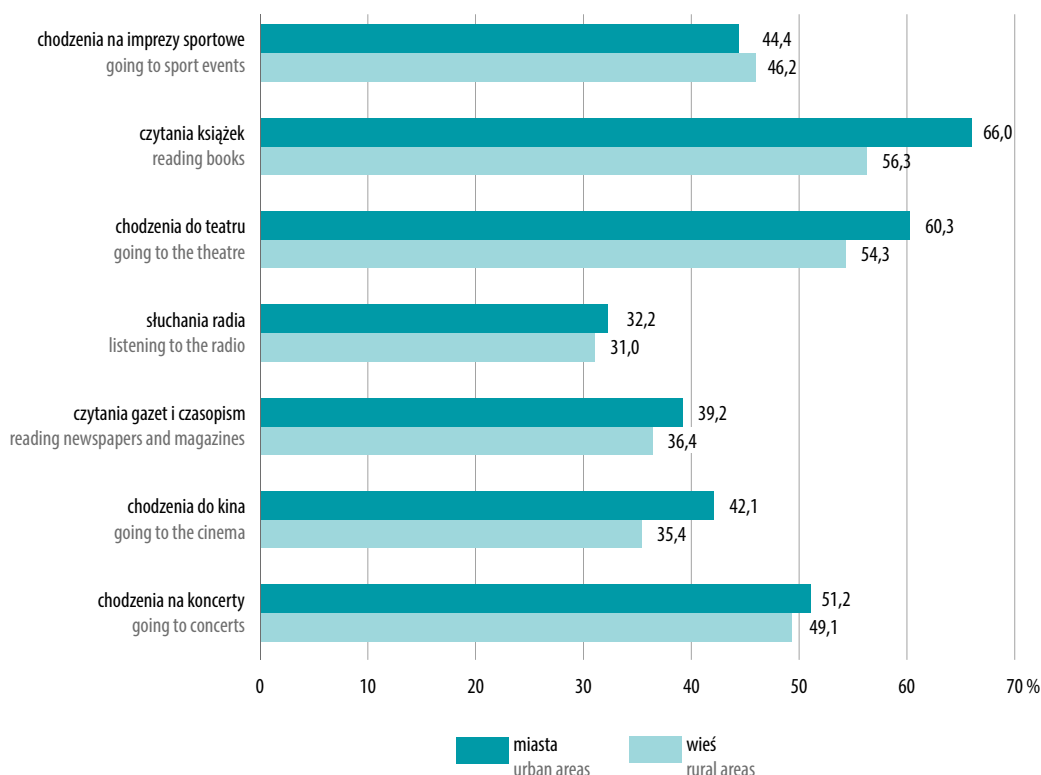


W 2019 r. nadal ponad połowa respondentów uważała, że telewizja nie może zastąpić czytania książek, chodzenia do teatru, na koncerty czy do muzeum (na wystawy). Telewizja, według ponad połowy respondentów może natomiast zastąpić takie formy uczestnictwa w kulturze jak czytanie gazet i czasopism (60,0% odpowiedzi „może częściowo” bądź „całkowicie” zastąpić), słuchanie radia (66,4%) czy chodzenie do kina (58,1%). Ponad 1/3 respondentów twierdziła, że telewizja nie może być ich substytutem. Jeśli chodzi o całkowitą możliwość zastąpienia telewizją innych form uczestnictwa w kulturze, najwięcej osób (12,8%) wskazywało słuchanie radia.

Kobiety w większym stopniu niż mężczyźni uważały, że telewizja nie może zastąpić wszystkich wymienionych form uczestnictwa w kulturze, a zróżnicowanie opinii według płci wyniosło od 0,5 p. proc. w odniesieniu do chodzenia na imprezy sportowe i 2,1 p. proc. w stosunku do udziału w koncercie do 8,1 p. proc. w przypadku czytania książek. Podobne różnice, jak w przypadku kobiet i mężczyzn, odnotowano w odniesieniu do mieszkańców miast i wsi. Osoby mieszkające w miastach w większym stopniu niż na wsi uważały, że telewizja nie może zastąpić innych z wymienionych form uczestnictwa w kulturze, za wyjątkiem uczestnictwa w imprezach sportowych (1,1 p. proc. więcej mieszkańców wsi niż miast uważało, że telewizja nie może zastąpić pójścia na imprezę sportową).

### Wykres 16. Uważający, że telewizja nie może zastąpić innych form uczestnictwa w kulturze według miejsca zamieszkania w 2019 r.

Chart 16. People believing that television cannot replace other forms of participation in culture by place of residence in 2019



W skali całego kraju opinie na temat zastępczej funkcji telewizji były relatywnie jednolite. Największe różnice odnotowano w stosunku do możliwości zastąpienia przez telewizję czytania gazet i czasopism (16,7 p. proc. między makroregionem centralnym a południowo-zachodnim), chodzenie do kina (16,0 p. proc. między makroregionem wschodnim a południowo-zachodnim) oraz chodzeniem na koncerty (14,6 p. proc. między makroregionem wschodnim a makroregionem województwo mazowieckie). Makroregionem, którego mieszkańcy byli w najmniejszym stopniu przekonani o możliwości zastąpienia telewizją innych form uczestnictwa w kulturze był makroregion południowo-zachodni. W większości ka-

tegorii (poza chodzeniem do teatru, muzeum i na koncert, gdzie makroregion plasował się na drugim, bądź trzecim miejscu) mieszkańcy tego makroregionu najczęściej deklarowali brak możliwości zastąpienia innych form uczestnictwa w kulturze telewizją.

Istotne różnice w ocenie możliwości zastąpienia przez telewizję innych form przekazu kulturalnego zaobserwowano wśród respondentów z różnych grup społeczno-ekonomicznych. W odniesieniu do wszystkich form uczestnictwa w kulturze największą akceptację zastępczej roli telewizji odnotowano w gospodarstwach rolników.

**Tablica 17. Opinie dotyczące możliwości zastąpienia przez telewizję innych form uczestnictwa w kulturze według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r.**

Table 17. Opinions on the television as a substitute of other forms of participation in culture by socio-economic group in 2019

Wyszczególnienie Specification		Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of							
			pracowników employees			rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
			razem total	na stanowiskach in				razem total	emerytów retirees	rencistów pensioners
				robotniczych manual labour positions	nirobotniczych non-manual labour positions					
			w % in %							
Czytanie książek Reading books	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	35,5	34,4	40,5	28,2	45,4	30,1	36,3	35,5	41,7
	nie może zastąpić cannot replace	62,3	63,5	56,3	70,7	52,7	69,3	60,9	62,0	53,9
Czytanie gazet i czasopism Reading newspapers and magazines	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	60,0	59,6	62,1	57,0	65,5	60,8	57,7	57,2	61,3
	nie może zastąpić cannot replace	38,1	38,2	35,4	41,0	33,4	39,2	40,2	41,0	34,6
Chodzenie do kina Going to the cinema	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	58,1	56,8	60,4	53,2	62,8	56,6	59,2	59,2	59,1
	nie może zastąpić cannot replace	39,6	41,5	36,9	46,1	34,5	43,1	36,6	36,7	35,9

**Tablica 17. Opinie dotyczące możliwości zastąpienia przez telewizję innych form uczestnictwa w kulturze według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r. (dok.)**

Table 17. Opinions on the television as a substitute of other forms of participation in culture by socio-economic group in 2019 (cont.)

Wyszczególnienie Specification		Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
			pracowników employees				rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
			razem total	na stanowiskach in		razem total			emerytów retirees	rencistów pensioners	
				robotniczych manual labour positions	nirobotniczych non-manual labour positions						
				w % in %							
Chodzenie do teatru Going to the theatre	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	37,9	36,1	40,9	31,2	43,8	35,1	39,8	39,1	44,8	
	nie może zastąpić cannot replace	58,0	60,3	53,7	67,0	51,3	64,2	54,3	55,1	49,0	
Chodzenie do muzeów/na wystawy Visiting museums/exhibitions	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	31,1	29,8	33,4	26,1	32,5	29,9	31,9	31,7	33,0	
	nie może zastąpić cannot replace	64,8	66,4	61,2	71,7	64,8	67,9	62,1	62,7	58,1	
Chodzenie na imprezy sportowe Going to sport events	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	50,9	49,7	50,5	48,8	51,9	49,9	52,6	52,5	53,3	
	nie może zastąpić cannot replace	45,1	47,4	46,0	48,8	44,3	49,2	40,1	40,5	37,8	
Słuchanie radia Listening to the radio	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	66,4	65,7	68,5	62,8	71,0	65,2	65,9	65,4	69,5	
	nie może zastąpić cannot replace	31,7	32,5	29,4	35,7	28,1	34,4	31,3	32,0	27,0	
Chodzenie na koncerty Going to concerts	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	46,0	45,4	48,8	41,9	48,2	43,1	46,6	46,1	49,9	
	nie może zastąpić cannot replace	50,4	51,7	47,4	56,1	49,1	56,6	47,1	47,8	42,4	

Wydawać być się mogło, że rozwój Internetu w ostatnich latach i poszerzenie oferty kulturalnej dostępnej on-line przełoży się na wysokie odsetki respondentów przyznających Internetowi zastępczą rolę w stosunku do różnych form przekazu kulturalnego, a także „wypychanie” telewizji jako ważnego środka przekazu treści kulturalnych. Jednak w większości przypadków respondenci w większym stopniu mieli wątpliwości co do zastępczej funkcji Internetu niż telewizji. Jedynie w przypadku czytania gazet i czasopism oraz słuchania radia więcej osób było skłonnych przyznać, że Internet może je częściowo lub całkowicie zastąpić.

**Tablica 18. Opinie dotyczące możliwości zastąpienia przez Internet innych form uczestnictwa w kulturze według płci**

Table 18. Opinions on the Internet as a substitute of other forms of participation in culture by sex

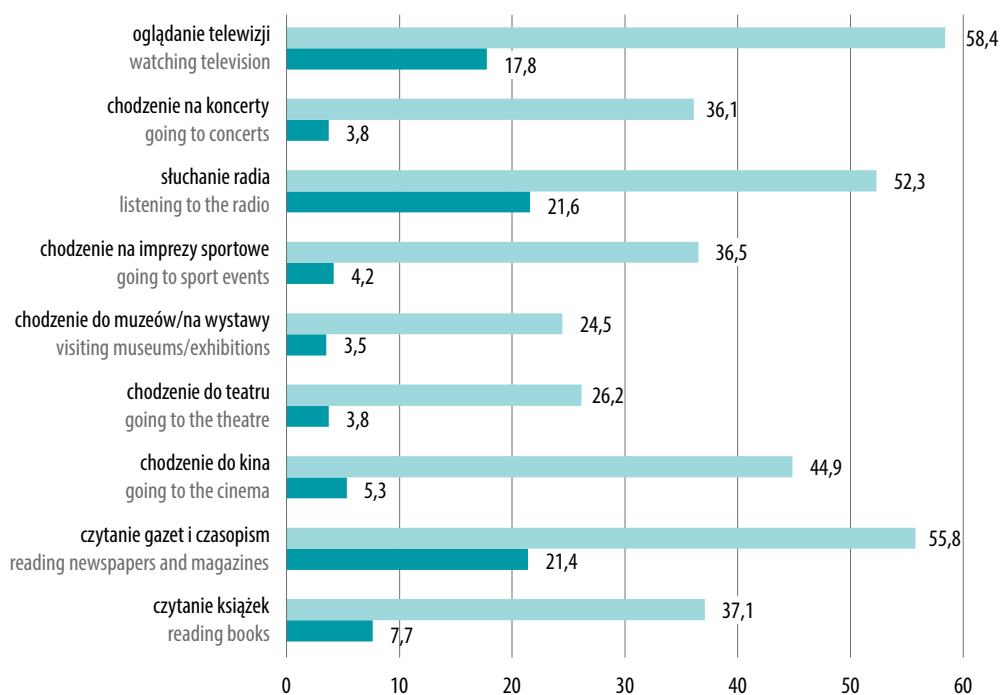
Wyszczególnienie Specification	A – 2014 B – 2019	Uważający, że Internet People believing that the Internet					
		nie może zastąpić cannot replace		może całkowicie zastąpić can replace		może częściowo zastąpić can partly replace	
		kobiety women	mężczyźni men	kobiety women	mężczyźni men	kobiety women	mężczyźni men
		w % in %					
Czytanie książek Reading books	A	56,8	47,0	5,1	9,9	37,3	41,7
	B	58,9	49,2	5,4	9,9	34,5	39,7
Czytanie gazet i czasopism Reading newspapers and magazines	A	23,7	19,9	14,4	20,1	61,3	58,5
	B	24,1	19,1	18,4	24,5	56,2	55,4
Chodzenie do kina Going to the cinema	A	52,4	44,9	4,0	6,8	42,5	46,5
	B	51,9	44,9	4,6	6,1	42,3	47,5
Chodzenie do teatru Going to the theatre	A	72,0	67,2	2,1	4,2	23,8	25,6
	B	71,0	64,1	2,8	4,7	23,8	28,5
Chodzenie do muzeów/ na wystawy Visiting museums/exhibitions	A	75,8	69,2	1,9	3,8	19,8	23,9
	B	71,9	66,5	2,6	4,5	22,8	26,1
Słuchanie radia Listening to the radio	A	25,7	21,7	19,4	23,5	54,1	53,3
	B	27,0	22,3	21,0	22,2	50,5	54,1
Chodzenie na koncerty Going to concerts	A	63,9	58,1	3,3	4,8	31,4	34,9
	B	59,8	56,3	3,1	4,5	35,0	37,3
Oglądanie telewizji Watching television	A	26,6	23,1	14,1	18,4	58,2	56,9
	B	24,5	20,2	16,5	19,0	57,5	59,3

W przeciągu ostatnich kilkunastu lat odsetek osób, które zgadzają się, że Internet<sup>4</sup> może zastąpić częściowo lub całkowicie inne formy uczestnictwa w kulturze stale rośnie. W największym stopniu dotyczy to słuchania radia – 73,9% respondentów w 2019 r. twierdziło, że Internet może być jego całkowitym lub częściowym zamiennikiem – oraz czytania gazet i czasopism (77,2%). Teatr, wystawa czy koncert są tymi obszarami kultury, co do których panuje przekonanie, że nie jest możliwe ich zastąpienie przez Internet (odpowiednio 67,6%, 69,2% i 58,0%). Również ponad połowa badanych uważała, że korzystanie z Internetu nie zastępuje czytania książek. Kobiety były tą grupą respondentów, która była bardziej sceptyczna w kwestii zastępczej funkcji Internetu. Szczególnie dotyczyło to czytania książek (9,7 p. proc. różnicy w 2019 r. między kobietami i mężczyznami twierdzącymi, że „Internet nie może zastąpić czytania książek”) oraz chodzenia do kina (7,0 p. proc. różnicy w 2019 r.).

<sup>4</sup> W badaniach w latach 2004 i 2009 pytano o zastępczą funkcję komputera.

**Wykres 17. Opinie dotyczące całkowitej lub częściowej możliwości zastąpienia przez Internet innych form uczestnictwa w kulturze w 2019 r.**

Chart 17. People believing that Internet can partly or completely replace other forms of participation in culture in 2019



**Tablica 19. Opinie na temat zastępczej funkcji Internetu według grup wieku w 2019 r.**

Table 19. Opinions on the Internet as a substitute of other forms of participation in culture by age group in 2019

Wyszczególnienie Specification		Ogółem Grand total	Grupy wieku Age group				
			15–24 lata 15–24 years	25–34	35–49	50–64	65 lat i więcej 65 years and over
			w % in %				
Czytanie książek Reading books	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	44,7	55,9	50,9	44,6	36,7	32,6
	nie może zastąpić cannot replace	54,1	43,0	47,8	54,9	61,3	66,2
Czytanie gazet i czasopism Reading newspapers and magazines	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	77,2	80,4	83,2	77,7	73,0	67,0
	nie może zastąpić cannot replace	21,7	17,5	15,8	21,6	25,5	32,0

**Tablica 19. Opinie na temat zastępczej funkcji Internetu według grup wieku w 2019 r. (dok.)**  
 Table 19. Opinions on the Internet as a substitute of other forms of participation in culture by age group in 2019 (cont.)

Wyszczególnienie Specification		Ogółem Grand total	Grupy wieku Age group				
			15–24 lata 15–24 years	25–34	35–49	50–64	65 lat i więcej 65 years and over
			w % in %				
Chodzenie do kina Going to the cinema	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	50,2	56,5	55,1	51,1	44,3	40,1
	nie może zastąpić cannot replace	48,4	41,8	43,1	48,4	53,8	58,1
Chodzenie do teatru Going to the theatre	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	29,9	37,6	33,4	28,7	27,3	20,8
	nie może zastąpić cannot replace	67,6	59,1	64,0	69,3	70,1	76,6
Chodzenie do muzeów/na wystawy Visiting museums/exhibitions	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	28,0	34,2	30,1	26,8	25,5	23,7
	nie może zastąpić cannot replace	69,2	61,7	67,0	71,4	71,0	74,3
Chodzenie na imprezy sportowe Going to sport events	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	40,7	43,9	43,4	40,0	38,9	36,5
	nie może zastąpić cannot replace	56,7	52,8	54,4	58,5	57,9	59,2
Słuchanie radia Listening to the radio	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	73,9	80,7	80,9	74,4	68,5	59,3
	nie może zastąpić cannot replace	24,7	18,3	17,6	24,7	29,4	38,4
Chodzenie na koncerty Going to concerts	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	39,9	44,3	42,5	39,1	38,2	34,4
	nie może zastąpić cannot replace	58,0	54,0	55,8	59,3	59,0	62,8
Oglądanie telewizji Watching television	może częściowo lub całkowicie zastąpić can partly or completely replace	76,2	83,6	82,1	77,5	69,5	62,5
	nie może zastąpić cannot replace	22,4	14,9	16,3	21,6	28,3	36,4

Różnice w odsetkach osób twierdzących, że Internet może lub nie może zastąpić innych form uczestnictwa w kulturze wyraźnie były widoczne także w różnych grupach wiekowych. Im starszy respondent, tym mniejsze przekonanie do zastępczej funkcji Internetu. Różnica opinii między najmłodszymi i najstar-

szymi respondentami wynosiła 8,1 p. proc. Największe zróżnicowanie opinii dotyczyło czytania książek, słuchania radia i oglądania telewizji. Opinie respondentów nie różniły się zasadniczo w poszczególnych grupach wiekowych w zależności od miejsca zamieszkania. Wyjątkiem są tu odpowiedzi najmłodszych respondentów (15–24 lata) w kwestii czytania książek (mieszkańcy miast częściej, o 10,9 p. proc., deklarowali, że „Internet nie zastąpi czytania książek”) oraz chodzenia na imprezy sportowe (mieszkańcy wsi częściej, o 12,2 p. proc., deklarowali, że „Internet nie zastąpi chodzenia na imprezy sportowe”).

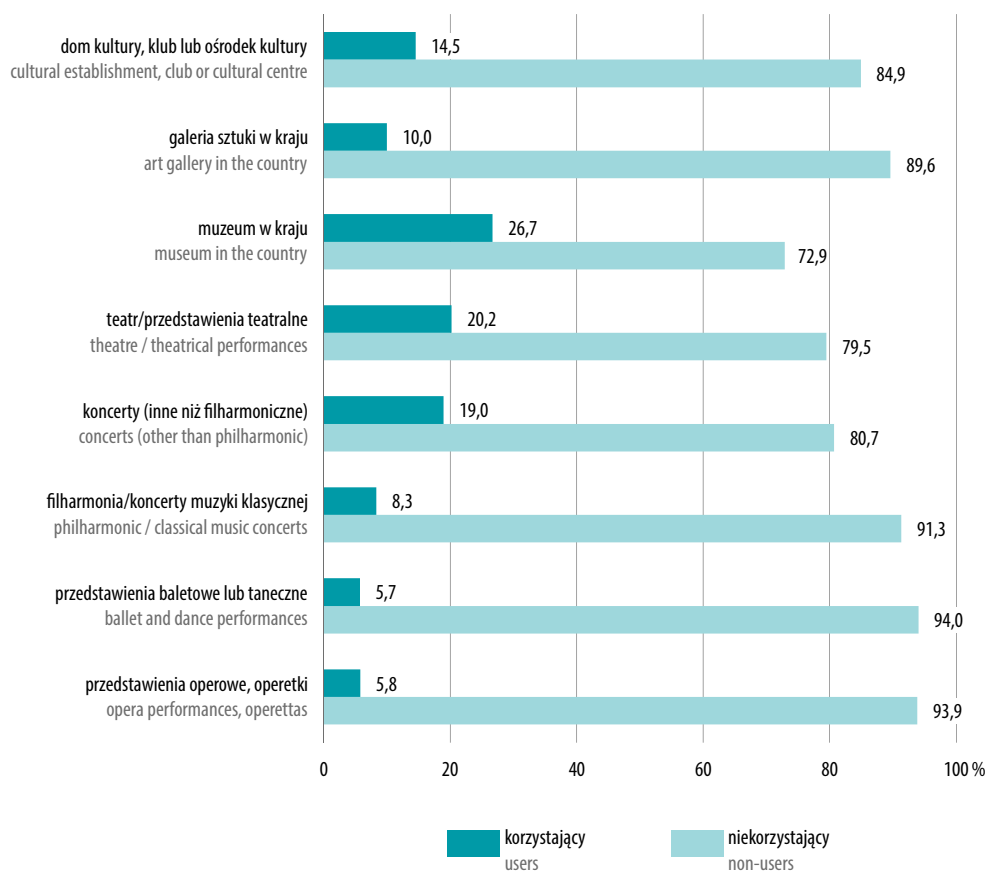
Co ciekawe opinie respondentów nie były znacząco różnicowane ani w zależności od poziomu wykształcenia, ani od typu gospodarstwa domowego – wyniki dla wszystkich grup były bardzo zbliżone.

## 2.5. Korzystanie z oferty podmiotów kultury

### 2.5. The use of the offer of cultural entities

Zgodnie z ustawą o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz. U. z 2020 r. poz. 194) formami organizacyjnymi działalności kulturalnej są w szczególności: teatry, opery, operetki, filharmonie, orkiestry, instytucje filmowe, kina, muzea, biblioteki, domy kultury, ogniska artystyczne, galerie sztuki oraz ośrodki badań i dokumentacji w różnych dziedzinach kultury. W większości przypadków są one prowadzone przez jednostki samorządu terytorialnego albo władze centralne, choć np. w przypadku kin, galerii, muzeów czy teatrów nie brakuje inicjatyw prywatnych, także komercyjnych. Korzystanie z oferty przygotowanej przez te podmioty to najczęstsza forma konsumpcji kultury instytucjonalnej.

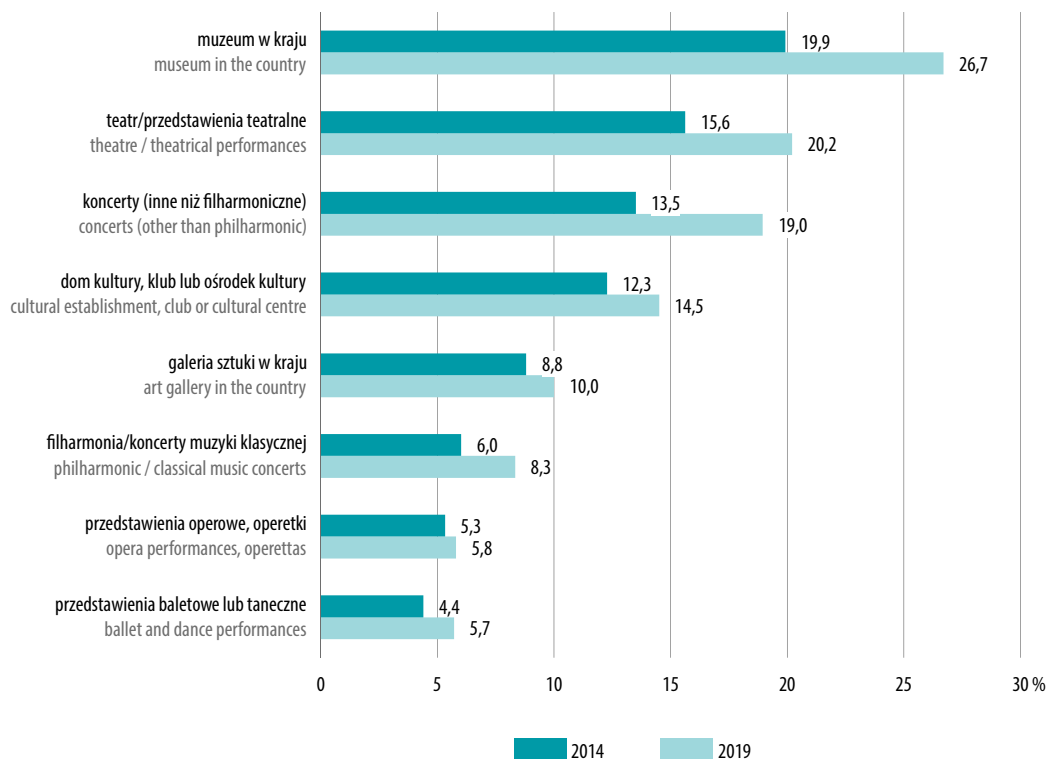
**Wykres 18.** Korzystający z oferty podmiotów kultury w 2019 r.  
Chart 18. Users of the offer of cultural entities in 2019



Wyniki badania pokazują, że Polacy w przeważającej większości nie korzystali z oferty podmiotów kultury. Największym zainteresowaniem cieszyły się wizyty w krajowych muzeach – 26,7% osób deklaroowało wizytę przynajmniej raz w roku w muzeum na terenie Polski a 10,0% w krajowej galerii sztuki; natomiast prawie 9,0% w 2019 r. odwiedziło przynajmniej raz muzeum zagranicą, a 4,0% zagraniczną galerię sztuki. 1/5 respondentów bywała także w teatrze, w większości nie częściej niż cztery razy do roku. Zainteresowanie operą, tańcem czy baletem dotyczyło 5,8% respondentów. Tylko nieco częściej (8,3%) deklarowali oni uczęszczanie do filharmonii czy na koncert muzyki klasycznej. Natomiast koncerty niefilharmoniczne były dużo bardziej popularne wśród badanych, z których 19,0% deklarowało przynajmniej jednokrotne uczestnictwo w 2019 r. Zważywszy na fakt, że w każdej gminie dostępny jest dom kultury dziwić może, że tylko 14,5% osób deklarowało korzystanie z jego oferty. Należy jednak pamiętać, że w wielu przypadkach oferta domów kultury jest nastawiona raczej na dzieci i młodzież, a wyniki analizowanego badania obejmują osoby 15-letnie i starsze. O ile jednak w przypadku pozostałych podmiotów kultury uczęszczanie do nich nie było częstsze niż cztery razy do roku (deklarujący większą częstotliwość nie przekraczali 2,0% – przy czym w przypadku muzeum było to 1,8%, teatru 1,7% ale już galerii i filharmonii o 0,6%, a opery i baletu o 0,4% i 0,2%), to korzystanie z oferty domów kultury częściej niż cztery razy do roku zadeklaroowało 4,8% badanych.

Widoczny jest pozytywny trend w zakresie korzystania z instytucjonalnej kultury. W porównaniu z wynikami badań przeprowadzonych w 2009 i 2014 r. uczęszczanie do każdego typu instytucji kultury (za wyjątkiem filharmonii, gdzie zaobserwowano nieznaczny spadek) w 2019 r. cieszyły się większą popularnością niż w latach poprzednich. Największy wzrost w stosunku do 2014 r. zaobserwowano w przypadku korzystania z muzeów – o 6,8 p. proc. oraz teatrów – o 4,6 p. proc. Większe zainteresowanie widać także, jeśli chodzi o zwiedzanie zabytków. W 2019 r. 38,5% respondentów zadeklaroowało zwiedzenie zabytków historycznych (zamków, pałaców, kościołów, zespołów parkowych). W 2014 r. było to 29,4% badanych, a w 2009 r. 29,9%.

**Wykres 19. Korzystający z oferty podmiotów kultury**  
Chart 19. Users of the offer of cultural entities

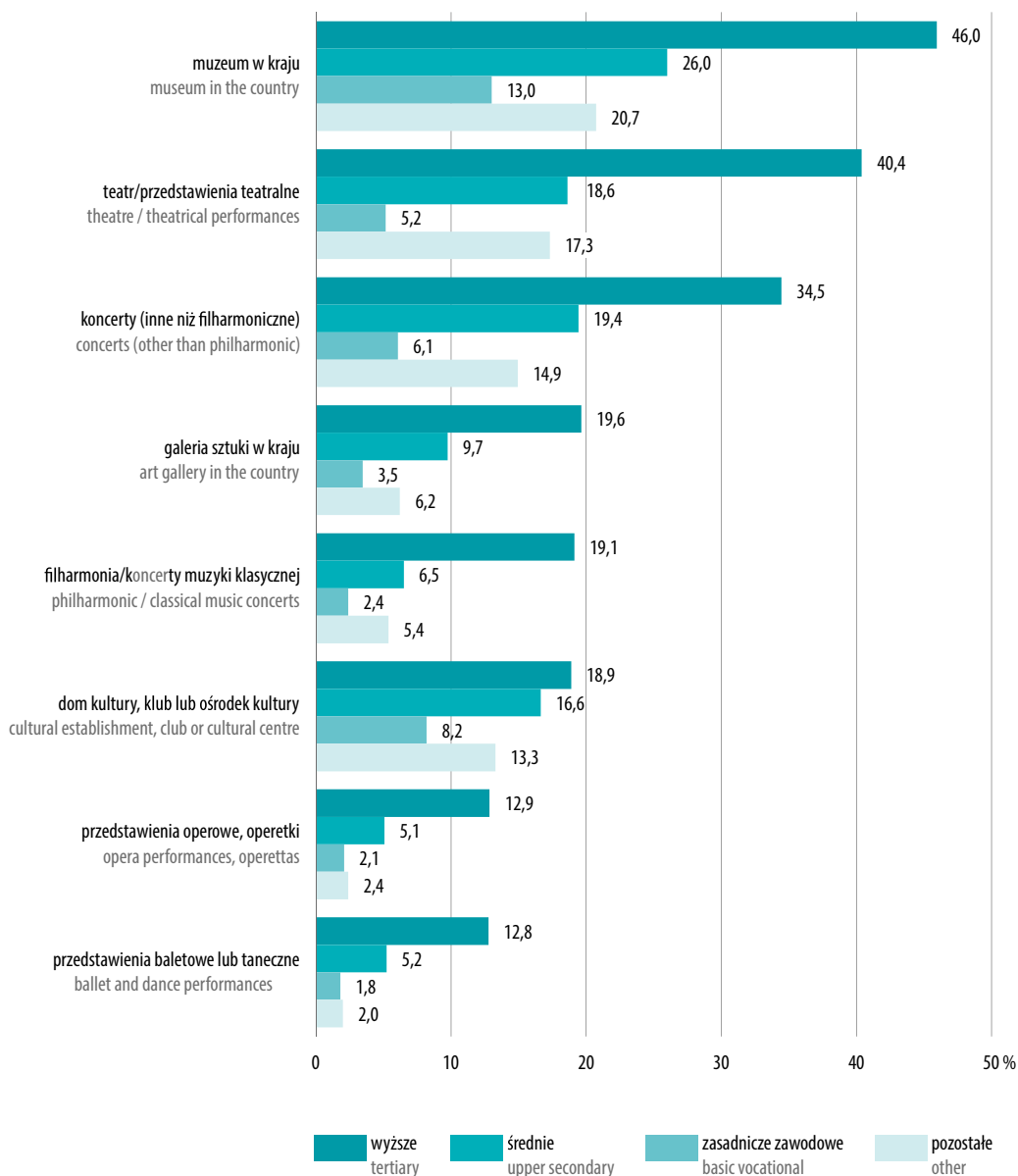




Kobiety deklarowały częstsze korzystanie z oferty podmiotów kultury niż mężczyźni jednak różnice te nie były zbyt znaczące. Wyjątkiem jest teatr, gdzie różnica (na korzyść kobiet) wyniosła 5,4 p. proc. Jeśli chodzi o filharmonię, przedstawienia baletowe, operę czy galerie sztuki różnica ta wyniosła odpowiednio: 0,8 p. proc., 2,0 p. proc., 2,2 p. proc., 1,4 p. proc.

Dużo większe różnice są widoczne, gdy porównane zostaną odpowiedzi respondentów według ich wykształcenia. Z oferty podmiotów kultury najczęściej korzystały osoby z wyższym wykształceniem. Szczególne różnice widoczne były pomiędzy osobami najlepiej i najslabiej wykształconymi w przypadku uczestnictwa w przedstawieniach operowych, baletowych i koncertach muzyki klasycznej.

**Wykres 20. Korzystający z oferty podmiotów kultury według wykształcenia w 2019 r.**  
Chart 20. Users of the offer of cultural entities by education level in 2019



**Tablica 20. Korzystający z oferty podmiotów kultury według grup społeczno-ekonomicznych**  
 Table 20. Users of the offer of cultural entities by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self-employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
		w % in %								
Opera i operetka Opera and operetta	A	5,3	5,2	1,9	9,4	0,7	9,5	5,7	6,6	2,0
	B	5,8	6,4	2,8	10,0	1,1	6,6	6,0	6,3	3,8
Balet Ballet	A	4,4	5,1	2,0	8,9	0,8	6,9	2,9	3,4	0,9
	B	5,7	6,7	2,7	10,8	1,4	6,7	4,7	4,8	3,9
Teatr dramatyczny Drama theatre	A	15,6	18,3	8,6	30,4	4,7	27,7	10,4	11,6	5,4
	B	20,2	22,6	10,5	35,0	7,4	31,7	15,8	16,3	12,7
Filharmonia Filharmonic	A	6,0	6,3	2,1	11,4	1,2	10,5	5,8	6,8	1,9
	B	8,3	9,3	3,8	14,9	3,8	10,2	7,2	7,6	4,0
Inny koncert Other concert	A	13,5	16,1	9,7	24,1	4,4	19,9	9,2	9,7	7,0
	B	19,0	22,5	11,4	33,9	10,5	27,4	11,0	10,3	15,6
Muzeum w kraju Museum in the country	A	19,9	23,0	13,1	35,4	8,1	26,0	15,7	17,3	8,9
	B	26,7	30,3	19,4	41,5	13,3	30,0	21,8	21,8	21,7
Galeria sztuki w kraju Art gallery in the country	A	8,8	9,8	3,9	17,2	3,2	13,1	7,4	8,4	3,4
	B	10,0	11,0	5,2	17,0	3,4	14,4	8,6	8,8	6,7
Zwiedzanie zabytków w kraju Visiting historical monuments in the country	A	29,4	34,3	23,2	48,3	11,3	40,3	21,9	23,5	14,9
	B	38,5	44,0	30,0	58,3	21,7	48,6	29,3	29,3	29,2

Jeśli spojrzeć na korzystanie z oferty kulturalnej według grup społeczno-ekonomicznych to widać przede wszystkim, że przy każdym typie podmiotu kultury grupą najliczniej deklarującą uczestnictwo były gospodarstwa pracowników na stanowiskach nierobotniczych. Grupą najrzadziej uczęszczającą do podmiotów kultury byli rolnicy, co może być związane m.in. z faktem dostępności oferty kulturalnej na terenach wiejskich. Rozkład geograficzny wyników badania sugeruje, że najbardziej aktywny pod względem korzystania z oferty kultury instytucjonalnej był makroregion południowo-zachodni, drugi w kolejności był makroregion województwo mazowieckie. Makroregion wschodni wypadł najsłabiej jeśli chodzi o korzystanie z takiej oferty jak opera, balet, taniec czy teatr, natomiast makroregion północno-zachodni – z oferty muzeum, galerii sztuki a także domów kultury. Mieszkańcy tego makroregionu najrzadziej również deklarowali zwiedzanie zabytków.

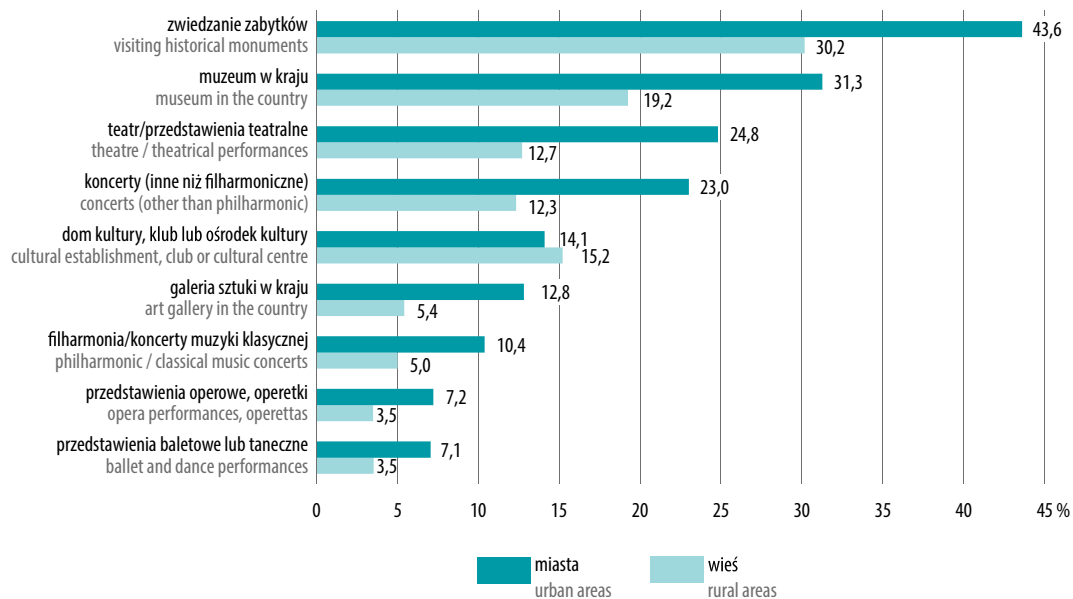
**Tablica 21. Korzystający z oferty wybranych podmiotów kultury według klasy miejscowości zamieszkania w 2019 r.**

Table 21. Users of the offer of selected cultural entities by class of locality in 2019

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Grand total	Miasta Urban areas						Wieś Rural areas
		razem total	o liczbie mieszkańców w tysiącach with inhabitants in thousand					
			poniżej 20 below 20	20–99 20-99	100–199 100-199	200–499 200-499	500 i więcej 500 and over	
			w % in %					
Opera i operetka Opera and operetta	5,8	7,2	4,1	5,8	4,6	10,0	11,6	3,5
Balet/ przedstawienie taneczne Ballet / dance performance	5,7	7,1	5,2	5,6	6,4	8,1	10,5	3,5
Filharmonia/ koncert muzyki klasycznej Philharmonic/ classical music concert	8,3	10,4	5,4	6,9	11,2	17,3	14,3	5,0
Teatr/przedstawienie teatralne Theatre / theatrical performance	20,2	24,8	16,5	19,7	23,9	29,8	36,6	12,7
Muzeum Museum	26,7	31,3	24,7	27,9	26,5	39,3	39,4	19,2
Galeria sztuki Art gallery	10,0	12,8	5,5	12,8	11,3	11,9	20,9	5,4
Zwiedzanie zabytków Visiting historical monuments	38,5	43,6	40,0	40,3	42,3	45,7	51,0	30,2

**Wykres 21. Uczęszczający do wybranych podmiotów kultury według miejsca zamieszkania w 2019 r.**

Chart 21. Attenders to selected cultural entities by place of residence in 2019



Korzystanie z oferty wybranych pomiotów kultury wydaje się być blisko powiązane z wielkością miejscowości. Im jest ona mniejsza, i w większości przypadków posiadająca w związku z tym bardziej ograniczoną ofertę kulturalną, tym mniej mieszkańców korzysta z oferty kultury instytucjonalnej. Jedynym wyjątkiem jest oferta domów, ośrodków i klubów kultury, z której korzystanie deklarowało w miastach – 14,1% a na wsi 15,2% osób.

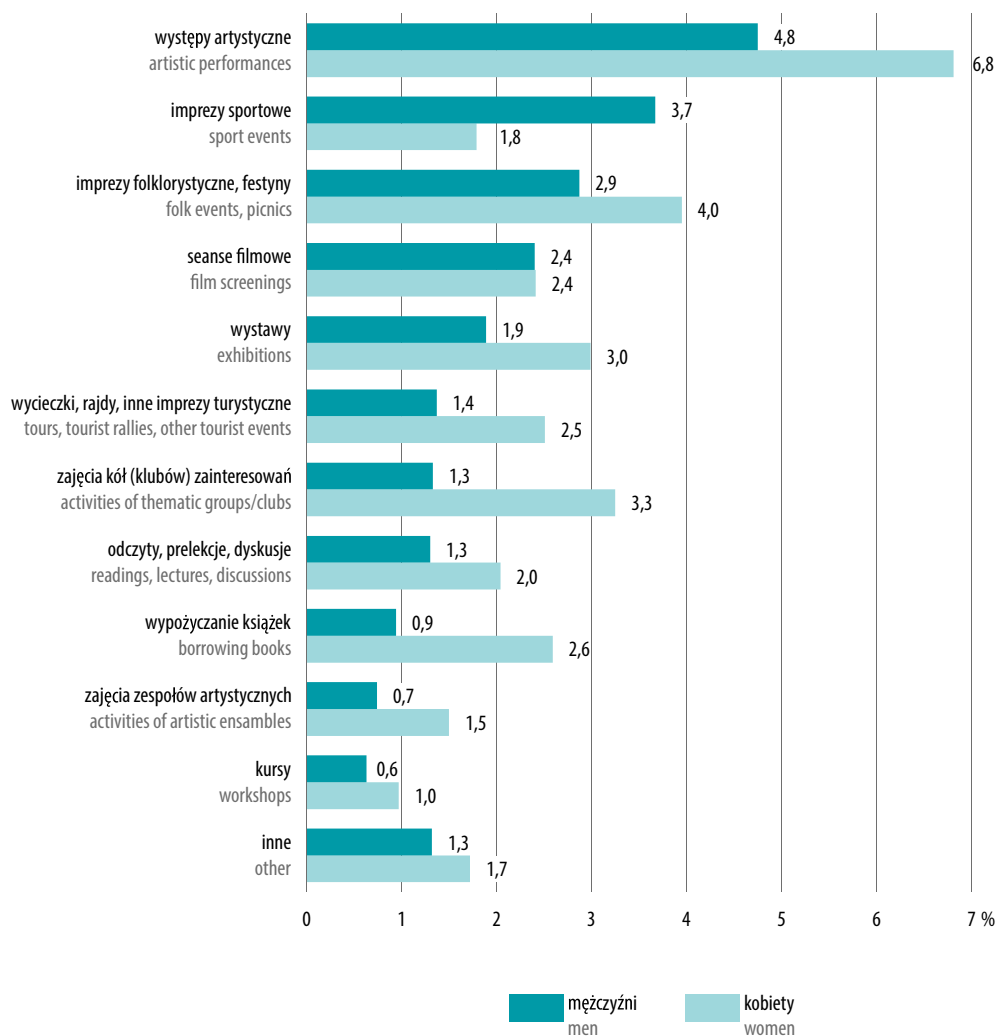
Analiza korzystających z oferty wybranych podmiotów kultury według przedziałów wiekowych pokazuje, że najbardziej aktywnie uczęszczającą grupą wiekową byli najmłodszy badani (15–24 lata), co może być związane np. z organizowaniem wyjść do podmiotów kultury w ramach zajęć szkolnych oraz aktywności studenckiej, oraz grupa 35–49 lat (co może mieć związek z większą stabilnością życiową i statusem finansowym takich osób). Najmłodszy badani najczęściej chodzili do teatru i muzeum (około 1/3 osób) oraz korzystali z oferty domów kultury (1/4 osób). Nieco rzadziej w deklaracjach uczęszczania pojawiały się galerie sztuki (16,4%). Najrzadziej wymieniane było korzystanie z oferty filharmonii, teatrów muzycznych i oper. Najstarsza grupa wiekowa (65 lat i więcej) najczęściej korzystała z ofert muzealnych (19,1% osób) oraz domów kultury (13,6% osób). Zależność między wiekiem a korzystaniem z oferty kulturalnej najwyraźniej widać było w przypadku chodzenia na koncerty niefilharmonicznie. Im osoba młodsza, tym częściej uczestniczyła w takim koncercie (w najmłodszej grupie – 35,4% osób; w grupie 25–34 lata – 22,7%; 35–49 lat – 22,5%; 50–64 lata – 12,7% i w najstarszej grupie wiekowej – 9,9%).

**Tablica 22. Korzystający z oferty wybranych podmiotów kultury według grup wieku w 2019 r.**  
Table 22. Users of the offer of selected cultural entities by age group in 2019

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Grand total	Grupy wieku Age groups				
		15–24 lata 15-24 years	25–34	35–49	50–64	65 lat i więcej 65 years or over
		w % in %				
Opera i operetka Opera and operetta	5,8	5,5	4,0	6,6	5,6	6,5
Balet/ przedstawienie taneczne Ballet / dance performance	5,7	6,5	5,1	7,0	4,9	5,0
Filharmonia/ koncert muzyki klasycznej Philharmonic/ classical music concert	8,3	11,8	6,6	9,4	7,1	7,9
Teatr/przedstawienie teatralne Theatre / theatrical performance	20,2	32,2	18,6	21,6	18,1	15,7
Muzeum Museum	26,7	37,5	27,1	31,3	23,1	19,1
Galeria sztuki Art gallery	10,0	16,4	10,4	11,0	8,1	7,3
Zwiedzanie zabytków Visiting historical monuments	38,5	46,8	41,0	46,5	34,5	27,0

Ze względu na wielość form uczestnictwa w kulturze warto przyjrzeć się jeszcze szczegółowo ofercie domów, ośrodków i klubów kultury, z której korzystało 14,5% osób. Znacznie częściej korzystały z niej kobiety niż mężczyźni. Kobiety najczęściej brały udział w występach artystycznych (6,8%), imprezach folklorystycznych i festynach (4,0%) oraz zajęciach klubów/kół zainteresowań (3,3%). Najczęstsze wybory mężczyzn były podobne, ale zamiast kół zainteresowań deklarowali oni udział w imprezach sportowych. W obu przypadkach najrzadziej deklarowaną formą aktywności, w której uczestniczyli mężczyźni i kobiety były kursy.

**Wykres 22. Uczestniczący w formach aktywności kulturalnej według płci w 2019 r.**  
 Chart 22. Participants in forms of cultural activity by sex in 2019

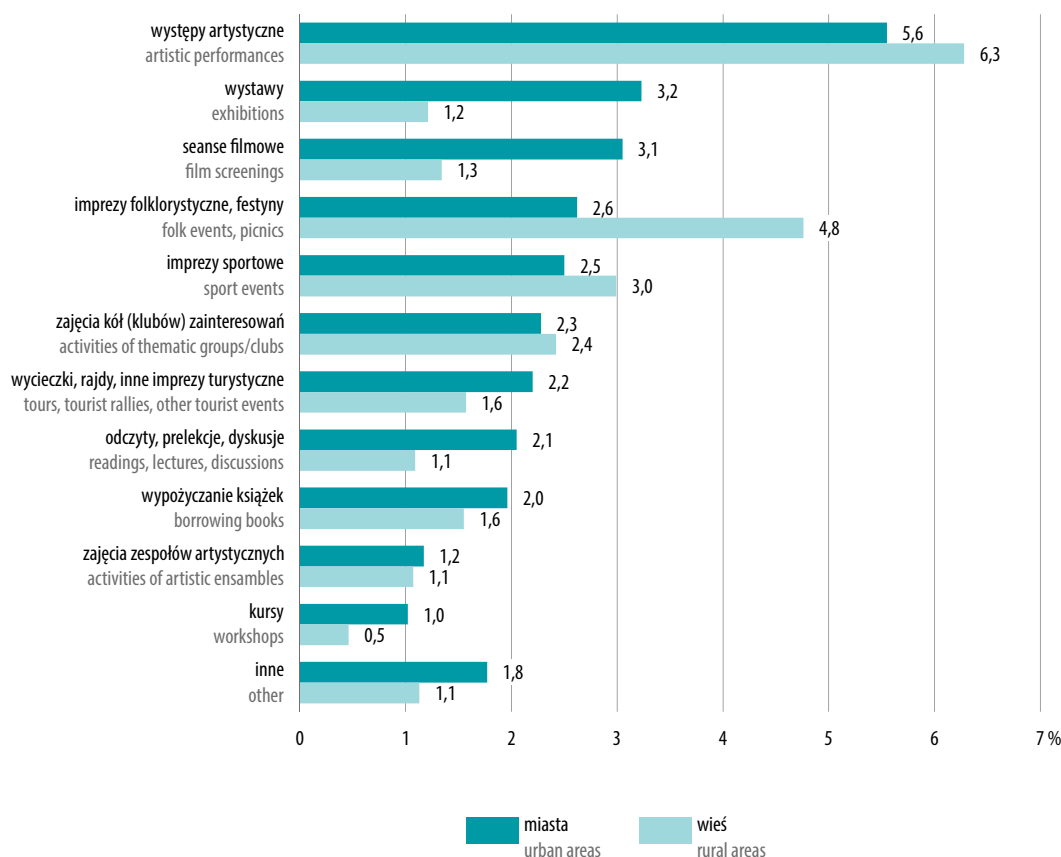


Ogólnie mieszkańcy miast i wsi wybierali nieco inne formy aktywności oferowane przez domy i ośrodki kultury, choć różnice nie były znaczące. Mieszkańcy wsi stosunkowo częściej wybierali imprezy folklorystyczne i festyny (o 2,2 p. proc.), występy artystyczne (o 0,7 p. proc), imprezy sportowe (o 0,5 p. proc.). Natomiast mieszkańcy miast częściej wybierali udział w wystawach (o 2,0 p. proc.) i seansach filmowych (o 1,8 p. proc.). Wielkość miasta nie miała natomiast wyraźnego wpływu na dokonywane przez mieszkańców wybory.

Wiek w większym stopniu wpływał na wybierane formy aktywności. Najmłodszy badani (15–24 lata) najczęściej brali udział w występach artystycznych (8,9%), imprezach sportowych (7,3%) oraz seansach filmowych (5,1%). Za wyjątkiem odczytów, prelekcji i dyskusji, ta grupa wiekowa najczęściej deklarowała uczestnictwo w ofercie domów i ośrodków kultury. Najstarsi (65 lat i więcej) również brali udział w występach artystycznych (5,1%) ale w porównaniu z innymi grupami byli bardziej aktywni w takich formach działań domów kultury jak zajęcia kół/klubów zainteresowań (3,3%), wycieczki, rajdy, inne imprezy turystyczne (2,6%), a także odczyty, prelekcje, dyskusje (2,5%).

### Wykres 23. Uczestniczący w formach aktywności oferowanych przez domy i ośrodki kultury według miejsca zamieszkania w 2019 r.

Chart 23. Participants in forms of activity offered by cultural establishments and cultural centres by place of residence in 2019



## 2.6. Uczestnictwo w wybranych formach rozrywki

### 2.6. Participation in selected forms of entertainment

Poza tradycyjnymi formami uczestnictwa w kulturze takimi jak uczęszczanie do teatrów i instytucji muzycznych, muzeów, galerii sztuki, kin czy ośrodków kultury, czas wolny wykorzystywany był także na inne formy rozrywki. W imprezach estradowych lub kabaretowych w 2019 r. wzięło udział 19,6% osób (o 1,8 p. proc. więcej niż w 2014 r.) – 20,0% mężczyzn i 19,3% kobiet. Największy odsetek bywających na przedstawieniach estradowych i kabaretowych był wśród osób w wieku 15–24 lata (26,8%) oraz osób z wykształceniem wyższym (28,1%), a najmniejszy – w grupie osób w wieku 65 lat i więcej (10,3%) oraz osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym (11,7%). Odsetek uczęszczających na imprezy estradowe i kabaretowe był wyższy wśród mieszkańców miast (21,7%) niż osób mieszkających na wsi (16,2%). Różnice w odsetkach osób uczestniczących w spektaklach estradowych i kabaretowych wyniosły 6,5 p. proc., w poszczególnych makroregionach – od 16,9% w makroregionie północnym do 23,4% w makroregionie południowo-zachodnim.

Do cyrku, na pokazy magii, akrobacji lub rewię uczęszczało 7,8% osób w wieku 15 lat lub więcej (o 1,5 p. proc. więcej w porównaniu z 2014 r.), 7,4% mężczyzn i 8,2% kobiet. Wśród mieszkańców miast udział w takich imprezach deklarowało 8,6%, a wśród mieszkańców wsi 6,7% osób. Najwyższy odsetek ogółem, uczęszczających do cyrku, na pokazy magii, akrobacji lub rewię był wśród osób z wykształceniem wyższym (10,3%), zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet (odpowiednio 8,6% i 11,8%). Z kolei najniższy odsetek ogółem zanotowano w grupie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym (5,1%),

zarówno wśród mężczyzn jak i u kobiet (5,3% i 4,8%). Wśród uczestników tych imprez przeważały osoby w wieku 15–24 lata (13,6%), natomiast najniższy odsetek – 3,3%, wystąpił w grupie osób w wieku 65 lat i więcej.

**Tablica 23. Uczestniczący w wybranych formach rozrywki według grup społeczno-ekonomicznych**  
Table 23. Participants in selected forms of entertainment by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self-employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
		w % in %								
Impreza estradowa lub kabaretowa Stage or cabaret events	A	17,8	21,0	16,4	26,8	11,9	22,5	12,3	12,9	9,7
	B	19,6	22,7	17,3	28,1	10,9	26,6	13,7	13,5	14,8
Cyrk, rodeo, rewia Circus, rodeo or other shows	A	6,3	8,7	7,5	10,3	3,9	8,2	2,0	1,8	2,6
	B	7,8	9,8	9,1	10,5	4,8	9,4	3,8	3,5	6,0
Wesołe miasteczko, park rozrywki Amusement park	A	16,0	21,3	17,3	26,3	9,3	21,3	6,2	5,9	7,4
	B	21,9	27,6	24,7	30,7	19,1	31,6	7,8	7,5	9,7
Salon gier, kasyno An arcade, casino	A	3,0	3,9	3,6	4,3	1,2	3,9	0,9	0,8	1,3
	B	5,9	7,0	6,4	7,6	4,9	8,7	3,0	2,7	4,7
Dyskoteka, klub, dancing Disco or dancing	A	25,0	31,6	27,8	36,3	21,4	31,6	10,0	9,5	12,0
	B	26,3	32,5	28,7	36,4	27,0	36,3	9,6	9,5	10,2
Przyjęcia, spotkania towarzyskie, imprezy klubowe Parties, social gatherings, club events	A	67,9	74,0	67,8	81,7	66,1	76,3	55,6	56,0	53,8
	B	66,1	72,1	64,4	80,0	67,0	77,3	51,3	51,4	50,3
Imprezy sportowe Sport events	A	22,1	28,5	26,3	31,2	16,9	27,6	10,3	9,9	12,0
	B	27,1	33,1	26,9	39,4	22,0	36,2	12,6	12,5	13,0
Festiwale Festivals	A	7,2	8,1	5,5	11,3	4,5	11,8	4,6	5,1	2,9
	B	10,1	11,8	6,6	17,1	5,8	12,0	7,0	7,2	6,3
Ogród zoologiczny, ogród botaniczny, planetarium Zoos, botanical gardens, planetariums	A	21,2	25,9	19,1	34,4	8,9	30,6	13,0	13,7	10,1
	B	24,6	30,2	22,3	38,3	14,5	34,7	13,0	12,6	16,1

Odwiedziny w lunaparkach lub parkach tematycznych deklarowało 21,9% osób (o 5,9 p. proc. więcej niż w 2014 r.), 21,8% mężczyzn i 22,0% kobiet. Wyższy odsetek odnotowano wśród mieszkańców miast (24,1%) niż wsi (18,4%). Odsetek osób z wykształceniem wyższym (30,2%) był wyraźnie wyższy niż w pozostałych grupach osób według poziomu wykształcenia. Wśród odwiedzających wesołe miasteczka i parki rozrywki przeważały osoby w wieku 25–34 lata (38,2%). Dość liczną grupę odwiedzających stanowiły

osoby w przedziale wieku 15–24 lata – 32,1%. Najniższy odsetek osób odwiedzających wesołe miasteczka zanotowano w grupie wiekowej 65 lat i więcej – 5,9%, więcej o 4,7 p. proc. niż w 2014 r.

W 2019 r. zanotowano nieznaczny wzrost odsetka osób deklarujących uczęszczanie do salonów gier lub kasyn – 5,9% osób (w 2014 r. 3,0%), 5,9% mężczyzn i 6,0% kobiet, 6,6% osób w miastach i 4,8% na wsi. Wśród osób uczęszczających do salonów gier lub kasyn przeważały osoby w wieku 15–24 lata (10,6%).

Do dyskoteki lub na dancing uczęszczało 26,3% osób (o 1,3 p. proc. więcej w porównaniu z 2014 r.). Ten rodzaj aktywności zadeklarowało 28,3% mężczyzn i 24,5% kobiet. Wyższy odsetek odnotowano wśród mieszkańców miast niż wsi (28,0% wobec 23,6%). Odsetki osób chodzących potańczyć w różnych makroregionach kraju różniły się o 8,0 p. proc. od 20,9% w makroregionie południowym do 28,9% w makroregionie województwo mazowieckie. Ta forma aktywności rozrywkowej najbardziej popularna była w młodszych grupach wiekowych. Najwyższy odsetek uczestniczących w imprezach tanecznych odnotowano w grupie osób w wieku 15–24 lata (64,0%).

W 2019 r. w różnego rodzaju przyjęciach, spotkaniach towarzyskich lub imprezach klubowych uczestniczyło 66,1% osób (mniej w porównaniu z 2014 r., o 1,8 p. proc.), w tym 30,2% uczestniczyło więcej niż 4 razy w roku. Udział w tego typu przedsięwzięciach zadeklarowało 68,1% mężczyzn i 64,4% kobiet, więcej wśród mieszkańców miast (69,2%) niż wsi (61,1%). Natomiast o 12,4 p. proc. różniły się odsetki osób uczestniczących w takich formach towarzyskich w poszczególnych makroregionach od 60,1% w makroregionie południowym do 72,6% w makroregionie województwo mazowieckie. Najwyższy odsetek uczestników różnego rodzaju przyjęć, spotkań towarzyskich lub imprez klubowych zanotowano wśród osób z wykształceniem wyższym – 78,1%, a najniższy wśród osób z pozostałym wykształceniem (53,5%) – zarówno wśród mężczyzn, jak i wśród kobiet. Najbardziej aktywnie udzielały się towarzysko osoby w wieku 15–24 lata (82,2%), a odsetek uczestniczących w imprezach towarzyskich zmniejszał się wraz z wiekiem – wśród mężczyzn i kobiet, zarówno w miastach, jak i na wsi – i był najniższy wśród osób wieku 65 lat i więcej (49,3%).

Na festiwalach muzyczne, teatralne, filmowe lub inne przeglądy w 2019 r. wybrało się 10,1% osób (o 2,9 p. proc. więcej niż w 2014 r.), wśród mężczyzn – 9,6%, a wśród kobiet – 10,6%. Wyższy odsetek uczestników festiwalu odnotowano wśród mieszkańców miast (11,6%) niż wsi (7,8%). Najwyższy odsetek widzów i słuchaczy prezentacji festiwalowych był w grupie osób z wykształceniem wyższym – 16,6%. Najniższy odsetek zanotowano w grupie osób z pozostałym wykształceniem (5,5%). Najwięcej deklaracji uczestnictwa w festiwalach było w gronie osób w wieku 35–49 lat (13,6%) a najmniej w najstarszej grupie wieku – 65 lat i więcej (6,4%).

Do ogrodu zoologicznego, ogrodu botanicznego lub planetarium w 2019 r. udało się 24,6% osób (o 3,4 p. proc. więcej w porównaniu z 2014 r.), w tym 23,2% mężczyzn i 25,9% kobiet. Więcej odwiedzających te instytucje było wśród mieszkańców miast – 28,5% niż wśród osób mieszkających na wsi – 18,2%, zarówno wśród mężczyzn (27,3% wobec 16,8%), jak i wśród kobiet (29,6% wobec 19,6%). Między poszczególnymi makroregionami odnotowano różnicę 14,2 p. proc. między odsetkami osób deklarującymi bywanie w ogrodzie zoologicznym, ogrodzie botanicznym lub planetarium – od 18,5% w makroregionie wschodnim do 32,7% w makroregionie województwo mazowieckie. Najwyższy odsetek osób, które uczęszczały do ogrodu zoologicznego, ogrodu botanicznego lub do planetarium wystąpił w grupie osób z wykształceniem wyższym – 39,7% i obniżał się do 13,8% wraz z poziomem wykształcenia w grupie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz osób z pozostałym wykształceniem, zarówno wśród mężczyzn (z 37,5% do 13,9%), jak i kobiet (z 41,4% do 13,8%). Wśród osób w wieku 25–34 lata odnotowano najwyższy odsetek osób odwiedzających ogrody zoologiczne, ogrody botaniczne lub planetaria (35,5%), a najniższy odsetek odnotowano w grupie wieku 65 lat i więcej (12,2%).

Widzami na różnego rodzaju imprezach sportowych było 27,1% osób (więcej o 5 p. proc. w porównaniu z 2014 r.), w tym 37,0% mężczyzn i 18,0% kobiet, a także 28,3% mieszkańców miast i 25,1% mieszkańców wsi. Uczęszczanie na imprezy sportowe to przede wszystkim domena mężczyzn – w 2019 r. 37,0% mężczyzn było na takich imprezach (o 4,9 p. proc. więcej w porównaniu z 2014 r.), w tym 8,4% mężczyzn częściej niż 4 razy w roku. Znacznie mniejszy był odsetek kobiet oglądających imprezy sportowe – 18,0% (o 3,0 p. proc. więcej niż w 2014 r.). Największy udział uczęszczających na imprezy sportowe odnotowano w grupie wieku 15–24 lata – 55,9%, zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet. Odsetek widzów na imprezach sportowych obniżał się wraz z wiekiem osób i w grupie liczącej 65 lat i więcej wyniósł 9,5%.



## Rozdział 3

### Chapter 3

## Pamięć zbiorowa

### Collective memory

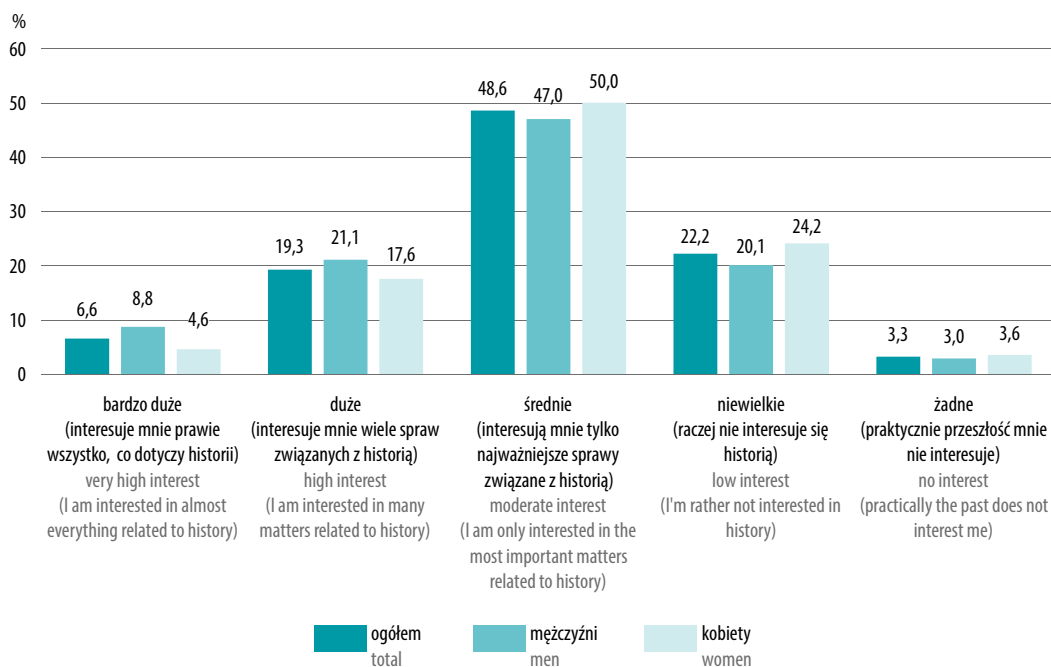
Pamięć zbiorowa to rodzaj pamięci społecznej, odnoszącej się do historii, wiedzy o przeszłości swojej rodziny, kultury, tradycji, przekazów ustnych, języka, gwary, zwyczajów, obrzędów, rytuałów, czy strojów. W zakresie badania uczestnictwa ludności w kulturze, zagadnienie to po raz pierwszy pojawiło się w badaniu za 2019 r. Respondenci zostali poproszeni o określenie stopnia zainteresowania historią, wiedzy o przeszłości swojej rodziny oraz znaczenia tradycji i zwyczajów. Blok tematyczny uzupełniono także o pytania dotyczące posiadania w domu biało-czerwonej flagi oraz sposobu obchodzenia Święta Niepodległości.

### 3.1. Zainteresowanie historią

#### 3.1. Interest in history

Blisko połowa osób (48,6%) określiła swoje zainteresowanie historią jako średnie, tzn. stwierdziła, że interesuje się tylko najważniejszymi sprawami związanymi z historią. Co czwarta osoba (25,9%) interesowała się przeszłością w dużym lub bardzo dużym stopniu – 19,3% osób interesowało wiele spraw związanych z historią, a 6,6% interesowało prawie wszystko co dotyczy historii. Również co czwarta osoba stwierdziła, że historia ma dla niej niewielkie znaczenie lub wręcz nie ma żadnego (odpowiednio 22,2% i 3,3%).

**Wykres 24.** Zainteresowanie historią w 2019 r.  
**Chart 24.** Interest in history in 2019

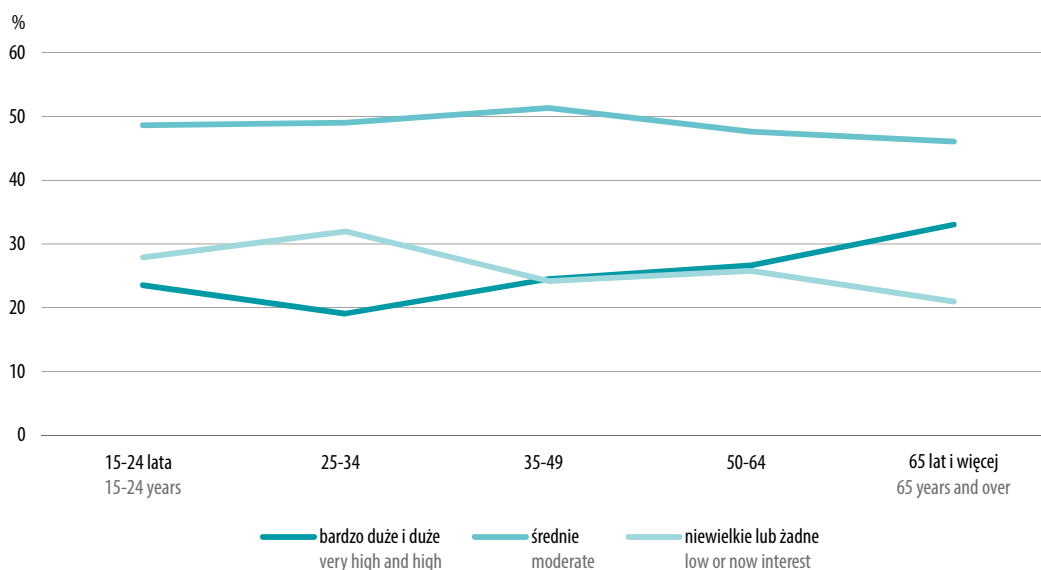


Dużym i bardzo dużym zainteresowaniem historią częściej wykazywali się mężczyźni niż kobiety (29,9% wobec 22,2%) oraz mieszkańcy miast niż wsi (29,0% wobec 20,9%). W przypadku miast o liczbie mieszkańców 500 tys. i więcej, odsetek osób twierdzących, że interesuje je prawie wszystko co dotyczy historii, był blisko 2,5-krotnie wyższy niż w przypadku wsi. Najczęściej historią w dużym i bardzo dużym stopniu interesowali się mieszkańcy makroregionu południowo-zachodniego – blisko co trzeci mieszkaniec, podczas gdy np. makroregionu północno-zachodniego – co piąty.

Im wyższy poziom wykształcenia, tym częściej osoby deklarowały, że interesują się historią w dużym lub bardzo dużym stopniu. Odsetek osób z wykształceniem wyższym wykazujących duże zainteresowanie historią był 2-razy wyższy niż w przypadku osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym, a wykazujących bardzo duże zainteresowanie historią – 3-razy wyższy. Wraz z wiekiem, począwszy od grupy wiekowej 25–34 lata, zwiększał się odsetek osób interesujących się historią w dużym lub bardzo dużym stopniu, a zmniejszał odsetek osób, których historia interesowała niewiele lub wcale.

### Wykres 25. Zainteresowanie historią według grup wiekowych w 2019 r.

Chart 25. Interest in history by age group in 2019

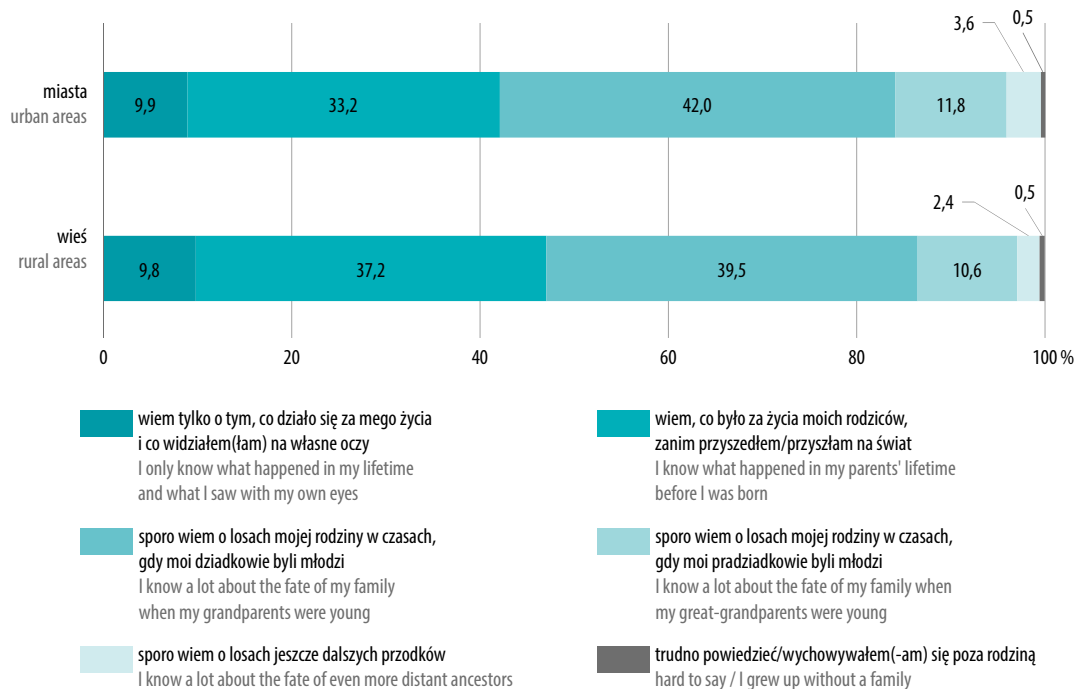


Biorąc pod uwagę typ gospodarstwa domowego, najwyższy odsetek osób określających swoje zainteresowanie historią jako duże lub bardzo duże dotyczył gospodarstw pracowników na stanowiskach nierobotniczych (32,2%). W najliczniejszej grupie respondentów, tj. średnio interesujących się historią, dominowały przede wszystkim osoby z gospodarstw pracujących na własny rachunek (53,6%).

Na zainteresowanie historią przekłada się także poziom wiedzy o przeszłości swojej rodziny. W badaniu przeprowadzonym w 2019 r. respondenci najczęściej wskazywali (41,0% ogólnej liczby osób), że posiadają sporą wiedzę o losach swojej rodziny do pokolenia dziadków, tj. do czasu gdy dziadkowie byli młodzi. O losach swojej rodziny w czasach młodości pradiadków wiedziało blisko 4-krotnie mniej osób (11,4%), a o losach dalszych przodków wiedzę posiadało zaledwie 3,2% osób. Struktura odpowiedzi na pytanie o to, jak daleko w przeszłość sięga wiedza o swojej rodzinie, była podobna zarówno wśród mężczyzn jak i kobiet. Natomiast, mieszkańcy wsi rzadziej niż mieszkańcy miast posiadali wiedzę o przeszłości swojej rodziny sięgającą pokolenia dziadków (39,5% wobec 42,0%), częściej – pokolenia rodziców (37,2% wobec 33,2%).

Wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia, wiedza o losach swojej rodziny była głębsza, tzn. sięgała bardziej w przeszłość. Odsetek osób, które sporo wiedziały o swojej rodzinie do pokolenia dziadków, był o 9,6 p. proc. wyższy wśród osób z wyższym wykształceniem niż wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym, a do pokolenia pradiadków – o 7,3 p. proc.

**Wykres 26. Wiedza o przeszłości rodziny w 2019 r.**  
 Chart 26. Knowledge of person's own family history in 2019



Na pytanie o to, czy zdarza się respondentowi rozmawiać, dyskutować na temat przeszłości w kręgu rodziny, 45,4% osób stwierdziło, że „tak, od czasu do czasu”, a 36,4% – „rzadko” lub „nigdy”. Tylko co szósta osoba często rozmawiała na temat historii w kręgu rodzinnym – częściej kobiety niż mężczyźni (19,2% wobec 15,8%) oraz mieszkańcy miast niż wsi (19,9% wobec 13,8%). Często na temat przeszłości w kręgu rodziny dyskutowała co czwarta osoba z wyższym wykształceniem, podczas gdy np. z wykształceniem zasadniczym zawodowym – co ósma.

## 3.2. Znaczenie i kultywowanie tradycji

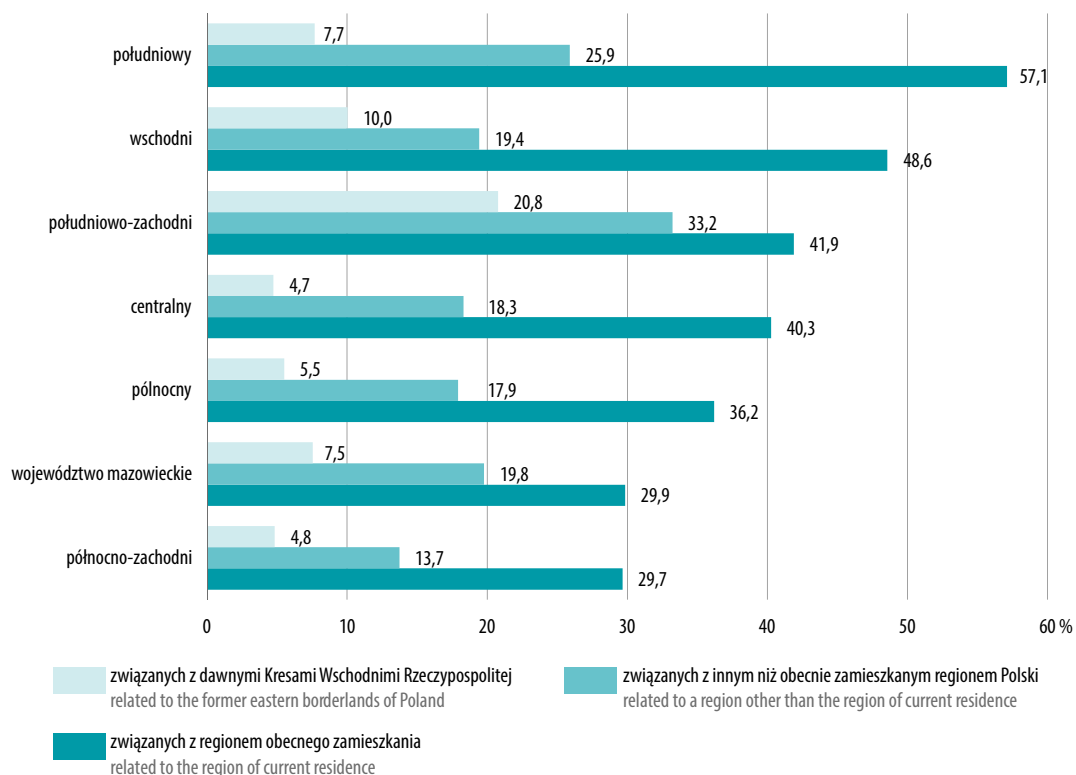
### 3.2. Importance and cultivation of traditions

Tradycje są elementem niematerialnego dziedzictwa, ważnym dla określonej grupy społecznej i w związku z tym kultywowanym i przekazywanym z pokolenia na pokolenie. Tradycja może mieć charakter narodowy, regionalny czy rodzinny. Na tradycję składają się, obok zwyczajów, obrzędów, rytuałów, także przekazy ustne (podania, legendy), język, gwara, pieśni, tańce czy stroje.

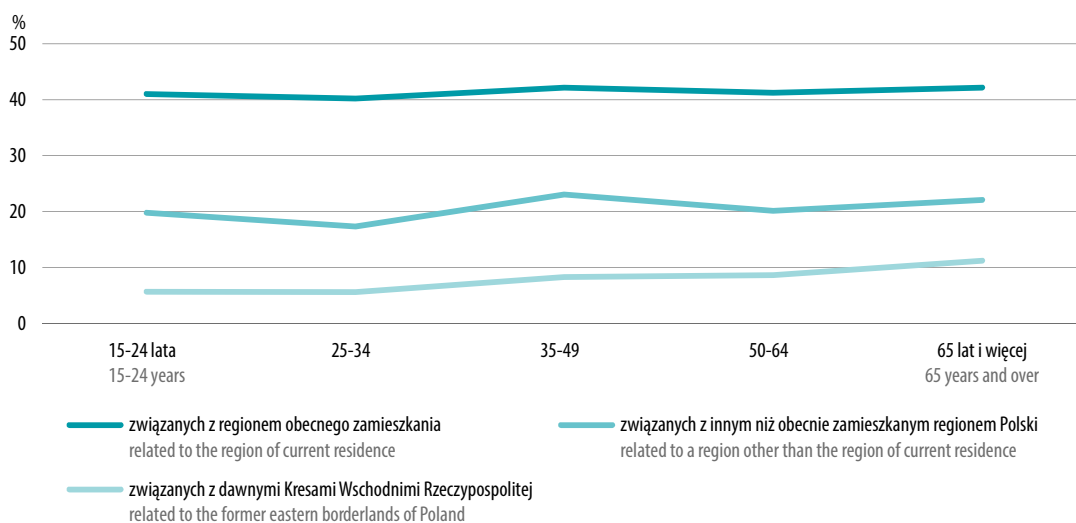
Z ogólnej liczby osób zapytanych o kultywowanie tradycji w najbliższej rodzinie, 41,5% stwierdziło, że kultywuje tradycje związane z regionem obecnego zamieszkania, 20,9% – z innym niż obecnie zamieszkanym regionem Polski w aktualnych granicach, a 8,3% – z dawnymi Kresami Wschodnimi Rzeczypospolitej.

Najwyższy odsetek osób kultywujących tradycje związane z regionem obecnego zamieszkania (57,1%) odnotowano wśród mieszkańców makroregionu południowego, najniższy natomiast (29,7%) wśród mieszkańców makroregionu północno-zachodniego. Do pielęgnowania tradycji związanych z innym niż obecnie zamieszkanym regionem Polski w aktualnych granicach oraz z dawnymi Kresami Wschodnimi Rzeczypospolitej najczęściej przyznawali się mieszkańcy makroregionu południowo-zachodniego, co może być związane z historią przesiedleńczą tych terenów.

**Wykres 27. Osoby kultywujące tradycję w najbliższej rodzinie według makroregionów w 2019 r.**  
 Chart 27. People cultivating traditions in their immediate family by macroregions in 2019



**Wykres 28. Osoby kultywujące tradycję w najbliższej rodzinie według grup wiekowych w 2019 r.**  
 Chart 28. People cultivating traditions in their immediate family by age group in 2019



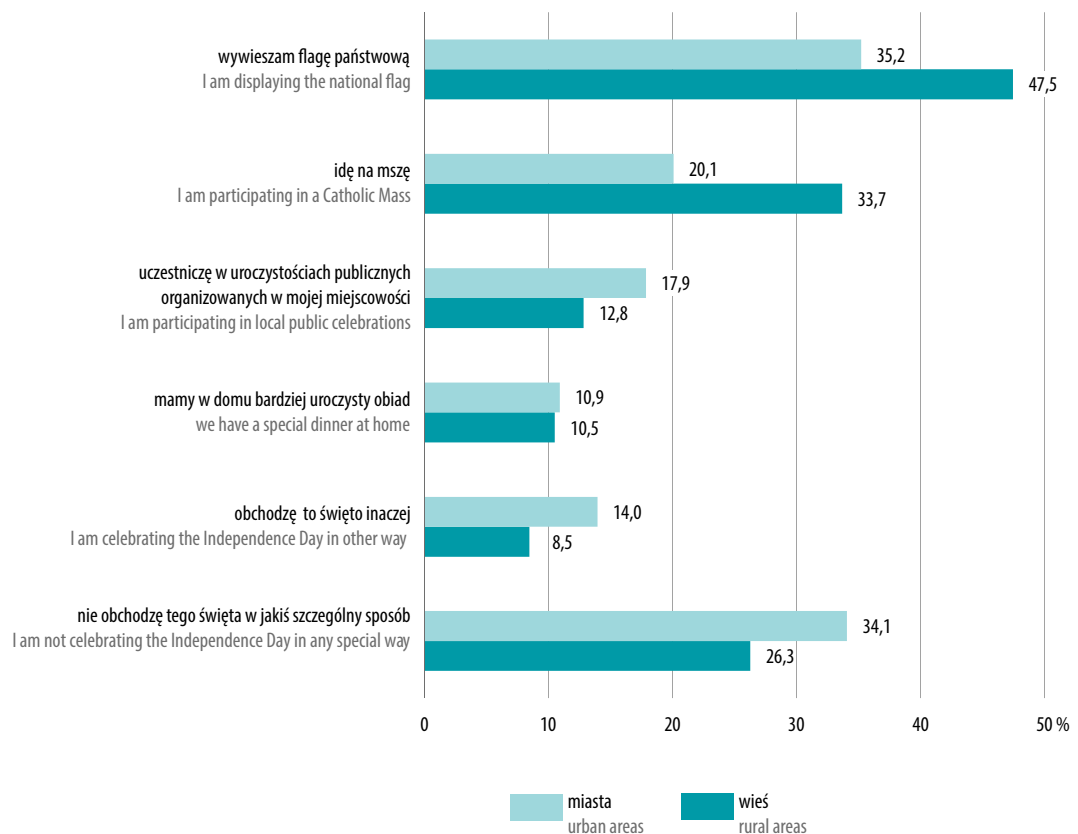
W przypadku pytania o kultywowanie tradycji związanych z regionem obecnego zamieszkania, odsetek pozytywnych odpowiedzi kształtował się na podobnym poziomie, niezależnie od wieku czy wykształcenia. Natomiast wyraźne różnice dało się zauważyć w przypadku pytania o kultywowanie tradycji związanych z dawnymi Kresami Wschodnimi Rzeczypospolitej – odsetek pozytywnych odpowiedzi był

2-krotnie wyższy wśród starszych osób (w wieku 65 lat i więcej) niż w przypadku osób w wieku 15–24 lata (11,2% wobec 5,7%) oraz wśród osób z wykształceniem wyższym niż zasadniczym zawodowym (12,4% wobec 6,7%).

Kultywowanie tradycji związanych z regionem obecnego zamieszkania miało duże lub bardzo duże znaczenie dla 1/3 osób, kultywowanie tradycji związanych z innym niż obecnie zamieszkanym regionem Polski – dla 14,8% osób, a tradycji związanych z dawnymi Kresami Wschodnimi – dla 5,5% osób.

Na pytanie o posiadanie w domu biało-czerwonej flagi ponad połowa osób (59,5%) zadeklarowała jej posiadanie. Biało-czerwoną flagę częściej posiadali mieszkańcy wsi niż miast (66,9% wobec 54,9%) oraz najczęściej osoby z wykształceniem wyższym (66,7%). Natomiast, wywieszanie flagi państwowej w Święto Niepodległości 11 listopada deklarowało 39,9% osób i była to najczęstsza forma osobistego obchodzenia tego święta. Oprócz wywieszania flagi, 25,3% osób obchodziło Święto Niepodległości przez pójście na mszę, a 16,0% uczestniczyło w uroczystościach publicznych organizowanych w miejscowości zamieszkania. Blisko 1/3 osób nie obchodzi Święta Niepodległości w jakiś szczególny sposób – częściej taki pogląd wyrażali mieszkańcy miast niż wsi (34,1% wobec 26,3%).

**Wykres 29. Sposób obchodzenia Święta Niepodległości 11 listopada według miejsca zamieszkania w 2019 r.**  
Chart 29. Ways to celebrate the Independence Day on November 11 by the place of residence in 2019



## Rozdział 4

### Chapter 4

## Działalność amatorska i hobbystyczna

### Amateur and hobby activities

W 2019 r. wiele osób realizowało działalność hobbystyczną i brało udział w różnych formach aktywności artystycznej, nie związanych z prowadzoną działalnością zawodową, realizowanych indywidualnie lub grupowo w domu, szkole, zakładzie pracy, w instytucji kultury lub innych instytucjach.

**Tablica 24. Realizujący wybrane formy działalności hobbystycznej według grup społeczno-ekonomicznych**

Table 24. People having selected forms of hobby by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019		Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of							
			pracowników employees			rolni- ków farmers	pracu- jących na własny rachu- nek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
			razem total	na stanowiskach in				razem total	emery- tów retirees	renci- stów pen- sioners
				robot- niczych manual labour posi- tions	niero- botni- cznych non- manual labour posi- tions					
w % in %										
Fotografia amatorska Amateur photography	A	5,6	6,7	3,6	10,6	1,7	8,5	3,5	3,6	2,8
	B	4,4	5,3	2,6	7,9	3,6	7,0	2,4	2,4	2,6
Grafika komputerowa Computer graphics	A	2,8	3,6	2,5	5,0	1,4	3,0	1,1	1,0	1,9
	B	3,0	3,6	2,2	5,1	2,9	5,4	1,0	1,2	-
Zajęcia plastyczne Art classes	A	4,3	4,3	3,0	5,8	2,4	5,9	4,0	3,9	4,8
	B	4,1	4,1	3,2	5,0	3,2	4,9	3,9	3,8	4,1
Zajęcia muzyczne Music classes	A	2,5	2,9	1,9	4,0	1,0	4,0	1,9	2,2	0,5
	B	3,0	3,4	2,0	4,9	0,7	4,1	2,1	2,2	1,9
Taniec Dancing	A	4,0	4,8	3,7	6,2	1,9	6,2	2,0	1,8	3,0
	B	3,7	4,2	3,3	5,0	2,7	6,1	2,3	1,9	5,2
Kolekcjonerstwo Collecting items	A	2,2	2,0	1,3	2,9	1,5	4,1	2,2	2,3	1,9
	B	2,1	2,0	1,4	2,6	0,7	2,9	2,3	2,3	2,3
Majsterkowanie Tinkering	A	8,2	8,6	9,4	7,6	12,8	8,1	6,5	6,8	5,2
	B	9,6	10,6	9,2	12,1	11,6	12,9	6,1	5,8	8,5

We wszystkich dziedzinach (z wyjątkiem majsterkowania, działalności w amatorskim zespole artystycznym oraz działalności w grupie zajmującej się rekonstrukcją wydarzeń historycznych) odsetek hobbystów był wyższy wśród mieszkańców miast niż wsi. W zajęciach o charakterze artystycznym wyższy był odsetek kobiet (z wyjątkiem zajęć muzycznych i amatorskiego filmu), natomiast w dziedzinach o charakterze technicznym przeważali mężczyźni.

Najbardziej popularną formą uprawiania hobby było majsterkowanie, któremu poświęcało swój czas wolny 9,6% osób w wieku 15 lat lub więcej. Majsterkowanie jest niewątpliwie domeną męską (18,6% uprawiających je mężczyzn wobec 1,3% kobiet). Wśród mężczyzn najwyższy odsetek majsterkowiczów odnotowano w gospodarstwach pracujących na własny rachunek (23,9%), a wśród kobiet – w gospodarstwach pracowników (1,7%). Więcej osób zajmowało się majsterkowaniem na wsi (11,2%) niż w miastach (8,6%), szczególnie wśród mężczyzn (21,9% wobec 16,4%). Najwyższy odsetek osób uprawiających majsterkowanie był w makroregionie wschodnim i makroregionie centralnym, po 12,2%, a najniższy – 5,0% w makroregionie północno-zachodnim.

Fotografią amatorsko zajmowało się 4,4% osób (4,3% mężczyzn i 4,5% kobiet). Odsetek mężczyzn zajmujących się fotografią w miastach był wyższy niż na wsi (odpowiednio 6,3% i 1,2%). Również więcej było kobiet zajmujących się fotografią w miastach – 5,1% niż na wsi – 3,5%. Fotografią zajmowało się 8,9% osób z wykształceniem wyższym, oraz 1,0% osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym.

Grafiką komputerową zajmowało się 3,0% osób (5,1% mężczyzn i 1,1% kobiet), w miastach 3,6% a na wsi 2,1%. Najwyższy odsetek amatorów tej działalności, obniżający się w kolejnych grupach wieku (zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet), odnotowano u osób w wieku 15–24 lata (10,4%) oraz w grupie osób z wykształceniem wyższym (4,8%).

Muzyką (grą na instrumencie, śpiewem) – indywidualnie lub grupowo – zajmowało się 3,0% osób (3,4% mężczyzn i 2,7% kobiet), 3,9% mieszkańców miast i 1,5% osób mieszkających na wsi, najczęściej osoby z wykształceniem wyższym (5,6%), a najrzadziej z wykształceniem zasadniczym zawodowym (1,5%). Z ogółu gospodarstw domowych 21,9% posiadało co najmniej jeden instrument muzyczny, wśród których najpopularniejsza była gitara – posiadała ją 10,3% gospodarstw. Najmniej popularne w gospodarstwach domowych były skrzypce (1,1%).

Tańcem zajmowało się 3,7% osób (2,0% mężczyzn i 5,3% kobiet). Odsetek osób zajmujących się tańcem był najwyższy w grupie wiekowej 15–24 lata (8,3%) i obniżał się w kolejnych grupach do 1,9% wśród osób w wieku 65 lat i więcej.

Różnymi dziedzinami sztuk plastycznych (malarstwo, rzeźba, tkactwo, ceramika itp.) zajmowało się 4,1% osób (0,9% mężczyzn wobec 7,1% kobiet). W miastach plastyką pasjonowało się 4,4% osób, a na wsi 3,7%. Według typu gospodarstwa domowego przeważały gospodarstwa pracowników na stanowiskach nierobotniczych – 5,0% osób, podczas gdy najmniejszy odsetek wśród biorących udział w zajęciach plastycznych zarejestrowano wśród gospodarstw rolników i gospodarstw pracowników na stanowiskach robotniczych – po 3,2% osób. Największy odsetek osób pasjonujących się plastyką odnotowano wśród osób z wyższym wykształceniem – 6,1%, a najmniejszy – 2,1% w grupie osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym.

Pisanie (pamiętnika, bloga, wierszy, powieści itp.) deklarowało 2,2% osób (1,4% mężczyzn i 2,9% kobiet). Odsetek osób zajmujących się pisaniem był najwyższy w grupie wieku 15–24 lata (5,3%) oraz wśród osób z wykształceniem wyższym (4,6%).

Kolekcjonerstwem pasjonowało się 2,1% osób (3,2% mężczyzn i 1,1% kobiet), więcej w miastach – 2,7% niż na wsi – 1,2%. Pod względem wieku, najwyższy odsetek osób zajmujących się kolekcjonerstwem zanotowano w grupie wieku 35–49 lat (2,6%), a najmniejszy w grupie wieku 50–64 lata i wśród osób w wieku 65 lat i więcej (po 1,9%). W makroregionie południowo-zachodnim był najwyższy odsetek kolekcjonerów (4,0%), a najniższy – w makroregionie centralnym – 1,0% osób.

W większości form działalności hobbystycznej odsetek osób w wieku 15–24 lata był najwyższy (z wyjątkiem osób pasjonujących się majsterkowaniem i kolekcjonerstwem).

## Rozdział 5

### Chapter 5

## Opinie dotyczące wykorzystania czasu wolnego

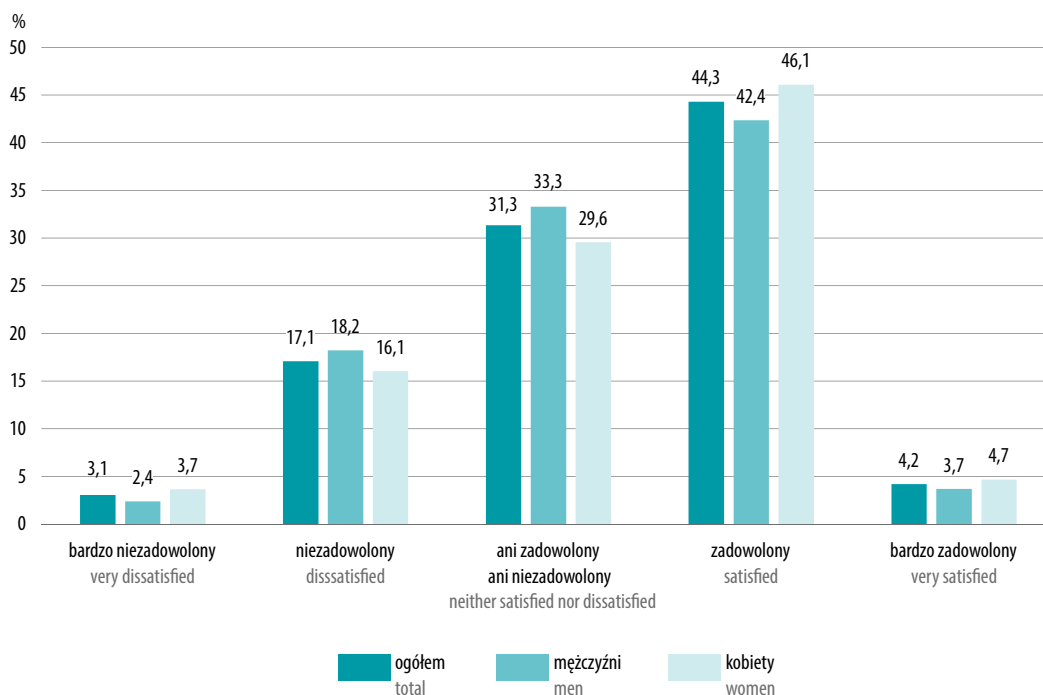
### Opinions on the use of free time

Jednym z elementów badania uczestnictwa ludności w kulturze była ocena ilości posiadanej przez respondentów czasu wolnego i sposobów jego spędzania oraz wykorzystania czasu w ciągu dnia powszedniego.

W 2019 r. blisko połowa osób w wieku 15 lat lub więcej (48,5%) była zadowolona lub bardzo zadowolona z posiadanej przez siebie ilości wolnego czasu, przy czym częściej taką opinię wyrażały kobiety niż mężczyźni (50,7% wobec 46,1%). Odsetek osób wyrażających neutralną opinię dotyczącą ilości posiadanej czasu wolnego („ani zadowolonych ani niezadowolonych”) wyniósł 31,3% i był wyższy wśród mężczyzn niż wśród kobiet (33,3% wobec 29,6%). Niezadowolonych z ilości posiadanej czasu było 17,1%, a bardzo niezadowolonych – 3,1%. Mieszkańcy miast częściej niż mieszkańcy wsi wyrażali zarówno pozytywne opinie na temat ilości posiadanej przez siebie czasu wolnego (49,4% wobec 47,0%), jak i opinie negatywne (21,5% wobec 18,0%). Z kolei mieszkańcy wsi częściej niż mieszkańcy miast deklarowali ocenę neutralną (35,0% wobec 29,1%).

W porównaniu z wynikami poprzedniego badania uczestnictwa ludności w kulturze w 2014 r., odsetek osób wyrażających zadowolenie z posiadanej przez siebie ilości czasu wolnego pozostał na tym samym poziomie. Nastąpiło natomiast przesunięcie części ocen negatywnych na rzecz ocen neutralnych – odsetek ocen negatywnych zmniejszył się o 4,2 p. proc., a neutralnych wzrósł o 4,0 p. proc.

**Wykres 30. Zadowolenie z ilości czasu wolnego w 2019 r.**  
Chart 30. Satisfaction with the amount of free time in 2019





Najwyższy odsetek osób niezadowolonych i bardzo niezadowolonych z ilości posiadanego przez siebie czasu wolnego odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym (28,9%), zarówno wśród mężczyzn jak i kobiet (odpowiednio 28,6% i 29,1%). Z kolei najwyższy odsetek osób zadowolonych i bardzo zadowolonych z posiadanego czasu wolnego odnotowano wśród osób z wykształceniem co najwyżej gimnazjalnym (59,7%), zarówno wśród mężczyzn (58,0%), jak i kobiet (61,2%). Najwyższy odsetek ocen negatywnych zarejestrowano też w grupie osób w wieku 25–34 lata (32,0%), a najwięcej ocen pozytywnych dotyczących ilości posiadanego czasu wolnego – co wydaje się być oczywiste – w grupie osób w wieku 65 lat i więcej (76,7%).

Biorąc pod uwagę typ gospodarstwa domowego, najwyższy odsetek osób niezadowolonych i bardzo niezadowolonych z ilości posiadanego przez siebie czasu wolnego odnotowano w przypadku gospodarstw pracujących na własny rachunek (35,5%). Z kolei, najwyższy odsetek osób usatysfakcjonowanych swoją ilością czasu wolnego dotyczył gospodarstw emerytów i rencistów (72,6%).

**Tablica 25. Ocena ilości czasu wolnego według grup społeczno-ekonomicznych**  
Table 25. Evaluation of the amount of free time by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
		w odsetkach in percentage								
Bardzo zadowolony Very satisfied	A	5,2	2,6	2,3	2,9	1,4	7,2	10,5	11,4	6,9
	B	4,2	2,0	1,8	2,2	1,5	2,4	9,6	9,6	9,9
Zadowolony Satisfied	A	43,1	35,6	37,2	33,7	37,9	34,3	59,2	59,9	56,3
	B	44,3	37,2	37,6	36,8	42,0	29,0	63,0	64,0	56,4
Ani zadowolony ani niezadowolony Neither satisfied nor dissatisfied	A	27,3	30,6	31,4	29,5	34,7	22,3	20,8	19,9	24,8
	B	31,3	35,1	37,1	33,1	37,2	33,1	21,9	21,0	27,9
Niezadowolony Dissatisfied	A	18,9	24,5	23,2	26,1	20,6	27,6	6,9	6,4	8,8
	B	17,1	22,2	21,2	23,1	18,0	29,7	3,8	3,8	3,8
Bardzo niezadowolony Very dissatisfied	A	5,5	6,8	5,9	7,8	5,5	8,5	2,6	2,4	3,2
	B	3,1	3,6	2,3	4,8	1,3	5,8	1,7	1,7	2,0

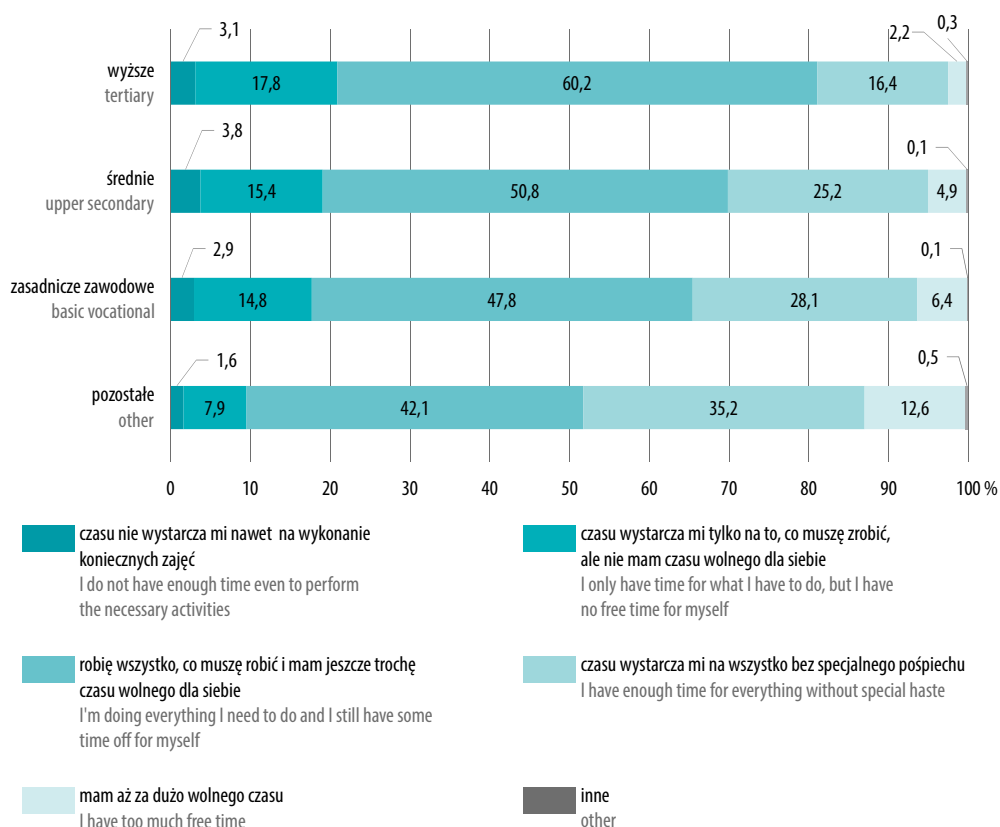
Oprócz zadowolenia lub niezadowolenia z ilości czasu wolnego, respondenci wyrażali również opinię na temat sposobu spędzania przez siebie czasu wolnego. Ponad połowa osób (52,4%) była usatysfakcjonowana („zadowolona” lub „bardzo zadowolona”) ze sposobu spędzania przez siebie wolnego czasu, a przeciwnego zdania („niezadowolonych” lub „bardzo niezadowolonych”) było ponad 4,5-krotnie mniej osób, tj. 11,3% osób. W porównaniu z wynikami badania z 2014 r., zwiększyła się grupa osób zadowolonych ze sposobu spędzania przez siebie czasu wolnego (o 3,0 p. proc.) i zmniejszyła grupa osób wyrażających opinię negatywną (o 5,2 p. proc.). Odsetek pozytywnych ocen wyższy był wśród mężczyzn niż wśród kobiet (53,2% wobec 51,6%) oraz wśród mieszkańców miast niż wsi (53,5% wobec 50,5%).

Bardziej usatysfakcjonowane ze sposobu spędzania czasu wolnego niż z ilości posiadanego czasu wolnego były osoby z wykształceniem wyższym oraz średnim (odsetek osób zadowolonych i bardzo zadowolonych był wyższy odpowiednio o 15,8 p. proc. oraz 5,7 p. proc.), a także osoby przed 50-tym rokiem życia.

W opiniach dotyczących sposobu wykorzystania czasu w ciągu dnia powszedniego, przeważało stwierdzenie, że „robię wszystko, co muszę robić i mam jeszcze trochę czasu wolnego dla siebie” – taką opinię wyraziło 51,0% osób (53,1% mężczyzn oraz 49,1% kobiet). Co czwarta osoba stwierdziła, że czasu wystarczy jej na wszystko bez specjalnego pośpiechu – częściej takiej odpowiedzi udzielały kobiety niż mężczyźni (26,6% wobec 23,8%). Na zupełny brak czasu, uniemożliwiający wykonanie nawet koniecznych zajęć, wskazało 3,1% badanych osób, a na nadmiar wolnego czasu – 5,7%. Miejsce zamieszkania respondenta nie było czynnikiem różnicującym – struktura odpowiedzi była bardzo podobna zarówno wśród mieszkańców miast, jak i wsi. Natomiast, im wyższy był poziom wykształcenia, tym mniejszy był odsetek odpowiedzi wskazujących na dysponowanie większą ilością czasu w ciągu dnia powszedniego. Wśród osób z wykształceniem wyższym odsetek odpowiedzi wskazujących na wystarczającą ilość czasu na zrobienie wszystkiego bez specjalnego pośpiechu był ponad 2 razy mniejszy niż wśród osób z wykształceniem co najwyżej gimnazjalnym, a wskazujących na nadmiar czasu – był mniejszy blisko 6-krotnie.

### Wykres 31. Sposób wykorzystania czasu w ciągu dnia powszedniego według poziomu wykształcenia w 2019 r.

Chart 31. Use of time during a weekday by level of education in 2019



W porównaniu z 2014 r. wzrósł odsetek odpowiedzi wskazujących, że „robię wszystko, co muszę robić i mam jeszcze trochę czasu wolnego dla siebie” (o 5,5 p. proc.). Zmniejszył się natomiast odsetek odpowiedzi „czasu wystarczy mi tylko na to, co muszę zrobić, ale nie mam czasu wolnego dla siebie” oraz „mam aż za dużo wolnego czasu” (odpowiednio o 2,9 p. proc. oraz 2,6 p. proc.).

Najwyższy odsetek odpowiedzi wskazujących na wystarczającą na wszystko ilość czasu oraz nadmiar czasu w ciągu dnia powszedniego odnotowano w przypadku gospodarstw emerytów i rencistów (odpowiednio 51,0% oraz 14,1%), a wskazujących na skrajny brak czasu – gospodarstw rolników i pracujących na własny rachunek (5,8% i 5,3%).

**Tablica 26. Sposób wykorzystania czasu w ciągu dnia powszedniego według grup społeczno-ekonomicznych**

Table 26. Use of time during a weekday by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
		w % in %								
Czasu nie wystarczy mi nawet na wykonanie koniecznych zajęć I do not have enough time even to perform the necessary activities	A	3,0	3,5	3,2	3,9	3,9	6,9	1,0	0,9	1,5
	B	3,1	3,6	3,8	3,5	5,8	5,3	0,7	0,4	2,2
Czasu wystarczy mi tylko na to, co muszę zrobić, ale nie mam czasu wolnego dla siebie I only have time for what I have to do, but I have no free time for myself	A	17,7	23,4	24,2	22,4	23,1	22,5	5,0	4,5	7,2
	B	14,7	18,5	19,0	18,0	16,5	26,9	3,6	3,6	3,3
Robię wszystko, co muszę zrobić i mam jeszcze trochę czasu wolnego dla siebie I'm doing everything I need to do and I still have some time off for myself	A	45,6	53,7	51,7	56,2	47,7	50,2	28,6	28,6	28,5
	B	51,0	60,1	58,2	62,0	53,4	53,1	30,4	30,6	28,6
Czasu wystarczy mi na wszystko bez specjalnego pośpiechu I have enough time for everything without special haste	A	25,1	15,8	16,7	14,6	18,8	15,9	45,7	46,7	41,9
	B	25,2	14,9	15,8	14,0	22,1	12,7	51,0	51,3	49,1
Mam aż za dużo wolnego czasu I have too much free time	A	8,3	3,2	3,8	2,3	5,7	4,6	19,2	18,8	20,9
	B	5,7	2,7	3,1	2,3	2,1	1,8	14,1	13,7	16,8

## Rozdział 6

### Chapter 6

## Ocena oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania

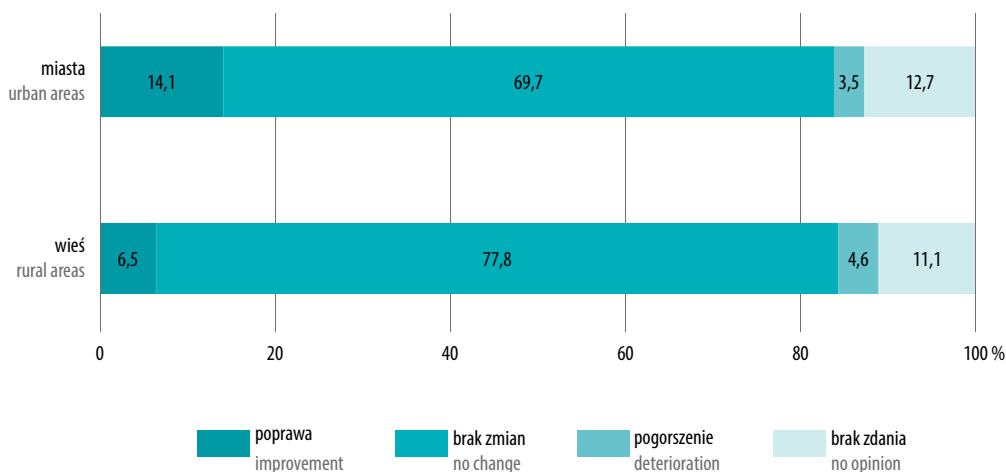
### Evaluation of cultural offer in the place of residence

Gospodarstwa domowe biorące udział w badaniu zostały poproszone również o ocenę możliwości uczestnictwa w kulturze w miejscu zamieszkania poprzez porównanie ich z 2018 r. Pytania dotyczyły oceny możliwości finansowego zaspokojenia potrzeb gospodarstwa domowego związanych z kulturą, oceny możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty oraz oceny oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania.

W 2019 r. blisko 3/4 gospodarstw domowych (72,4%) oceniło, że możliwości korzystania z instytucji kultury w miejscu zamieszkania w porównaniu z rokiem wcześniejszym nie zmieniły się (w badaniu z 2014 r. odsetek ten wyniósł 69,6%). Zmniejszył się odsetek gospodarstw domowych (z 7,5% w 2014 r. do 3,9% w 2019 r.), według których możliwości uczestnictwa w kulturze pogorszyły się, a wzrósł odsetek gospodarstw domowych, których ocena wskazywała na poprawę dostępności kultury w miejscu zamieszkania (z 10,2% w 2014 r. do 11,6% w 2019 r.).

#### Wykres 32. Ocena zmiany możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty w miejscu zamieszkania w 2019 r. w porównaniu z 2018 r.

Chart 32. Evaluation of the change in the possibility of using cultural institutions and their offer in the place of residence in 2019 in comparison with 2018



Wśród gospodarstw domowych w miastach i na wsi, oceny dotyczące zmiany możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty w miejscu zamieszkania były zróżnicowane. W miastach 69,7% gospodarstw domowych stwierdziło, iż nie zmieniła się możliwość korzystania z instytucji kultury i ich oferty (wobec 65,0% w 2014 r.), natomiast na wsi odsetek ten wyniósł 77,8% i był niższy w porównaniu z 2014 r. (79,2%). W 2019 r. 14,1% gospodarstw miejskich oceniło pozytywnie zmiany możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty („bardzo się poprawiły” lub „poprawiły się”), podczas gdy w gospodarstwach wiejskich odsetek ten był prawie o połowę niższy – 6,5%. Zmniejszył się odsetek gospodarstw domowych w miastach oceniających zmiany negatywnie (możliwości „bardzo się pogorszyły” lub „pogorszyły się”) – z 7,4% w 2014 r. do 3,5 % w 2019 r. Podobnie, w gospodarstwach domowych mieszkających na wsi odnotowano spadek opinii negatywnych. Tylko 4,6% gospodarstw wiejskich oceniło, że pogorszyły się możliwości korzystania z instytucji kultury w miejscu zamieszkania w porównaniu z rokiem wcześniejszym.

szym (w badaniu z 2014 r. odsetek ten wyniósł 7,6%). Warto dodać, iż odsetek gospodarstw domowych, zarówno w miastach, jak i na wsi, które nie potrafiły ocenić zmian w zakresie możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty w swoim miejscu zamieszkania („nie mam zdania”) był wysoki i na podobnym poziomie jak w badaniu z 2014 r. W miastach odsetek ten wyniósł 12,7%, a na wsi 11,1% (w 2014 r. odpowiednio 14,2% i 9,6%). Prawdopodobnie były to gospodarstwa domowe, których członkowie w ogóle nie korzystali z oferty kulturalnej instytucji kultury w swoim miejscu zamieszkania, dlatego trudno im było dokonać oceny.

Oceny zmiany możliwości dostępu do instytucji kultury oraz ich oferty były zróżnicowane w zależności od wielkości miasta. Najwyższy odsetek gospodarstw domowych wskazujących na poprawę możliwości korzystania z instytucji kultury i oferty kulturalnej zaobserwowano wśród gospodarstw domowych zamieszkujących miasta o liczbie 20–99 tys. mieszkańców (18,2%; w 2014 r. – 13,0%), a najniższy odnotowano wśród gospodarstw domowych mieszkających w miastach liczących poniżej 20 tys. mieszkańców (9,9%, w 2014 r. – 8,4%). Z kolei najwięcej ocen negatywnych wskazujących na pogorszenie się możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty w porównaniu z rokiem wcześniejszym zadeklarowały gospodarstwa domowe w miastach liczących 200–499 tys. mieszkańców, w których odsetek ocen negatywnych wyniósł 4,5% (w 2014 r. – 6,1%). W dużych miastach (powyżej 500 tys. mieszkańców) odsetek gospodarstw domowych oceniających negatywnie zmiany możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty był najniższy i kształtował się na poziomie 2,3% (w 2014 r. – 6,4%).

**Tablica 27. Ocena zmiany możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty w miejscu zamieszkania w porównaniu z rokiem wcześniejszym według grup społeczno-ekonomicznych**

Table 27. Evaluation of the change in the possibility of using cultural institutions and their offer in the place of residence in comparison to the previous year by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self-employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
		w % in %								
Bardzo się poprawiły lub poprawiły Improved or improved a lot	A	10,2	11,9	8,5	15,6	4,8	12,2	7,5	7,7	6,7
	B	11,6	13,5	11,6	15,1	6,1	16,3	8,9	9,3	6,0
Nie zmieniły się Not changed	A	69,7	70,1	71,2	68,9	77,2	75,2	68,3	68,9	65,7
	B	72,4	73,9	72,9	74,7	81,0	75,6	69,3	69,6	67,9
Pogorszyły się Worsened	A	5,9	5,9	6,6	5,2	6,7	5,2	5,7	5,5	6,7
	B	2,9	3,0	2,6	3,4	3,0	2,9	2,5	2,4	3,3
Bardzo się pogorszyły Worsened a lot	A	1,5	1,7	2,2	1,2	1,9	1,3	1,2	1,0	2,0
	B	0,9	0,6	1,2	0,1	0,5	0,8	1,2	1,3	1,1

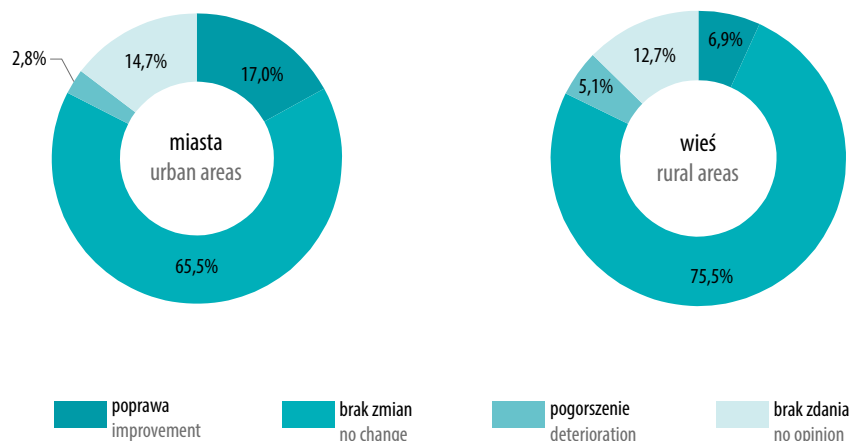
W poszczególnych grupach społeczno-ekonomicznych można zaobserwować zróżnicowany odsetek gospodarstw domowych wskazujących na poprawę możliwości korzystania z instytucji kultury i ich ofer-

ty w miejscu zamieszkania w porównaniu z rokiem wcześniejszym (możliwości „bardzo się poprawiły” lub „poprawiły się”). Najwięcej ocen pozytywnych zaobserwowano w gospodarstwach pracujących na własny rachunek – 16,3%, a najmniejszy odsetek ocen pozytywnych zaobserwowano w gospodarstwach rolników – 6,1%. W przypadku pozostałych grup społeczno-ekonomicznych opinie były zróżnicowane – więcej pracowników na stanowiskach nierobotniczych niż robotniczych oceniło, że możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty zmieniły się na lepsze (15,1% wobec 11,6%), podobnie jak więcej emerytów niż rencistów (9,3% wobec 6,0%). W 2019 r. w poszczególnych grupach społeczno-ekonomicznych widoczne było również zróżnicowanie odsetka respondentów, którzy nie potrafili ocenić zmian zachodzących w zakresie możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty w swoim miejscu zamieszkania („nie mam zdania”). W dużej mierze dotyczyło to gospodarstw emerytów i rencistów, dla których odsetek braku oceny wyniósł 18,0% (w 2014 r. – 17,3%).

W 2019 r. wzrósł odsetek gospodarstw domowych, według których jakość oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania nie zmieniła się w porównaniu z rokiem wcześniejszym. Z ogólnej liczby gospodarstw domowych 68,8% stwierdziło, że wielkość, różnorodność i poziom oferty kulturalnej nie zmienił się (w 2014 r. – 66,4%). Z kolei, 13,7% ogółu gospodarstw domowych było zdania, iż jakość oferty kulturalnej poprawiła się („bardzo się poprawiła” lub „poprawiła się”). Według niewielkiego odsetka gospodarstw domowych (3,5%) jakość oferty kulturalnej uległa pogorszeniu („bardzo się pogorszyła” lub „pogorszyła się”) w porównaniu z rokiem wcześniejszym (w 2014 r. – 6,8%).

W ocenie jakości oferty kulturalnej dostępnej w miejscu zamieszkania respondentów można zauważyć, że więcej mieszkańców miast niż mieszkańców wsi pozytywnie oceniło zmianę jakości oferty kulturalnej, jej wielkość, różnorodność i poziom (17,0% wobec 6,9%). W 2014 r. odsetek ocen pozytywnych wśród gospodarstw domowych był niższy i wyniósł odpowiednio: w miastach – 16,6% i na wsi – 4,8%. Według 65,5% gospodarstw domowych mieszkających w miastach oraz 75,5% gospodarstw domowych zamieszkałych na wsi jakość oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania nie zmieniła się w porównaniu z rokiem wcześniejszym. Z kolei odsetek gospodarstw domowych nie potrafiących ocenić jakości oferty kulturalnej („nie mam zdania”) był na zbliżonym poziomie i wyniósł w miastach – 14,7% (w 2014 r. – 16,0%), a na wsi – 12,7% (w 2014 r. – 10,2%).

**Wykres 33** Ocena jakości oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania w 2019 r. w porównaniu z 2018 r.  
Chart 33. Evaluation of the quality of cultural offer in the place of residence in 2019 in comparison with 2018



W ocenie jakości oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania w porównaniu z rokiem wcześniejszym, w poszczególnych grupach społeczno-ekonomicznych widać duże zróżnicowanie w przypadku ocen pozytywnych (jakość oferty „bardzo się poprawiła” lub „poprawiła się”) i braku zmian (jakość oferty „nie zmieniła się”). Największy odsetek gospodarstw domowych deklarujących poprawę jakości oferty kulturalnej (jej wielkości, różnorodności i poziomu) był widoczny w grupie osób pracujących na stanowiskach nierobotniczych – 17,5% (w miastach – 19,4%, na wsi – 11,0%). Najmniej ocen pozytywnych zadeklarowały gospodarstwa rolników – 8,8%. W grupie emerytów zaobserwowano duże różnice w ocenie jakości oferty kulturalnej w zależności od miejsca zamieszkania. Oceny pozytywne wyraziło 14,9% gospodarstw

emerytów mieszkających w miastach, natomiast w gospodarstwach emerytów mieszkających na wsi odsetek ten wyniósł 4,5%. W porównaniu z 2014 r. we wszystkich grupach społeczno-ekonomicznych wzrósł odsetek gospodarstw domowych, które uznały, iż jakość oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania nie zmieniła się. W 2019 r. 78,1% gospodarstw rolników – najwięcej spośród wszystkich grup społeczno-ekonomicznych – oceniło, iż jakość oferty kulturalnej nie zmieniła się w porównaniu z rokiem wcześniejszym. Wśród gospodarstw domowych, podobnie jak w 2014 r., najwyższy odsetek „nie mających zdania” na temat jakości oferty kulturalnej wystąpił w gospodarstwach emerytów i rencistów – 21,1% (w 2014 r. – 19,7%), przy czym odsetek w gospodarstwach rencistów (23,8%) był wyższy niż w gospodarstwach emerytów (20,6%).

**Tablica 28. Ocena jakości oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania w porównaniu z rokiem wcześniejszym według grup społeczno-ekonomicznych**

Table 28. Evaluation of the quality of cultural offer in the place of residence in comparison with the previous year by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nirobotniczych non-manual labour positions						
		w % in %								
Bardzo się poprawiły lub poprawiły Improved or improved a lot	A	12,7	13,3	10,3	16,6	4,2	17,6	11,1	11,4	9,6
	B	13,7	15,4	12,9	17,5	8,8	16,6	11,3	12,1	6,8
Nie zmieniły się Not changed	A	66,4	68,2	68,1	68,3	76,7	69,4	63,5	63,9	62,0
	B	68,8	71,2	70,7	71,7	78,1	72,5	64,3	63,8	67,8
Pogorszyły się Worsened	A	5,4	5,7	6,5	4,9	7,0	3,9	4,8	4,6	5,7
	B	2,8	3,0	2,4	3,6	1,7	3,5	2,4	2,5	1,6
Bardzo się pogorszyły Worsened a lot	A	1,3	1,5	2,1	0,9	2,2	1,3	0,9	0,7	1,5
	B	0,7		1,0	-	0,5	0,4	1,0	1,1	-

## Rozdział 7

### Chapter 7

## Zwyczaje w gospodarstwach domowych

### Customs in households

W większości gospodarstw domowych (89,6%) przyjęty był zwyczaj świętowania uroczystości domowników, takich jak imieniny, urodziny, rocznica ślubu itp. (w miastach – w 90,4%, a na wsi – 88,0%). W porównaniu z wynikami badania z 2014 r. odsetek gospodarstw deklarujących świętowanie uroczystości domowników zwiększył się o 1,7 p. proc. Zwyczaj ten był w różnym stopniu kultywowany w poszczególnych makroregionach kraju (zróżnicowanie wynosi 4,0 p. proc.) od 87,2% w makroregionie województwo mazowieckie do 91,2% w makroregionie północno-zachodnim. Im niższy poziom wykształcenia osoby odniesienia w gospodarstwie domowym, tym niższy odsetek gospodarstw obchodzących uroczystości domowników – od 76,4% w gospodarstwach, w których osoba odniesienia miała wykształcenie gimnazjalne lub niższe do 93,1% w gospodarstwach, w których osoba odniesienia miała wykształcenie wyższe.

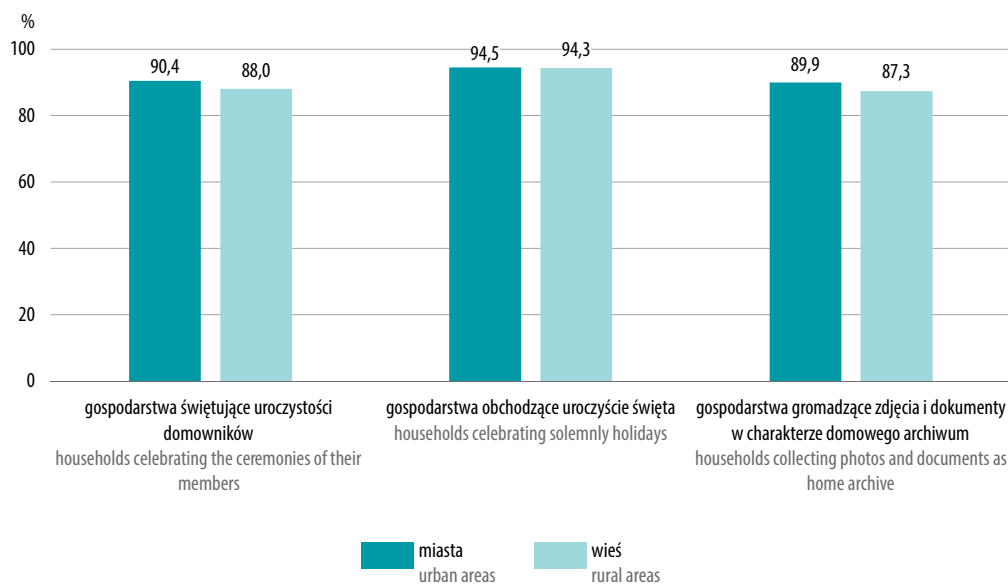
**Tablica 29. Zwyczaje w gospodarstwach domowych według grup społeczno-ekonomicznych**  
Table 29. Customs in households by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees			rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners			
		razem total	na stanowiskach in				razem total	emerytów retirees	rencistów pensioners	
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions						
		w % in %								
Świętowanie uroczystości domowników Celebrating the ceremonies of their members	A	87,9	91,2	89,4	93,2	86,6	93,6	82,9	84,0	78,8
	B	89,6	91,9	91,0	92,7	92,1	92,3	85,5	87,0	76,5
Uroczyste obchodzenie świąt Celebrating solemnly holidays	A	95,9	97,0	96,8	97,1	97,3	97,9	94,7	95,3	92,4
	B	94,4	95,2	94,7	95,6	97,2	94,8	93,0	93,9	87,7
Gromadzenie zdjęć i dokumentów Collecting photos and documents	A	89,3	90,9	89,8	92,0	87,8	92,6	87,7	88,6	84,2
	B	89,0	90,1	89,3	90,8	91,1	92,1	87,3	88,9	77,3



Uroczyste obchodzenie świąt (tradycyjne potrawy, dekoracje, rodzinny obiad itp.) odnotowano w przypadku 94,4% gospodarstw domowych (94,5% w miastach i 94,3% na wsi). Można było zaobserwować zróżnicowanie między poszczególnymi makroregionami kraju – w makroregionie województwo mazowieckie uroczyste obchodzenie świąt deklaroowało 91,3% gospodarstw, a w makroregionie wschodnim 96,9%. Podobnie jak w przypadku obchodzenia uroczystości domowników, im niższy poziom wykształcenia osoby odniesienia w gospodarstwie domowym, tym niższy odsetek gospodarstw obchodzących uroczyste święta – od 89,7% w gospodarstwach, w których osoba odniesienia miała wykształcenie gimnazjalne lub niższe do 95,8% w gospodarstwach, w których osoba odniesienia miała wykształcenie wyższe.

**Wykres 34. Zwyczaje w gospodarstwach domowych według miejsca zamieszkania w 2019 r.**  
Chart 34. Customs in households by place of residence in 2019



W 89,0% gospodarstw domowych (w 89,9% gospodarstw miejskich i 87,3% wiejskich) był zwyczaj gromadzenia zdjęć i dokumentów, mających charakter domowego archiwum. Zbieranie i opracowywanie rodzinnej dokumentacji w różnym stopniu było prowadzone w poszczególnych makroregionach kraju (zróżnicowanie między makroregionami 4,1 p. proc.) od 86,7% w makroregionie północnym do 90,8% w makroregionie południowo-zachodnim. Odnotowano również istotne zróżnicowanie biorąc pod uwagę wykształcenie osoby odniesienia. Im niższy poziom wykształcenia, tym niższy odsetek gospodarstw gromadzących zdjęcia i dokumenty rodzinne – od 79,3% w gospodarstwach, w których osoba odniesienia miała wykształcenie gimnazjalne lub niższe do 92,5% w gospodarstwach, w których osoba odniesienia miała wykształcenie wyższe.

## Rozdział 8

### Chapter 8

## Wydatki gospodarstw domowych na kulturę

### Household expenditure on culture

#### 8.1. Udział wydatków na kulturę w budżetach gospodarstw domowych

#### 8.1. Share of expenditure on culture in household budgets

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup artykułów i usług kulturalnych w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2019 r. wynosiły 364,68 zł. W porównaniu z 2018 r. ich nominalna wartość wzrosła o 8,28 zł, tj. 2,3%, jednakże – ze względu na ogólny wzrost całkowitej kwoty przeciętnych wydatków gospodarstw domowych na osobę o 5,5% – spadł ich udział w strukturze wydatków (z 2,5% w 2018 r. na 2,4% w 2019 r.).

**Tablica 30. Przeciętne wydatki na kulturę na 1 członka gospodarstwa domowego rocznie i ich udział w przeciętnych wydatkach ogółem gospodarstw domowych według grup społeczno-ekonomicznych**

Table 30. Average yearly expenditure on culture per capita and the share in average total expenditure of households by socio-economic group

Lata Years	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of							
		pracowników employees			rolników farmers	pracujących na własny rachunek the self employed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in				razem total	emerytów retirees	rencistów pensioners
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions					
W złotych In PLN									
2018	356,40	357,12	221,16	502,80	199,08	490,20	369,12	381,72	281,52
2019	364,68	362,40	238,80	491,16	191,40	504,00	385,80	395,04	317,40
Udział wydatków na kulturę w wydatkach ogółem gospodarstw domowych w % Share of expenditure on culture in total household expenditure in %									
2018	2,5	2,5	1,9	3,0	1,9	2,9	2,4	2,5	2,1
2019	2,4	2,4	1,9	2,8	1,8	2,9	2,4	2,4	2,2

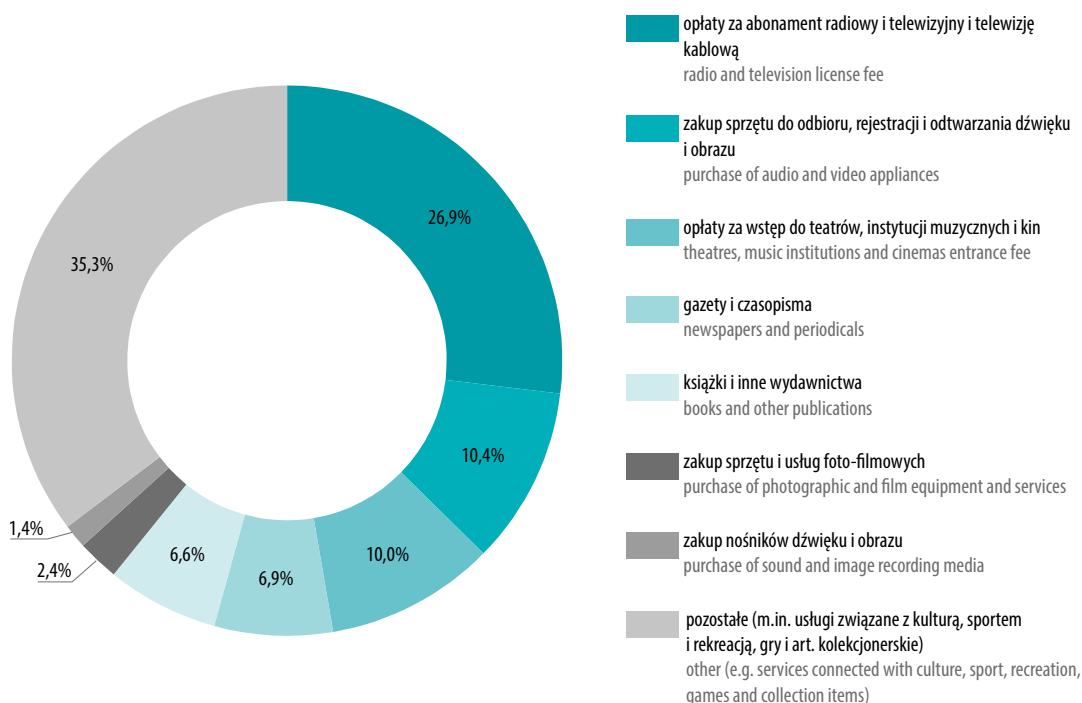
Przeciętnie najwięcej (zarówno nominalnie, jak i w stosunku do całości wydatków) na kulturę wydawali członkowie gospodarstw utrzymujących się z pracy na własny rachunek, najmniej natomiast rolnicy. Udział wydatków na kulturę w łącznych wydatkach gospodarstw domowych wahał się w granicach 1,1 p. proc. między 1,8% w gospodarstwach rolników a 2,9% w gospodarstwach osób pracujących na własny rachunek.

Największy wzrost kwoty przeciętnych wydatków na kulturę zaobserwowano w gospodarstwach rencistów (o 12,7%), a w następnej kolejności w gospodarstwach domowych pracowników na stanowiskach robotniczych (o 8,0%). Natomiast największy wzrost nominalnej kwoty przeciętnych wydatków gospodarstwa ogółem na 1 osobę w stosunku do 2018 r. – o 8,0% – odnotowano w przypadku gospodarstw pracowników na stanowiskach robotniczych. Ponadto jedynie w dwóch typach gospodarstw domowych (rencistów i pracowników na stanowiskach robotniczych) udział wydatków na kulturę nie spadł w porównaniu z 2018 r.

W pozostałych typach gospodarstw domowych udział wydatków na kulturę w łącznych wydatkach (w porównaniu z 2018 r.) zmniejszył się, natomiast w gospodarstwach rolników i pracowników na stanowiskach nierobotniczych dodatkowo obniżyła się nominalna wartość przeciętnych wydatków na kulturę odpowiednio o 3,9% i 2,3%.

### Wykres 35. Przeciętne wydatki gospodarstw domowych na kulturę w 2019 r.

Chart 35. Average expenditure on culture in households in 2019



## 8.2. Wydatki gospodarstw domowych na zakup książek

### 8.2. Household expenditure on books

W 2019 r. książki inne niż podręczniki szkolne kupiło, otrzymało w prezencie lub uzyskało inną drogą 62,3% gospodarstw domowych; w miastach – 66,9% gospodarstw domowych, a na wsi – 52,8%. Biorąc pod uwagę wykształcenie, najwyższy odsetek gospodarstw posiadających książki, odnotowano w grupie gospodarstw, w której osoba odniesienia posiadała wykształcenie wyższe – 85,4%, a najniższy – 30,4% – w grupie, w której osoba odniesienia posiadała wykształcenie gimnazjalne, podstawowe lub nie miała formalnego wykształcenia. Najwyższy odsetek gospodarstw, w których w 2019 r. przybyło książek, odnotowano w grupie gospodarstw osób pracujących na własny rachunek – 81,6%, natomiast najniższy w gospodarstwach rencistów – 33,9%.

W 2019 r. w 8,8% ogółu gospodarstw domowych przybyło książek w wersji cyfrowej, przy czym odsetek ten wahał się w granicach 16,4 p. proc. w poszczególnych typach gospodarstw domowych, między 18,4% (dla gospodarstw osób pracujących na własny rachunek i pracowników najemnych na stanowiskach nierobotniczych) a 2,1% (dla gospodarstw rolników).

Łącznie w 2019 r. w gospodarstwach domowych przybyło prawie 100 mln egzemplarzy książek, z których 54,0% stanowiły wydawnictwa beletrystyczne (we wszystkich formach łącznie), a 13,3% wydawnictwa w formie cyfrowej (wszystkich gatunków łącznie). Na jedno gospodarstwo, w którym przybyło książek, przypadło 12 nowych pozycji.

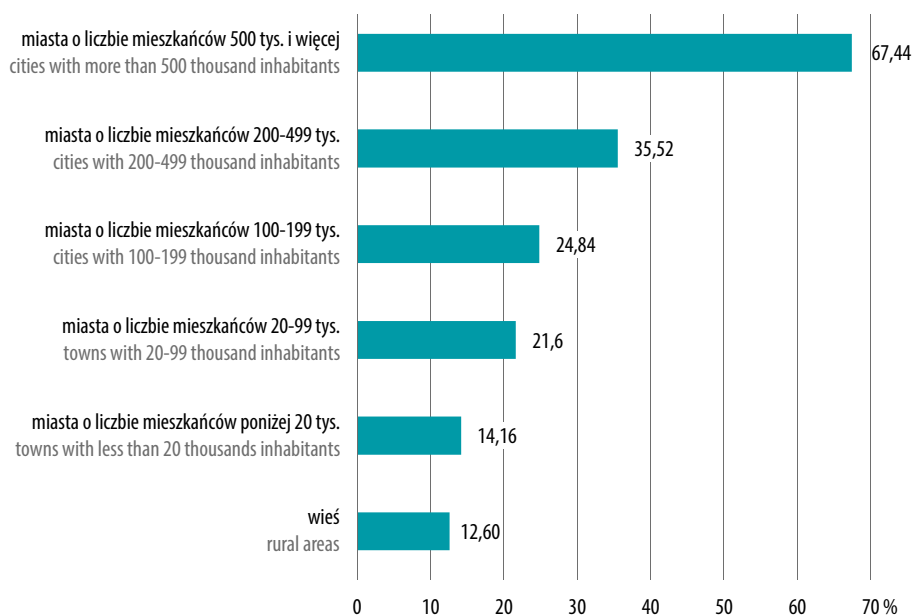
Wydawnictwa o charakterze beletrystycznym stanowiły od 44,7% wszystkich zakupionych, otrzymanych lub w inny sposób nabytych pozycji w gospodarstwach mieszkających w miastach o liczbie mieszkańców 200–499 tys. do 63,3% wszystkich nabytych pozycji w gospodarstwach funkcjonujących w miastach o liczbie mieszkańców poniżej 20 tys. Beletrystyka stanowiła znacznie większy odsetek książek nabywanych przez gospodarstwa rencistów (64,3% wszystkich nabytych pozycji) i emerytów (61,8%) niż wśród książek nabywanych przez gospodarstwa rolników (41,0%).

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup książek i innych wydawnictw (nie będących podręcznikami do nauki) w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2019 r. wynosiły 24,00 zł (w tym: 20,16 zł wynosiły wydatki na zakup książek beletrystycznych), co stanowiło 6,6% wszystkich wydatków na kulturę. Wydatki te były najniższe w gospodarstwach rolników (8,28 zł, co stanowiło 4,3% wszystkich wydatków na kulturę) i ponad 5-cio krotnie wyższe w gospodarstwach osób pracujących na własny rachunek (43,20 zł – 8,6% wydatków na kulturę) i pracowników najemnych na stanowiskach nierobotniczych (42,36 zł – również 8,6% wydatków na kulturę).

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup książek w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego wahały się między 12,60 zł w gospodarstwach funkcjonujących na wsi a 67,44 zł w gospodarstwach w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców i były tym większe, im większa była miejscowość, w której funkcjonowały gospodarstwa. Wraz ze wzrostem klasy wielkości miejscowości zamieszkania, zwiększał się też udział wydatków na książki w całości wydatków na kulturę.

### Wykres 36. Przeciętne wydatki na zakup książek i innych wydawnictw na 1 członka gospodarstwa domowego rocznie według miejsca zamieszkania w 2019 r.

Chart 36. Average yearly expenditure on books and other publications per capita in households by place of residence in 2019



Warto zauważyć, że przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup podręczników szkolnych w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2019 r. wyniosły 15,84 zł. W miastach wydano przeciętnie na ten cel 16,44 zł (o 34,3% więcej niż w 2018 r.), a w gospodarstwach mieszkających na wsi – 15,00 zł (o 22,4% więcej niż w 2018 r.), przy czym nie zaobserwowano w tym przypadku zależności wysokości kwoty wydatków od wielkości miejscowości zamieszkania.

### 8.3. Wydatki gospodarstw domowych na zakup i prenumeratę prasy

#### 8.3. Household expenditure on purchase and subscription of newspapers

W strukturze wydatków gospodarstw domowych na kulturę zakup prasy zajmuje podobne miejsce, jak zakup książek. W 2019 r. przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup gazet i czasopism w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego wyniosły 25,32 zł (z czego 10,32 zł na zakup gazet), co stanowiło 6,9% wszystkich wydatków na kulturę. W porównaniu z 2018 r. kwota ta była niższa o 4,3%. W miastach gospodarstwa domowe wydały na gazety i czasopisma 30,36 zł na osobę (tj. 7,0% ogólnych wydatków na kulturę gospodarstw miejskich), a gospodarstwa wiejskie – 17,16 zł na osobę (tj. 6,7% wydatków na kulturę tej grupy gospodarstw domowych).

W poszczególnych grupach społeczno-ekonomicznych wydatki na prasę były bardzo zróżnicowane: od 10,56 zł na osobę w gospodarstwach pracowników najemnych na stanowiskach robotniczych i 13,68 zł na osobę w gospodarstwach rolników, poprzez 21,36 zł na osobę w gospodarstwach pracowników najemnych na stanowiskach nierobotniczych i 22,80 zł na osobę w gospodarstwach osób pracujących na własny rachunek, do 37,92 zł na osobę w gospodarstwach rencistów i 58,68 zł na osobę w gospodarstwach emerytów. W strukturze wydatków różnice te nie były tak duże i w poszczególnych grupach gospodarstw wyniosły odpowiednio: 4,4%, 7,2%, 4,4%, 4,5%, 12,0% i 14,9% ogólnych wydatków gospodarstw domowych na kulturę.

W ostatnim kwartale 2019 r.<sup>5</sup> gazety lub czasopisma były kupowane przez 79,9% gospodarstw domowych, 77,8% gospodarstw mieszkających w miastach i 84,3% gospodarstw wiejskich. W kolejnych edycjach badania obserwuje się systematyczny spadek odsetka gospodarstw kupujących prasę – w 2019 r. było ich mniej odpowiednio o 9,2; 11,0 i 5,4 p. proc. w porównaniu z tym samym okresem 2014 r. i aż 13,9; 16,9 i 7,7 p. proc. mniej w porównaniu z 2009 r.

Prasę kupowano w 77,4% gospodarstw domowych, w których osoba odniesienia posiadała wykształcenie wyższe, w 80,2% gospodarstw, w których osoba odniesienia miała wykształcenie policealne, średnie ogólnokształcące lub średnie zawodowe, w 82,3% – zasadnicze zawodowe, w 78,4% gospodarstw domowych, w których osoba odniesienia zdobyła wykształcenie gimnazjalne, podstawowe lub nie posiadała wykształcenia.

W poszczególnych grupach społeczno-ekonomicznych odsetek gospodarstw kupujących gazety lub czasopisma wahał się w granicach 15,5 p. proc. od 72,9% w gospodarstwach pracowników na stanowiskach nierobotniczych do 88,4% w gospodarstwach emerytów.

W IV kwartale 2019 r. gazety codzienne kupowało 51,4% gospodarstw domowych (o 17,8 p. proc. mniej niż w 2014 r.), w tym 13,4% częściej niż 3 razy w tygodniu (tj. o 7,9 p. proc. mniej w porównaniu z 2014 r.). W miastach gazety codzienne kupowało 47,6% gospodarstw domowych (w tym 13,3% kupowało je częściej niż 3 razy w tygodniu), na wsi natomiast odpowiednio – 59,1% i 13,7%.

Spośród czasopism – tak samo jak w 2014 r. – najczęściej nabywane były periodyki przeznaczone dla kobiet, których kupno w IV kwartale 2019 r. zadeklarowało 56,8% gospodarstw domowych (54,3% w miastach i 62,0% na wsi), a następnie czasopisma z programem telewizyjnym, kupowane przez 48,9% gospodarstw domowych (46,4% w miastach i 54,0% na wsi). Ponadto przynajmniej raz w okresie kwartału poprzedzającego badanie 29,2% gospodarstw (30,8% w miastach i 26,0% na wsi) zakupiło czasopisma społeczno-kulturalne lub polityczne, 16,2% hobbystyczne, 13,9% fachowe lub zawodowe, 11,9% naukowe lub popularno-naukowe, a 23,3% gospodarstw nabyło periodyki innego rodzaju.

<sup>5</sup> Gospodarstwa domowe pytano o zakupy prasy w okresie 3 miesięcy poprzedzających badanie.

**Tablica 31. Gospodarstwa domowe kupujące gazety i czasopisma**

Table 31. Households purchasing newspapers and periodicals

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolni- ków farm- ers	prac- jących na własny rachunek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			eme- rytów retir- ees	renci- stów pen- sion- ers	
			ro- botni- czych man- ual labour posi- tions	niero- botni- czych non- man- ual labour posi- tions						
		w % in %								
Ogółem Grand total	A	89,1	89,7	89,3	90,3	92,9	92,0	89,1	90,0	85,5
	B	79,9	75,1	77,6	72,9	85,2	80,4	87,3	88,4	80,4
w tym: gazety codzienne of which daily newspa- pers	A	69,2	67,7	66,0	69,6	65,8	72,7	72,3	74,1	64,7
	B	51,4	44,2	48,5	40,4	60,9	47,6	62,0	64,5	47,1
w tym: częściej niż 3 razy w tygodniu of which more than 3 times a week	A	21,3	19,3	17,7	21,2	14,9	20,3	26,2	28,4	16,9
	B	13,4	10,3	10,0	10,5	14,0	12,0	18,5	19,7	11,7
czasopisma społeczno-kul- turalne lub polityczne socio-cultural or political magazines	A	29,8	31,0	20,4	42,7	31,9	41,2	26,2	29,0	14,4
	B	29,2	26,2	19,7	32,1	22,5	40,2	32,8	34,9	19,6
czasopisma naukowe lub popularno-naukowe scientific and popular sci- ence magazines	A	12,3	13,9	5,8	22,9	10,2	24,7	7,3	8,5	2,0
	B	11,9	14,3	8,6	19,5	8,1	19,0	8,3	8,9	4,9
czasopisma fachowe, zawodowe professional magazines	A	13,1	15,2	7,0	24,3	25,2	34,3	5,3	5,8	3,0
	B	13,9	16,2	11,3	20,8	32,1	28,3	6,6	7,3	2,5
czasopisma hobbystyczne hobby magazines	A	15,8	19,4	13,8	25,5	13,0	25,3	9,6	10,6	5,5
	B	16,2	18,1	14,2	21,6	17,2	23,0	12,5	12,7	11,5
czasopisma dla kobiet magazines for women	A	72,1	75,7	75,1	76,4	71,9	74,6	67,0	67,0	67,1
	B	56,8	54,4	58,1	51,1	58,3	64,2	60,0	62,0	48,0
czasopisma z programem telewizyjnym magazines with TV pro- gramme	A	62,3	59,3	63,3	55,0	65,1	54,9	69,3	69,7	67,6
	B	48,9	40,9	47,0	35,3	54,4	38,0	62,7	64,1	53,9
inne czasopisma other magazines	A	19,7	22,4	19,0	26,1	17,6	28,3	14,6	15,2	11,8
	B	23,3	23,2	22,5	23,9	27,4	30,6	21,8	22,4	18,7

W 2019 r. 17,9% gospodarstw domowych prenumerowało gazety lub czasopisma (17,7% w miastach, 18,3% na wsi). Popularność subskrypcji prasy w ostatnim dziesięcioleciu podlegała znacznym wahaniom – w 2009 r. prasę prenumerowało 10,2% gospodarstw domowych, w 2014 r. odsetek zwiększył się o 10,5 p. proc. do 20,7%, aby znów obniżyć się w 2019 r.

Najwyższy odsetek osób prenumerujących wydawnictwa periodyczne odnotowano w gospodarstwach emerytów – 20,8%. Prasę prenumerowało 19,7% gospodarstw rolników, 18,5% gospodarstw rencistów, 17,7% gospodarstw osób pracujących na własny rachunek, 17,5% gospodarstw pracowników najemnych na stanowiskach nierobotniczych oraz 14,8% gospodarstw pracowników na stanowiskach robotniczych.

W prenumeracie gazet codziennych przeważały wydawnictwa w formie cyfrowej, natomiast w przypadku czasopism – w formie drukowanej (w 2014 r. w obu przypadkach przeważały formy drukowane). Spośród gospodarstw prenumerujących prasę 70,8% gospodarstw domowych prenumerowało gazety codzienne w wersji papierowej, a 7,6% czasopisma w tej samej formie. Prenumeratę prasy w wersji cyfrowej – gazet codziennych i czasopism wybrało odpowiednio 84,7% i 6,2% gospodarstw prenumerujących periodyki.

## 8.4. Wydatki gospodarstw domowych na zakup sprzętu audiowizualnego oraz nośników dźwięku i obrazu

### 8.4. Household expenditure on audio-visual equipment and recording media

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup sprzętu do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu (tj. odbiorników radiowych i telewizyjnych, gramofonów, dekodery, zestawów kina domowego, nagrywarek DVD lub Blu-Ray, czytników e-booków, odtwarzaczy plików mp3/mp4, projektorów multimedialnych itp.) oraz nośników dźwięku i obrazu (płyt gramofonowych, płyt CD i DVD i in. nośników) w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2019 r. wyniosły łącznie 43,20 zł (z czego na zakup nośników dźwięku i obrazu przypadło 5,16 zł). Wydatki na zakup sprzętu audiowizualnego stanowiły przeciętnie 10,4% wszystkich wydatków na kulturę, a wydatki na nośniki dźwięku i obrazu kolejne 1,4%. W stosunku do 2018 r. odnotowano spadek zarówno nominalnej kwoty wydatków na sprzęt audiowizualny i nośniki (odpowiednio o 1,44 zł i 1,08 zł), jak i ich udziału w strukturze przeciętnych wydatków na kulturę (o 0,7 p. proc. i 0,3 p. proc.). Spadku nominalnej kwoty wydatków na sprzęt audiowizualny nie zaobserwowano jedynie w gospodarstwach pracowników najemnych (zarówno na stanowiskach robotniczych i nierobotniczych), natomiast spadek nominalnej kwoty wydatków na nośniki obrazu i dźwięku nie wystąpił jedynie w gospodarstwach pracowników na stanowiskach robotniczych.

Najwyższe przeciętne wydatki na osobę, zarówno na sprzęt audiowizualny jak i na nośniki dźwięku i obrazu, poniosły gospodarstwa pracowników na stanowiskach nierobotniczych (odpowiednio 53,16 zł i 9,72 zł, najniższe natomiast gospodarstwa rolników (19,32 zł i 0,72 zł).

W 2019 r. 31,1% gospodarstw domowych posiadało nośniki z nagraniami muzycznymi (w 2014 r. 24,7%) w tym 32,7% gospodarstw w miastach i 27,9% na wsi (w 2014 r. odpowiednio 26,7% i 20,7%). W 2019 r. odsetek miejskich gospodarstw, które kupiły lub nabyły inną drogą nośniki z nagraniami muzycznymi, wahał się w granicach 8,6 p. proc. od 29,1% w miastach o liczbie mieszkańców 20–99 tys. i 30,6% w miastach do 20 tys. mieszkańców, do 37,7% w miastach liczących 500 tys. lub więcej mieszkańców.

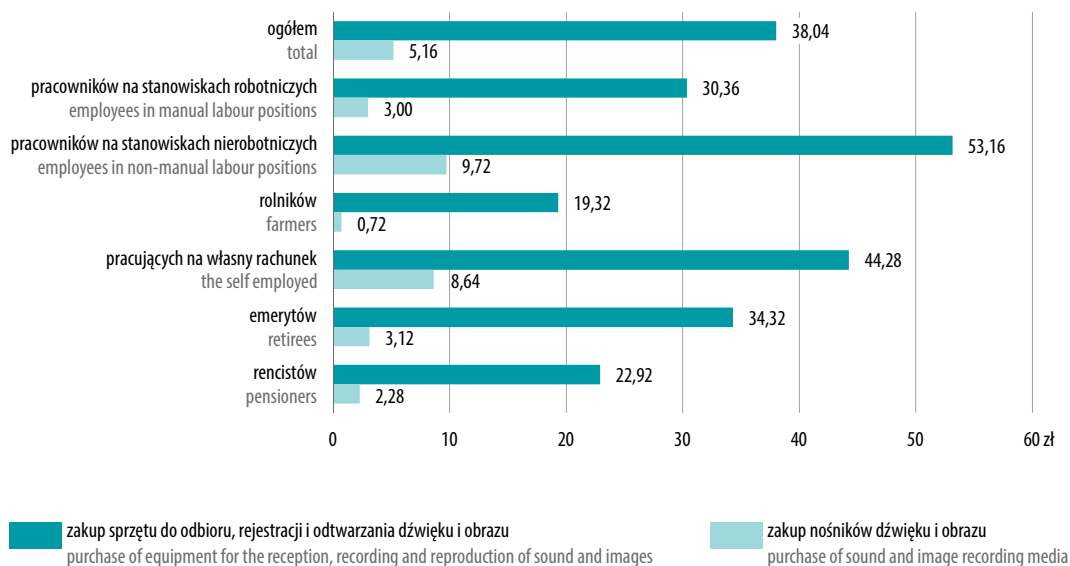
Nośniki z nagraniami muzycznymi nabyło 46,3% (w 2014 r. 40,8%) gospodarstw osób pracujących na własny rachunek, 45,1% (w 2014 r. 39,4%) gospodarstw pracowników na stanowiskach nierobotniczych, 31,7% (w 2014 r. 23,8%) gospodarstw pracowników na stanowiskach robotniczych, 31,0% (w 2014 r. 25,2%) gospodarstw rolników, 22,3% (w 2014 r. 8,4%) gospodarstw rencistów oraz 17,4% (w 2014 r. 13,5%) gospodarstw emerytów. Po dużym spadku w stosunku do 2009 r. odnotowanym w poprzedniej edycji badania, we wszystkich grupach społeczno-ekonomicznych nastąpił wzrost odsetka gospodarstw nabywających nośniki z nagraniami muzycznymi.

Łącznie we wszystkich gospodarstwach domowych przybyło 84,6 mln nośników z nagraniami muzycznymi (w 2014 r. 21,3 mln), z czego 88,3% (w 2014 r. 96,9%) stanowiły płyty CD i DVD, a 11,7% (w 2014 r. 3,1%) płyty gramofonowe. Najwięcej, bo 34,7% płyt gramofonowych nabyły gospodarstwa emerytów, a kolejne 34,5% gospodarstwa pracowników najemnych na stanowiskach nierobotniczych. Te same grupy społeczno-ekonomiczne nabyły również więcej od innych grup płyt muzycznych CD i DVD (37,1% ogółu płyt muzycznych nabyły gospodarstwa pracowników na stanowiskach nierobotniczych, a 22,3% gospodarstwa emerytów).



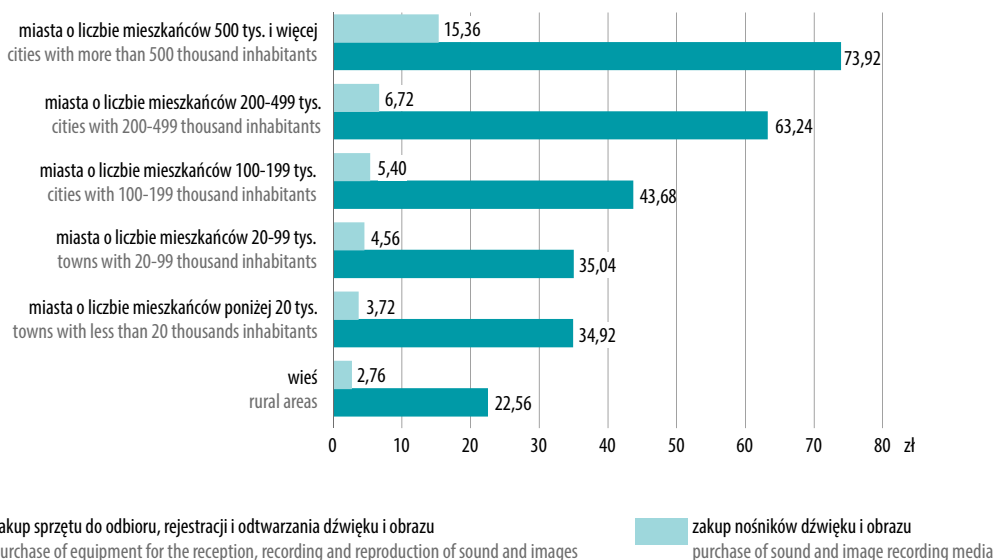
**Wykres 37. Przeciętne wydatki na zakup sprzętu do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz nośników dźwięku i obrazu na 1 członka gospodarstwa domowego rocznie według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r.**

Chart 37. Average yearly expenditure on purchase of audio-visual equipment and recording media per capita in households by socio-economic group in 2019



**Wykres 38. Przeciętne wydatki na zakup sprzętu do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz nośników dźwięku i obrazu na 1 członka gospodarstwa domowego rocznie według miejsca zamieszkania w 2019 r.**

Chart 38. Average yearly expenditure on purchase of audio and audio-visual equipment and recording media per capita in households by place of residence in 2019



Nośniki z filmami zakupiło, otrzymało w prezencie lub nabyło inną drogą 22,5% (w 2014 r. 26,3%) gospodarstw domowych, 23,8% mieszkających w miastach i 19,8% na wsi. Odsetek tych gospodarstw domowych był mocno zróżnicowany w poszczególnych grupach społeczno-ekonomicznych od 11,3%

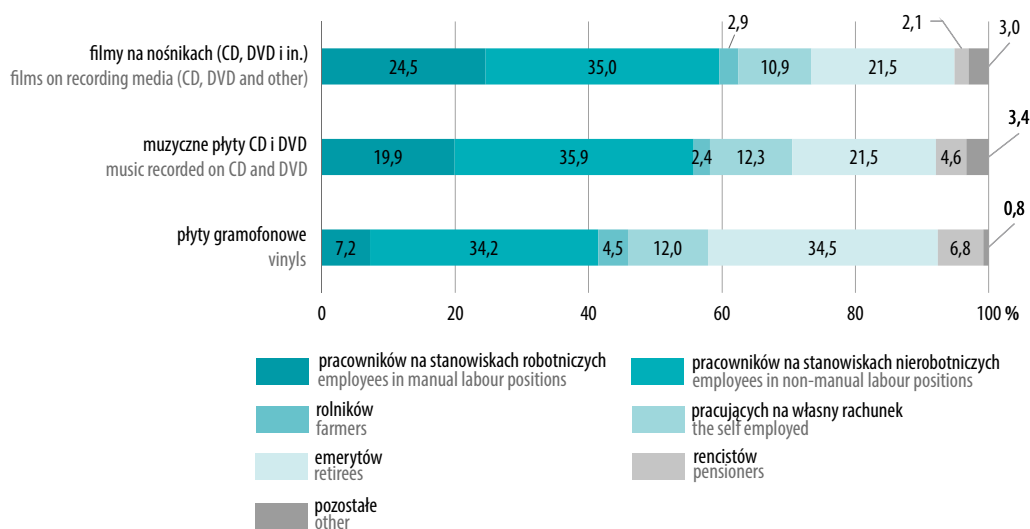


w gospodarstwach emerytów i 11,7% w gospodarstwach rencistów, poprzez 24,0% w gospodarstwach pracowników najemnych na stanowiskach robotniczych, 24,8% w gospodarstwach rolników do 33,4% w gospodarstwach pracowników na stanowiskach nierobotniczych i 34,5% w gospodarstwach osób pracujących na własny rachunek. We wszystkich typach gospodarstw domowych odsetek gospodarstw, które gromadziły nośniki z filmami, był niższy niż w 2014 r.

Łącznie we wszystkich gospodarstwach domowych przybyło 36,3 mln nośników z filmami, co w przeliczeniu na 1 gospodarstwo domowe w Polsce oznacza przyrost o 3 w ciągu roku 2019. Na 1 gospodarstwo, które faktycznie gromadziło nośniki z nagranyimi filmami, przypadło natomiast 12 nowych nośników.

### Wykres 39. Nośniki z nagraniami muzycznymi i filmami zgromadzone przez gospodarstwa domowe według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r.

Chart 39. Recording media with music and films collected by households by socio-economic group in 2019



Porównując strukturę wydatków na zakup nośników dźwięku i obrazu według poszczególnych grup społeczno-ekonomicznych ze strukturą nabytych nośników należy wziąć pod uwagę, że zapisane nośniki mogą być darowane lub otrzymane w prezencie, a ich ceny są bardzo zróżnicowane.

## 8.5. Wydatki gospodarstw domowych na zakup usług kulturalnych

### 8.5. Household expenditure on cultural services

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na opłaty za wstęp do kin, teatrów i na koncerty (łącznie z występami estradowymi czy pokazami światła i dźwięku) w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2019 r. wyniosły łącznie 29,64 zł (37,80 zł w miastach i 16,80 zł na wsi), co stanowiło jedynie 0,2% łącznych wydatków gospodarstw i 8,1% wydatków na kulturę (w miastach odpowiednio 0,2% i 8,7%, a na wsi 0,1% i 6,5%). Najwięcej z tego tytułu wydawały gospodarstwa pracowników na stanowiskach nierobotniczych – 51,24 zł, co stanowiło 0,3% łącznych wydatków gospodarstw i 10,4% wydatków na kulturę. Najmniej wydające na kina, teatry i koncerty gospodarstwa rencistów przeznaczyły na ten cel przeciętnie ponad 4-krotnie mniej, a wydatki te stanowiły w ich przypadku 0,1% łącznych wydatków i 3,9% wydatków na kulturę.

Z kolei przeciętne roczne wydatki na korzystanie z oferty instytucji kultury o charakterze muzealnym, paramuzealnym (łącznie z galeriami sztuki, ogrodami zoologicznymi i botanicznymi, parkami narodowymi, zwiedzaniem zabytków) i bibliotek w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego wyniosły 6,72 zł (8,76 zł w miastach i 3,60 zł na wsi), co stanowiło 1,8% wydatków na kulturę. Odsetek ten był stonkowo najwyższy ponownie w gospodarstwach pracowników na stanowiskach nierobotniczych (2,5%

wydatków na kulturę), najniższy natomiast w gospodarstwach rencistów (0,2% wydatków na kulturę).

Łączna kwota przeciętnych wydatków na 1 członka gospodarstwa domowego z tytułu opłat za wstęp do teatrów, instytucji muzycznych i kina (czyli dwóch wyszczególnionych wyżej grup wydatków) wyniosła 36,36 zł (46,56 zł w miastach i 20,40 zł na wsi) i stanowiła 10,0% wydatków gospodarstw na kulturę (10,7% w miastach, 7,9% na wsi).

**Tablica 32. Przeciętne wydatki na niektóre usługi kulturalne na 1 członka gospodarstwa domowego rocznie według grup społeczno-ekonomicznych**

Table 32. Average yearly expenditure on selected cultural services per capita in households by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2018 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolni- ków farmers	pracują- cych na własny rachunek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			emery- tów retirees	renci- stów pen- sioners	
			robotni- czych manual labour posi- tions	niero- botni- czych non- manual labour posi- tions						
W złotych In PLN										
Kina, teatry, koncerty Cinemas, thea- tres, concerts	A	28,80	31,56	16,32	47,88	10,56	54,96	18,00	19,56	7,68
	B	29,64	32,76	15,12	51,24	15,36	45,00	19,80	20,76	12,24
Muzea, biblio- teki, ogrody zoologiczne Museums, librari- es, zoos	A	6,00	7,20	3,84	10,80	1,68	9,24	3,00	3,36	0,48
	B	6,72	7,92	3,84	12,12	2,16	11,28	3,12	3,48	0,72
Naprawa sprzętu RTV RTV equipment service	A	2,40	2,52	1,56	3,48	2,04	2,52	2,28	2,52	0,60
	B	2,28	1,92	1,08	2,76	0,36	1,92	3,84	3,84	4,20
Usługi fotogra- ficzne Photo services	A	5,04	6,00	3,12	9,12	3,48	6,12	2,28	2,52	0,84
	B	5,52	6,00	5,52	6,48	3,96	11,40	2,28	2,28	2,16
Inne usługi w za- kresie kultury Other services in the field of culture	A	102,24	109,20	57,00	165,12	66,36	185,16	70,80	73,32	52,92
	B	112,20	120,36	64,56	178,44	66,12	190,08	81,72	83,52	68,40
Abonament RTV i telewizja kablowa RTV and cable television licence fee	A	91,92	78,00	75,36	80,76	56,52	82,08	146,16	147,60	136,44
	B	98,16	84,36	84,60	84,12	55,08	88,44	156,36	157,08	150,48

Na abonament radiowo-telewizyjny i opłaty za usługi dostarczane przez operatorów telewizji kablowej<sup>6</sup> w 2019 r. gospodarstwa domowe wydały przeciętnie (w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego) 98,16 zł (w 2018 r. 91,92 zł), w miastach 105,24 zł, a na wsi 87,36 zł (w 2018 r. odpowiednio 100,44 zł i 78,48 zł), a udział tych opłat w wydatkach gospodarstw domowych na kulturę ogółem wyniósł 26,9% (w 2018 r. 25,8%), w miastach i na wsi odpowiednio 24,3% i 33,9% (w 2018 r. odpowiednio 23,5% i 31,8%).

Operatorzy telewizji kablowej obsługują przede wszystkim duże miasta i osiedla podmiejskie, dlatego też wydatki na opłaty radiowo-telewizyjne w gospodarstwach domowych na wsi były mniejsze od wydatków gospodarstw miejskich (choć w strukturze wydatków na kulturę opłaty radiowo-telewizyjne zajmują wyższą pozycję na wsi). Również dlatego wydatki gospodarstw rolników są znacznie niższe niż w pozostałych grupach społeczno-ekonomicznych. W 2019 r. wyniosły one 55,08 zł i były prawie 3-krotnie niższe niż wydatki gospodarstw emerytów (przy czym należy mieć na uwadze różnicę w przeciętnej wielkości gospodarstwa domowego). Udział opłat za abonament radiowo-telewizyjny i telewizję kablową w wydatkach na kulturę wahał się w poszczególnych grupach społeczno-ekonomicznych o 30,9 p. proc. od 17,1% w gospodarstwach pracowników najemnych na stanowiskach nierobotniczych i 17,6% w gospodarstwach osób pracujących na własny rachunek, przez 28,8% w gospodarstwach rolników i 35,4% w gospodarstwach pracowników na stanowiskach robotniczych, po 39,8% w gospodarstwach emerytów i 47,4% w gospodarstwach rencistów.

Przeliczone na 1 członka gospodarstwa domowego przeciętne roczne wydatki na usługi fotograficzne (5,52 zł) i naprawę sprzętu audiowizualnego, fotograficznego i do przetwarzania informacji (2,28 zł) stanowiły mało znaczące pozycje w budżetach gospodarstw domowych i ich wydatkach na kulturę, w przeciwieństwie do wydatków na wypożyczanie artykułów i sprzętu związanego z kulturą (w tym m.in. korzystanie z różnych form odpłatnego wypożyczania filmów lub programów telewizyjnych: z wypożyczalni, w formie VOD, pay-per-view itp.), korzystanie z usług oferowanych przez organizacje prowadzące działalność z zakresu kultury i rekreacji oraz artystów i uczestnictwo w różnych imprezach o charakterze sportowym, towarzyskim i podtrzymującym tradycje, ujętych w pozycji „Inne usługi w zakresie kultury”<sup>7</sup>. Na te usługi gospodarstwa domowe wydały na osobę przeciętnie 112,20 zł (w 2018 r. 102,24 zł); co stanowiło 30,8% ich wydatków na kulturę i 0,7% wydatków ogółem. Największe wydatki z tego tytułu poniosły gospodarstwa osób pracujących na własny rachunek (190,08 zł, tj. 37,7% wydatków na kulturę), natomiast najmniej gospodarstwa pracowników najemnych na stanowiskach robotniczych (64,56 zł, tj. 27,0% ich wydatków na kulturę).

Jednocześnie należy zauważyć, że w okresie czasu dzielącym dwie ostatnie edycje badania z 6,4% w 2014 r. do 10,7% w 2019 r. wzrósł odsetek gospodarstw, które korzystały z form odpłatnego wypożyczania filmów i programów telewizyjnych, z czego można wnioskować wzrost popularności tego typu usług kulturalnych.

## 8.6. Ocena zmiany możliwości finansowych zaspokojenia potrzeb gospodarstw domowych związanych z uczestnictwem w kulturze

### 8.6. Evaluation of changes in financial possibilities of meeting the needs of households related to participation in culture

Ponad 3/4 gospodarstw domowych, tj. 76,7% uznało, że ich możliwości finansowe zaspokojenia potrzeb związanych z uczestnictwem w kulturze w 2019 r. nie zmieniły się w porównaniu z rokiem wcześniejszym (w 2014 r. 73,9%), a niespełna 1/10 (tj. 9,1%) oceniła negatywnie („pogorszyły się” lub „bardzo się pogorszyły”) zmianę możliwości zaspokojenia tych potrzeb (w 2014 r. 17,1%). Natomiast 8,4% (w 2014 r. 5,6%) gospodarstw domowych uznało zmianę finansowych możliwości realizowania potrzeb kulturalnych za pozytywną („poprawiły się” lub „bardzo się poprawiły”). Możliwości finansowe nie zmieniły się zdaniem 75,8% gospodarstw domowych w miastach (w 2014 r. 72,8%), negatywnie oceniło je 9,6% tych gospodarstw, natomiast pozytywnie 9,1% miejskich gospodarstw domowych (w 2014 r. odpowiednio 16,9%

<sup>6</sup> Nie uwzględniono opłat abonamentowych za telewizję kablową ujętych w tzw. pakietach telekomunikacyjnych, zaliczanych do działu „Łączność” w klasyfikacji COICOP.

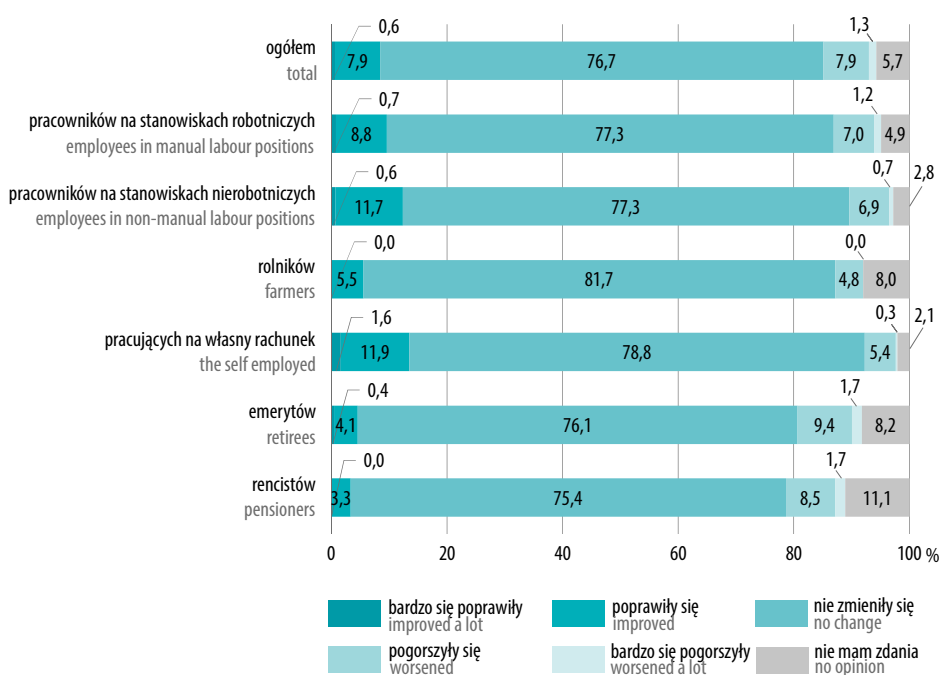
<sup>7</sup> W tej kategorii uwzględniono wydatki sklasyfikowane w następujących podklasach klasyfikacji COICOP: 094111, 094121, 094241, 094291.

i 6,8%). Na wsi odsetek gospodarstw uważających, że możliwości finansowe nie zmieniły się, wyniósł 78,5% (w 2014 r. 76,1%), negatywnie oceniło zmiany 8,2% (w 2014 r. 17,5%), natomiast pozytywnie 7,0% (w 2014 r. 3,1%) gospodarstw wiejskich.

Wśród poszczególnych typów gospodarstw domowych najbardziej stabilne w czasie oceny możliwości finansowego zaspokojenia potrzeb kulturalnych odnotowano wśród gospodarstw rolników, których 81,7% stwierdziło, że ich sytuacja nie uległa zmianie w porównaniu z wcześniejszym rokiem. Najwięcej pozytywnych ocen zmian wydały gospodarstwa osób pracujących na własny rachunek, najwięcej negatywnych – gospodarstwa emerytów.

**Wykres 40. Ocena zmian możliwości finansowych zaspokojenia potrzeb gospodarstwa domowego związanych z kulturą w porównaniu z wcześniejszym rokiem według grup społeczno-ekonomicznych w 2019 r.**

Chart 40. Evaluation of changes in financial possibilities of meeting the needs of households related to participation in culture by socio-economic group in 2019



W ciągu 5-letniego okresu dzielącego dwie ostatnie edycje badania, we wszystkich grupach społeczno-ekonomicznych nastąpiło także znaczne ograniczenie barier finansowych uniemożliwiających zaspokajanie potrzeb kulturalnych gospodarstw, mierzone wskaźnikiem oceny częstotliwości konieczności rezygnacji z zakupu poszczególnych artykułów i usług kulturalnych. W każdej z wyróżnionych grup gospodarstw domowych spadł odsetek gospodarstw, które ze względów finansowych zmuszone były w ciągu roku często lub bardzo często rezygnować z zakupu gazet codziennych, czasopism, książek, filmów, płyt z nagraniami muzycznymi, gier komputerowych, wypożyczania filmów, wyjść do kina, muzeum, teatru, opery, na koncert. Największą poprawę, rozumianą jako średnią różnicę w odsetkach częstej lub bardzo częstej rezygnacji z zakupu wszystkich wyszczególnionych artykułów i usług (w p. proc.), odnotowano w gospodarstwach pracowników na stanowiskach robotniczych, najmniejszą – w gospodarstwach osób pracujących na własny rachunek, choć w tej ostatniej grupie w 2019 r. odsetek gospodarstw rezygnujących z zakupów artykułów i usług był – średnio – najniższy.

Zmiana częstotliwości częstej lub bardzo częstej rezygnacji (w odniesieniu do wszystkich gospodarstw łącznie) w stosunku do 2014 r. najbardziej widoczna była w aspekcie wyjść do kina (spadek o 14,6 p. proc.), zakupów książek dla dorosłych (spadek o 14,1 p. proc.) i wyjść do teatru, opery lub na koncert (spadek o 13,6 p. proc.).

**Tablica 33. Konieczność częstej lub bardzo częstej rezygnacji gospodarstw domowych z zakupu artykułów lub usług kulturalnych ze względów finansowych według grup społeczno-ekonomicznych**

Table 33. Frequent or very frequent resignation of households from purchase of cultural goods or services for financial reasons by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolni- ków farmers	pracują- cych na własny rachu- nek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			emery- tów retirees	renci- stów pen- sioners	
			robotni- czych manual labour posi- tions	niero- botni- czych non- manual labour posi- tions						
w odsetkach in percentage										
Z zakupu gazety codziennej lub czasopisma Purchase of daily newspaper or periodical	A	20,1	17,9	23,6	11,5	21,8	7,3	22,0	19,1	33,5
	B	8,6	6,2	8,2	4,4	5,0	4,4	11,4	10,3	17,8
Z zakupu co najmniej 1 książki dla dzieci Purchase of at least 1 book for children	A	10,8	13,1	17,9	7,7	10,3	4,8	7,3	6,1	12,0
	B	3,7	3,9	5,1	2,8	0,9	2,8	2,9	2,8	3,7
Z zakupu co najmniej 1 książki dla dorosłych Purchase of at least 1 book for adults	A	22,7	21,2	27,6	14,0	22,3	8,2	24,5	21,9	35,0
	B	8,6	7,0	7,6	6,5	3,1	3,7	10,7	9,7	16,5
Z zakupu lub odpłatnego wypożyczenia filmu Purchase or paid rent of a film	A	14,0	15,9	21,1	10,2	12,4	6,7	10,2	8,9	15,1
	B	2,9	3,3	3,3	3,3	1,7	1,8	1,9	1,9	2,3
Z zakupu płyty z nagraniami muzycznymi Purchase of recorded music	A	17,5	19,9	25,9	13,2	15,1	9,0	13,1	11,1	21,0
	B	4,2	4,8	4,7	5,0	1,9	3,1	2,6	2,3	4,7
Z zakupu gry komputerowej Purchase of computer game	A	13,1	16,6	22,0	10,5	15,7	11,1	6,5	5,4	10,9
	B	3,4	4,5	5,7	3,4	3,5	2,2	1,1	0,5	4,2
Z wyjścia do muzeum lub na wystawę Going to museum or exhibition	A	19,8	20,4	25,9	14,3	17,3	9,5	18,9	17,5	24,6
	B	6,3	5,8	6,7	4,9	6,7	1,8	6,8	6,1	11,5
Z wyjścia do kina Going to cinema	A	23,2	24,6	32,3	16,1	20,1	10,9	21,0	19,3	27,4
	B	8,6	8,0	9,0	7,0	8,2	5,6	8,6	8,0	12,1
Z wyjścia do teatru, opery lub na koncert Going to theatre, opera or concert	A	22,1	23,4	29,0	17,2	18,8	11,2	20,2	19,0	24,7
	B	8,5	7,7	8,1	7,2	7,5	4,0	9,6	9,3	11,3

## Rozdział 9

### Chapter 9

## Wyposażenie gospodarstw domowych w artykuły użytku kulturalnego

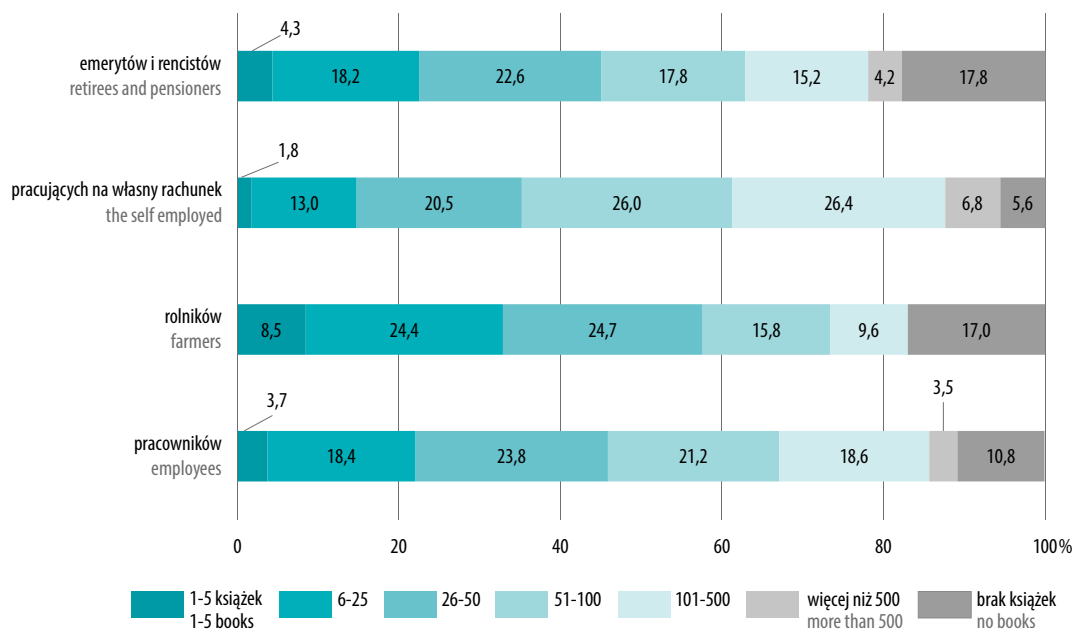
### Households equipped with articles of cultural use

#### 9.1. Książki

##### 9.1. Books

W 2019 r. książki inne niż podręczniki szkolne i akademickie posiadało 86,4% gospodarstw domowych (w 2014 r. – 88,3%), w miastach – 88,6%, a na wsi – 81,9% (w 2014 r. odpowiednio 90,1% i 84,5%). Spośród wszystkich gospodarstw 73,2% dysponowało pozycjami literatury pięknej (beletrystycznej), 71,8% posiadało encyklopedie, słowniki, leksykony lub atlasy, a 54,5% – wydawnictwa poradnikowe (w miastach odpowiednio: 77,7%, 73,1% i 56,2% oraz na wsi odpowiednio: 63,9%, 69,1% i 50,9%). Najwięcej książek naukowych posiadały gospodarstwa pracujących na własny rachunek – 56,6% (w miastach 62,1%, na wsi 43,5%).

**Wykres 41. Gospodarstwa domowe według liczby posiadanych książek w 2019 r.**  
Chart 41. Households by number of books collected in 2019



Tylko w gospodarstwach emerytów odsetek gospodarstw posiadających książki zwiększył się w porównaniu z 2014 r. a w pozostałych grupach zmniejszył się.

**Tablica 34. Gospodarstwa domowe posiadające książki**

Table 34. Households collecting books

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		razem total	pracowników employees		rolni- ków farmers	pracu- jących na własny rachu- nek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners			
			na stanowiskach in				razem total	emery- tów retirees	renci- stów pen- sioners	
			robot- niczych manual labour posi- tions	niero- botni- czych non- manual labour posi- tions						
		w % in %								
Ogółem Grand total	A	88,3	92,4	88,6	96,6	91,0	97,9	81,4	82,1	79,0
	B	86,4	89,2	85,9	92,2	83,0	94,5	82,3	83,6	73,7
Ogółem=100 Grand total = 100										
literatura piękna (bele- trystyka) belles-letters	A	71,6	75,2	66,4	84,9	61,4	83,6	67,7	69,9	59,1
	B	73,2	75,8	67,3	83,5	57,0	83,4	70,4	72,1	60,3
słowniki, encyklo- pedie, leksykony lub atlasy <sup>a</sup> dictionaries, encyclo- pedias, lexicons or atlases <sup>a</sup>	A	75,4	81,8	75,9	88,3	73,3	90,9	65,7	67,3	59,4
	B	71,8	75,8	71,5	79,6	73,5	80,5	65,8	67,8	53,6
wydawnictwa porad- nikowe guides and manuals publications	A	56,3	61,0	52,2	70,7	51,7	71,1	50,3	52,4	42,3
	B	54,5	56,4	49,4	62,8	50,0	66,1	50,9	52,4	41,9

a 2014 r. – słowniki, encyklopedie, leksykony  
a 2014 – dictionaries, encyclopedias, lexicons

Pod względem liczebności księgozbioru biblioteki gospodarstw domowych były zróżnicowane. Wśród gospodarstw pracowników najwyższy był odsetek gospodarstw posiadających od 26–50 książek – 23,8% (w 2014 r. 28,7%). W gospodarstwach rolników także najwyższy był odsetek gospodarstw posiadających od 26–50 książek – 24,7% (w 2014 r. 27,2%). Wśród gospodarstw emerytów i rencistów również przeważały gospodarstwa posiadające od 26–50 książek (22,6%).

W miastach oraz na wsi przeważały gospodarstwa posiadające zbiory książek od 26–50 egzemplarzy (odpowiednio 21,7% i 25,5%). Zmniejszyła się liczba gospodarstw, które deklarowały posiadanie księgozbioru liczącego więcej niż 100 egzemplarzy (z 18,7% w 2014 r. do 17,4% w 2019 r.). Ponad 100–500 książek posiadało 26,4% gospodarstw pracujących na własny rachunek, 18,6% gospodarstw pracowników, 15,2% gospodarstw emerytów i rencistów oraz 9,6% gospodarstw rolników.

W 2019 r. przyrost księgozbioru domowego w efekcie zakupu, otrzymania książki w prezencie lub uzyskania w inny sposób deklarowało 62,3% gospodarstw domowych (66,9% w miastach i 52,8% na wsi). Najwyższy odsetek gospodarstw, w których zwiększył się księgozbiór, odnotowano w grupie gospodarstw pracujących na własny rachunek – 81,6%. Wśród gospodarstw pracowników wyniósł on 70,9%, rolników – 49,8%, a emerytów i rencistów – 48,4%.

**Tablica 35. Gospodarstwa domowe posiadające książki według rodzaju literatury i wykształcenia osoby odniesienia**

Table 35. Households collecting books by genre of literature and level of education of reference person

Wyszczególnienie Specification  A – 2014 B – 2019	Ogółem Grand total	Wykształcenie Level of education				
		wyższe tertiary	średnie upper sec- ondary	zasadnicze zawodowe basic vo- cational	pozostałe other	
		w % in %				
Ogółem Grand total	A	88,3	98,1	92,1	86,0	68,0
	B	86,4	94,3	90,4	81,0	68,1
w tym: of which:						
literatura piękna (bele- trystyka) belles-letters	A	71,6	90,7	82,3	76,6	66,6
	B	73,2	92,7	86,3	77,9	72,4

Wśród gospodarstw posiadających książki, najwyższy odsetek gospodarstw z powiększonym w ciągu roku księgozbiorem odnotowano w grupie gospodarstw, w których osoba odniesienia miała wykształcenie wyższe – 90,6%. Wzrost liczby książek w ciągu roku deklarowało 73,9% gospodarstw, w których osoba odniesienia posiadała wykształcenie średnie, 58,3% – zasadnicze zawodowe i 44,6% – gimnazjalne, podstawowe lub była bez wykształcenia. Podobne relacje (wykształcenie – wielkość księgozbioru) odnotowano również w odniesieniu do gospodarstw, w których przybyły w ciągu roku książki beletrystyczne, a także w wersji cyfrowej.

W 2019 r. odnotowano wzrost, w porównaniu z 2014 r., posiadania przez gospodarstwa domowe książek w wersji cyfrowej. Spośród badanych gospodarstw domowych, 19,5% (w 2014 r. 13,3%) deklarowało posiadanie książek również w wersji cyfrowej; w miastach 22,2%, na wsi 13,8% (w 2014 r. odpowiednio 15,4% i 8,7%). W miastach liczących 500 tys. mieszkańców lub więcej odsetek ten wyniósł 32,4% (w 2014 r. 27,8%), a 14,9% w miastach liczących poniżej 20 tys. mieszkańców (w 2014 r. 8,8%). Najwięcej gospodarstw domowych deklarowało posiadanie do 5 książek w wersji cyfrowej (11,0% ogólnej liczby). Wśród grup społeczno-ekonomicznych najwyższy odsetek gospodarstw domowych posiadających książki w wersji cyfrowej odnotowano w gospodarstwach pracujących na własny rachunek – 31,5% (w 2014 r. 17,2%).

W 2019 r. w porównaniu z 2014 r. dwukrotnie zwiększyła się liczba gospodarstw domowych posiadających czytniki e-book i wyniosła 12,0% (w miastach 14,0%, na wsi 8,0%), w 2014 r. – 5,8% (w miastach 8,2%, na wsi 4,7%). Największy odsetek gospodarstw domowych dysponujących czytnikiem e-booków odnotowano w gospodarstwach pracujących na własny rachunek 26,7% (w 2014 r. 10,0%), najmniejszy w gospodarstwach emerytów i rencistów 4,6% (w 2014 r. 1,8%).

## 9.2. Sprzęt audiowizualny i komputerowy oraz nośniki dźwięku i obrazu

### 9.2. Audio-visual and computer equipment and recording media

Domowe urządzenia multimedialne i sprzęt audiowizualny są najbardziej powszechną formą aktywności kulturalnej, która może być realizowana w domu. Dzięki bogatej ofercie rynkowej wzrasta wyposażenie gospodarstw domowych w najnowszy sprzęt audiowizualny. Urządzenia audiowizualne nowej generacji z racji zaawansowania technologicznego radykalnie poprawiają domowe formy aktywności kulturalnej a jednocześnie przyczyniają się do ograniczania form kontaktu z tradycyjnymi sposobami przekazu kul-



turalnego jakimi są teatr, kino czy muzeum. Powszechny dostęp do Internetu czyni wirtualne korzystanie z kultury równie atrakcyjne jak bezpośrednie.

Ciągle jednak najpowszechniejszą formą aktywności kulturalnej w gospodarstwach domowych jest oglądanie telewizji. W 2019 r. na 1000 gospodarstw domowych przypadało o 23 telewizory więcej w porównaniu z 2014 r. Telewizor posiadało 95,9% gospodarstw domowych (w 2014 r. 96,7%). W 2019 r. podobnie jak w 2014 r. najwyższy odsetek gospodarstw domowych posiadających odbiornik telewizyjny odnotowano w grupie rolników (99,7%).

Blisko 3/5 gospodarstw (62,6%) dysponowało urządzeniem do odbioru telewizji satelitarnej lub korzystało z usług operatora sieci telewizji kablowej (w 2014 r. 65,9%). Urządzenie do odbioru TV cyfrowej posiadało 72,0% gospodarstw (w 2014 r. 83,1%), urządzenie do odbioru telewizji satelitarnej 33,5% (w 2014 r. 33,6%), urządzenie do odbioru telewizji kablowej 29,7% gospodarstw (w 2014 r. 33,0%), urządzenie do odbioru naziemnej telewizji cyfrowej z MPEG-4 11,4% gospodarstw (w 2014 r. 21,1%).

Radio, radiomagnetofon, radio z odtwarzaczem płyt kompaktowych lub radiomagnetofon z odtwarzaczem płyt kompaktowych lub wieżę posiadało w 2019 r. 63,9% gospodarstw domowych (w 2014 r. 63,5% gospodarstw posiadało radio, radiomagnetofon, radio z odtwarzaczem płyt kompaktowych lub radiomagnetofon z odtwarzaczem płyt kompaktowych i 31,9% wieżę). Największy odsetek gospodarstw posiadających ww. sprzęt odnotowano w gospodarstwach rolników – 76,8%.

Na 1000 gospodarstw domowych 709 z nich wyposażonych było w 2019 r. w radio, radiomagnetofon, radio z odtwarzaczem płyt kompaktowych lub radio magnetofon z odtwarzaczem płyt kompaktowych lub wieżę. Najwięcej tego rodzaju sprzętu na 1000 gospodarstw posiadały gospodarstwa rolników (922).

Korzystając z odpowiednich aplikacji zainstalowanych w telefonie komórkowym i smartfonie możemy m. in. słuchać radia, muzyki, oglądać TV, a za pomocą stosownych aplikacji oglądać filmy wcześniej dostępne na płytach CD lub DVD a także łączyć się z multimedialnymi platformami (portalami) internetowymi. Wzrasta odsetek gospodarstw wyposażonych w smartfony. W 2019 r. smartfon posiadało 72,1% gospodarstw domowych (73,9% w miastach i 68,2% na wsi) w 2018 r. odpowiednio: 67,5%, 69,5%, 63,4%, na 1000 gospodarstw domowych przypadało 1591 smartfonów (w 2018 r. 1440).

Warto odnotować, w porównaniu z 2018 r., wzrost odsetka gospodarstw domowych posiadających konsole do gier (z 13,3% do 14,4%) oraz niewielkie zmniejszenie odsetka gospodarstw domowych posiadających zestaw kina domowego (z 12,2% do 12,0%).

Urządzenie do odbioru telewizji satelitarnej lub kablowej posiadało 69,1% gospodarstw pracujących na własny rachunek, podczas gdy gospodarstw pracowników 66,6%, gospodarstw emerytów i rencistów 57,4% oraz 55,0% gospodarstw rolników. Urządzenia multimedialne wykorzystujące nowe technologie powodują, że gospodarstwa domowe często rezygnują z posiadania sprzętu audiowizualnego zajmującego wiele miejsca i powielającego funkcje komputera czy telefonu np. wieży czy komputera stacjonarnego. Odsetki gospodarstw domowych wyposażonych w tradycyjny sprzęt audiowizualny obniżają się, wzrasta natomiast odsetek gospodarstw domowych posiadających komputery z dostępem do Internetu oraz telefony komórkowe i smartfony. W 2019 r. na 1000 gospodarstw domowych przypadało 1039 komputerów osobistych, w tym 851 laptopów (w 2014 r. 1005, w tym 684 laptopów). Na 1000 gospodarstw w miastach przypadało 1068 komputerów osobistych podczas gdy na wsi 978 (w 2014 r. 1050 i 913). Urządzenie z dostępem do Internetu, na 1000 gospodarstw domowych posiadało 2631 gospodarstw (w miastach 2620 a na wsi 2654) a smartfon 1591 gospodarstw (w miastach 1551 a na wsi 1673). W 2019 r. komputer osobisty posiadało 72,8% gospodarstw domowych, w tym 63,4% laptop. Urządzenie z dostępem do Internetu posiadało 80,2% gospodarstw, w miastach 81,5% a na wsi 77,5%.

**Tablica 36. Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny według miejsca zamieszkania**

Table 36. Households equipped with selected audio-visual equipment by place of residence

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Grand total		Miasta Urban areas		Wieś Rural areas	
	2014	2019	2014	2019	2014	2019
	na 1000 gospodarstw w sztukach per 1000 households in pieces					
Telewizor Television	1273	1296	1245	1238	1331	1416
Urządzenie do odbioru telewizji satelitarnej lub kablowej Device for receiving satellite or cable television	701	688	749	732	604	596
Urządzenie do odbioru telewizji cyfrowej Device for receiving digital television	927	811	917	835	948	762
Zestaw kina domowego Home theatre system	137	121	149	129	113	103
Komputer osobisty Personal computer	1005	1039	1050	1068	913	978
w tym laptop in which laptop	684	851	745	881	557	788

Uwagę zwraca zróżnicowanie odsetka gospodarstw według grup społeczno-ekonomicznych posiadających urządzenie z dostępem do Internetu. Spośród gospodarstw pracujących na własny rachunek – 97,4% posiadało urządzenie z dostępem do Internetu, a w pozostałych grupach – odpowiednio: w gospodarstwach pracowników – 95,5%, w gospodarstwach rolników – 89,8% a w gospodarstwach emerytów i rencistów – 52,2%.

Niewiele zwiększył się w porównaniu z 2014 r. odsetek gospodarstw posiadających nagrywarkę DVD lub Blu-Ray. Urządzenia te posiadało w 2019 r. 27,6% gospodarstw domowych (w 2014 r. 27,4%), w miastach 28,7% i na wsi 25,4%, natomiast według grup społeczno-ekonomicznych: 14,8% gospodarstw emerytów i rencistów, 32,7% gospodarstw rolników, 35,3% gospodarstw pracowników i 40,9% gospodarstw pracujących na własny rachunek.

W 2019 r. w porównaniu z 2014 r. obniżył się zdecydowanie odsetek gospodarstw domowych deklarujących gromadzenie nośników z nagraniami muzycznymi. Nagrania muzyczne na kasetach magnetofonowych, płytach gramofonowych lub kompaktowych czy zapisane na dyskach komputerowych lub w innej formie w 2019 r. gromadziło 37,4% gospodarstw domowych (o 13,6 p. proc. mniej niż w 2014 r.), 39,7% gospodarstw miejskich i 32,4% mieszkających na wsi (w 2014 r. odpowiednio 53,6% i 45,4%), a w poszczególnych typach gospodarstw domowych: 23,1% gospodarstw emerytów i rencistów, 37,9% gospodarstw rolników, 45,3% gospodarstw pracowników i 55,3% gospodarstw pracujących na własny rachunek, w 2014 r. odpowiednio: 31,3%, 56,5%, 61,9%, 67,2%.

W 2019 r. 31,1% gospodarstw domowych przyznało, że zakupiło nośniki z nagraniami muzycznymi, wśród nich 98,3% zakupów dotyczyło płyt CD lub DVD a 11,8% płyt gramofonowych. W porównaniu z 2014 r. nastąpił bardzo duży spadek zakupów w gospodarstwach domowych płyt CD lub DVD (o 68,6 p. proc.). W 2019 r. znacząco zmalał odsetek posiadanych przez gospodarstwa nośników z nagraniami filmami fabularnymi. Znajdowały się one w posiadaniu 22,5% gospodarstw domowych (w 2014 r. – 50,6%). W 2019 r. z odpłatnego wypożyczania filmów lub programów skorzystało 10,7% gospodarstw domowych (12,8% w miastach i 6,4% na wsi). Wśród grup społeczno-ekonomicznych najwięcej z odpłatnego wypożyczania korzystały gospodarstwa pracujących na własny rachunek (21,8%) oraz gospodarstwa pracowników (16,2%).

## 9.3. Instrumenty muzyczne

### 9.3. Musical instruments

O uczestnictwie w kulturze świadczy nie tylko korzystanie z oferty instytucji oferujących profesjonalne wydarzenia kulturalne ale również realizowane w domu praktyki kulturalne. Każdy instrument muzyczny przechowywany czy użytkowany w gospodarstwie domowym może być dowodem toczącego się w nim życia kulturalnego.

**Tablica 37. Gospodarstwa domowe posiadające instrumenty muzyczne w 2019 r**

Table 37. Households with musical instruments in 2019

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Grand total	W tym gospodarstwa domowe Of which households of								
		pracowników employees				rolni- ków farmers	pracują- cych na własny rachu- nek the self em- ployed	emerytów i rencistów retirees and pensioners		
		razem total	na stanowiskach in		razem total			emery- tów retirees	renci- stów pen- sioners	
			robotni- czych manual labour posi- tions	niero- botni- czych non- manual labour posi- tions						
w % in %										
Fortepian lub pianino Grand piano or up- right piano	4,6	5,1	2,0	7,8	1,8	11,2	3,0	3,1	2,3	
Akordeon lub har- monia Accordion or button accordion	2,1	2,3	2,5	2,1	2,8	2,6	1,5	1,5	1,8	
Skrzypce Violin	1,1	1,3	0,7	1,9	–	1,3	0,8	0,7	1,2	
Gitara Guitar	10,3	13,8	9,5	17,7	10,4	19,1	4,0	3,8	5,1	
Flet Flute	7,4	10,5	9,6	11,3	11,2	11,5	1,4	1,3	2,1	
Inny instrument muzyczny Other musical instru- ment	5,5	7,2	5,4	8,9	7,2	10,0	2,0	2,2	0,9	

W 2019 r. posiadanie co najmniej jednego instrumentu muzycznego deklarowało 21,9% gospodarstw domowych. Gitarę posiadało 10,3% gospodarstw, 7,4% flet (poprzeczny, prosty), 4,6% fortepian lub pianino (lub inny instrument klawiszowy), akordeon lub harmonię 2,1%, skrzypce 1,1%. Inny niż wymieniony wyżej instrument muzyczny posiadało 5,5% gospodarstw domowych. Najwyższy odsetek gospodarstw posiadających co najmniej jeden instrument odnotowano w grupie gospodarstw, w których osoba odniesienia posiadała wykształcenie wyższe – 34,4%. Wśród grup społeczno-ekonomicznych największy odsetek gospodarstw posiadających co najmniej jeden instrument obejmował gospodarstwa pracujących na własny rachunek – 36,4%. Różnica w posiadaniu co najmniej jednego instrumentu przez gospodarstwa domowe mieszkające w miastach i na wsi wynosiła 2,5 p. proc. Zarówno w miastach jaki na wsi najpopularniejszym instrumentem w gospodarstwach domowych była gitara (w miastach 10,6% i na wsi 9,8%).

## 9.4. Dzieła sztuki i antyki oraz przedmioty rękodzieła artystycznego

### 9.4. Works of art and antiques and artistic handicraft items

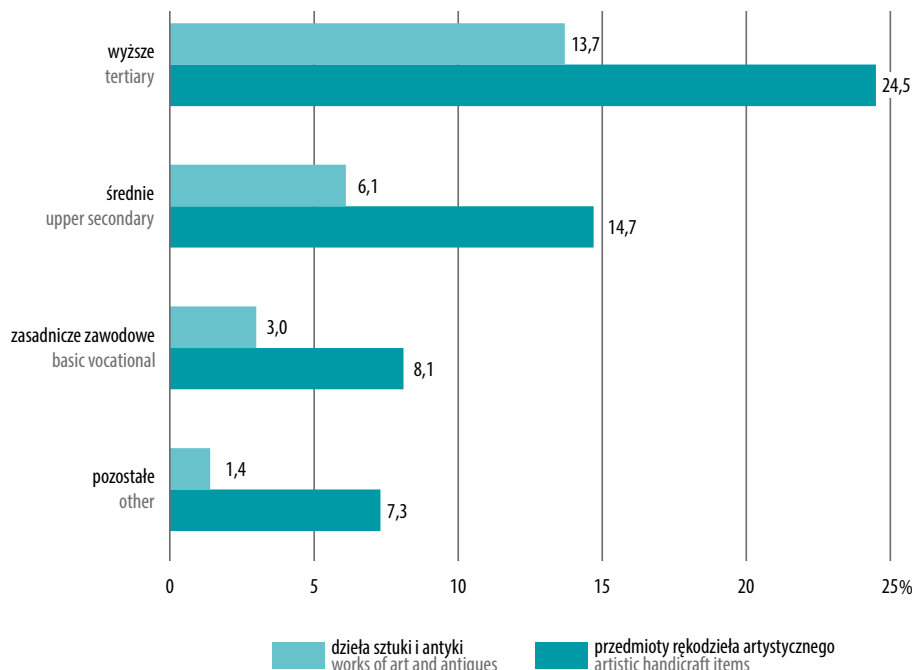
Gromadzenie, posiadanie dzieł sztuki i antyków oraz przedmiotów rękodzieła artystycznego jest istotnym składnikiem praktyk kulturalnych gospodarstw domowych.

W 2019 r. w porównaniu z 2014 r. odsetek gospodarstw domowych posiadających dzieła sztuki i antyki nie zmienił się i wynosił 6,7%, zwiększył się natomiast – o 1,8 p. proc. odsetek gospodarstw domowych posiadających przedmioty rękodzieła artystycznego.

W miastach 7,5% gospodarstw domowych deklaruowało posiadanie dzieł sztuki i antyków a 15,5% przedmiotów rękodzieła artystycznego, w 2014 r. odpowiednio: 7,8% i 13,9%. Na wsi natomiast 5,0% gospodarstw posiadało dzieła sztuki i antyki i 12,7% przedmioty rękodzieła artystycznego, w 2014 r. odpowiednio: 4,4% i 10,6%.

#### Wykres 42. Gospodarstwa domowe posiadające dzieła sztuki i antyki oraz przedmioty rękodzieła artystycznego według wykształcenia osoby odniesienia w 2019 r.

Chart 42. Households with works of art and antiques and artistic handicraft items by level of education of reference person in 2019



W 2019 r., podobnie jak w 2014 r., odsetek gospodarstw domowych, w których przybyło w ciągu roku przedmiotów rękodzieła artystycznego był większy niż odsetek tych, które wzbogaciły kolekcję antyków i dzieł sztuki i wynosił 6,4% dla przedmiotów rękodzieła artystycznego i 1,0% dla antyków i dzieł sztuki. Gospodarstwa domowe, zarówno w miastach jak i na wsi, deklaruowały w 2019 r. zwiększenie liczby posiadanych przedmiotów rękodzieła artystycznego oraz dzieł sztuki i antyków. Według grup społeczno-ekonomicznych (zarówno w 2014 r. i w 2019 r.) największy odsetek gospodarstw domowych, w których znajdowały się dzieła sztuki i antyki stanowiły gospodarstwa pracujących na własny rachunek (odpowiednio: 13,2% i 10,9%), a najmniejszy gospodarstwa rolników (odpowiednio 2,6% i 2,0%). z racji zaawansowania technologicznego radykalnie poprawiają domowe formy aktywności kulturalnej a jednocześnie przyczyniają się do ograniczania form kontaktu z tradycyjnymi sposobami przekazu kulturalnego jakimi są teatr, kino czy muzeum. Powszechny dostęp do Internetu czyni wirtualne korzystanie z kultury równie atrakcyjne jak bezpośrednie.

## Uwagi metodologiczne (ogólne)

Publikacja została opracowana na podstawie wyników badania ankietowego na temat uczestnictwa ludności w kulturze przeprowadzonego w styczniu 2020 r. Badanie zostało zrealizowane na próbie gospodarstw domowych biorących udział w badaniu budżetów gospodarstw domowych w IV kwartale 2019 r. i było kolejnym badaniem w cyklu badania modułowe. Badanie ankietowe *Uczestnictwo ludności w kulturze* jest badaniem cyklicznym prowadzonym co 5 lat.

## Cel badania

Celem badania było dostarczenie informacji o formach aktywności kulturalnej ludności i częstotliwości uczestnictwa w życiu kulturalnym, korzystaniu z oferty podmiotów kultury, rozwijaniu zainteresowań artystycznych i hobbystycznych w obszarze kultury oraz korzystaniu ze współczesnych środków komunikacji, jak również o ocenie możliwości korzystania z oferty kulturalnej i realizacji własnych zainteresowań w oparciu o podmioty kultury.

Informacje pozyskane w badaniu przedstawiono w połączeniu z cechami badanych gospodarstw (typ społeczno-ekonomiczny gospodarstwa domowego, wyposażenie w artykuły użytku kulturalnego) i osób (wiek, płeć i miejsce zamieszkania oraz wykształcenie osób ankietowanych).

## Charakterystyka metody badawczej

Badanie modułowe *Uczestnictwo ludności w kulturze* przeprowadzono metodą reprezentacyjną na próbie gospodarstw domowych biorących udział w badaniu budżetów gospodarstw domowych w IV kwartale 2019 r.

Badanie zostało przeprowadzone bezpośrednio po zakończeniu wywiadu kwartalnego na kwestionariuszu BR-04 (*Informacje uzupełniające o gospodarstwie domowym*) z gospodarstwami domowymi w styczniu 2020 r. przez ankierów, zatrudnionych w urzędach statystycznych, realizujących badanie budżetów gospodarstw domowych w terenie. Zastosowanie takiej metody pozwala na wykorzystanie w celach analitycznych pewnych informacji uzyskanych od respondentów w badaniu budżetów gospodarstw domowych, bez powtórnego zadawania tych samych pytań (m.in. o dochody lub skład gospodarstwa domowego).

W badaniach reprezentacyjnych budżetów gospodarstw domowych stosowana jest metoda rotacji miesięcznej, co oznacza, że w ciągu roku podejmują badanie w każdym miesiącu inne gospodarstwa domowe. W schemacie doboru próby do badania<sup>8</sup> budżetów gospodarstw domowych zastosowano dwustopniowy, warstwowy schemat losowania z różnym prawdopodobieństwem wyboru na I stopniu. Jednostkami losowania pierwszego stopnia były rejony statystyczne lub zespoły rejonów, a na drugim stopniu losowane były mieszkania.

Operat losowania jednostek I stopnia stanowiły wykazy rejonów statystycznych opracowane dla potrzeb Narodowego Spisu Powszechnego, aktualizowane co roku o zmiany wynikające z podziału administracyjnego kraju, z nowego budownictwa oraz z ubytków w starym budownictwie lub zmian przeznaczenia lokali. Dla każdego rejonu zostały zapisane w operacie informacje dotyczące cech adresowych oraz dane o liczbie ludności i liczbie mieszkań.

Badanie modułowe jest zintegrowane z badaniem podstawowym budżetów gospodarstw domowych poprzez numer gospodarstwa domowego i powiązane z danymi zbieranymi w kwestionariuszu BR-01a (*Karta statystyczna gospodarstwa domowego*) o gospodarstwie domowym i jego członkach, w kwestionariuszu BR-04 (*Informacje uzupełniające o gospodarstwie domowym*) oraz z wydatkami gospodarstwa domowego opracowywanymi na podstawie *Książeczki budżetu gospodarstwa domowego* – BR-01.

<sup>8</sup> Szczegółowy opis metodologii badania budżetów gospodarstw domowych, w tym doboru próby do badania, zamieszczony jest w Zeszytcie metodologicznym. Badanie budżetów gospodarstw domowych. (2018). Warszawa: GUS.

## Narzędzia badawcze

Narzędziami badania były dwa kwestionariusze: DS-58G *Kultura w gospodarstwach domowych*. Kwestionariusz gospodarstwa domowego oraz DS-58I *Uczestnictwo ludności w kulturze. Kwestionariusz indywidualny*.

Kwestionariusz dla gospodarstwa domowego (DS-58G) składał się z pięciu działów i był wypełniany w oparciu o informacje dotyczące całego badanego gospodarstwa domowego, przekazane przez tzw. osobę odniesienia<sup>9</sup>. Zawarte w nim pytania dotyczyły przede wszystkim charakterystyki gospodarstwa domowego (Dział 1) i realizacji wywiadu (Dział 5), posiadania i zakupu książek i czasopism (Dział 2), posiadania i korzystania z mediów audiowizualnych (Dział 3), posiadania instrumentów muzycznych, dzieł sztuki i antyków oraz przedmiotów rękodzieła artystycznego a także opinii dotyczących zaspokojenia potrzeb kulturalnych gospodarstwa domowego w kontekście możliwości finansowych i oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania w porównaniu z sytuacją w 2018 r. (Dział 4).

Dział 1 kwestionariusza (5 pytań) odnosił się do cech społeczno-demograficznych gospodarstwa domowego. Poza danymi identyfikującymi gospodarstwa, znalazły się tam informacje o głównym źródle utrzymania gospodarstwa domowego oraz jego składzie osobowym (liczba osób w wieku 15 lat lub więcej, w tym osób, z którymi przeprowadzono wywiad).

Pytania zawarte w Dziale 2 „Książki i czasopisma w gospodarstwie domowym” (6 pytań), dotyczyły liczby posiadanych oraz zakupionych i otrzymanych przez gospodarstwo domowe książek, zakupu gazet i czasopism oraz prenumeraty prasy. Pytania związane z zakupem wydawnictw nieperiodycznych dotyczyły okresu 12 miesięcy poprzedzających badanie, natomiast odnoszące się do gazet i czasopism – 3 miesięcy poprzedzających moment przeprowadzenia wywiadu.

Dział 3 „Media audiowizualne w gospodarstwie domowym” (7 pytań), dotyczył liczby zakupionych lub otrzymanych nośników dźwięku i obrazu (płyty gramofonowe, płyty CD i DVD) oraz korzystania z wypożyczenia filmów lub programów telewizyjnych (wideo na życzenie, pay-per view itp.) w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie.

W Dziale 4 „Inne informacje o gospodarstwie domowym” (10 pytań), pytano o posiadanie instrumentów muzycznych (fortepian lub pianino, akordeon lub harmonia, skrzypce, gitara, flet oraz inne instrumenty) oraz o posiadanie i zakup dzieł sztuki, antyków i przedmiotów rękodzieła artystycznego. Pytania dotyczyły także zwyczajów związanych z różnymi uroczystościami (i okresem świątecznym) w gospodarstwie domowym. Pytano o występowanie sytuacji, w których w gospodarstwie domowym musiano zrezygnować z zakupów artykułów użytku kulturalnego lub form uczestnictwa w kulturze ze względów finansowych – w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie oraz oceny możliwości finansowych zaspokojenia potrzeb kulturalnych gospodarstwa, możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty w miejscu zamieszkania oraz oceny tej oferty w porównaniu z sytuacją w 2018 r.

Dział 5 (3 pytania) dotyczył realizacji wywiadu. W przypadku, gdy wywiad nie został przeprowadzony, odnotowywano przyczynę niezyskania odpowiedzi.

Narzędziem badania członków gospodarstwa domowego w wieku 15 lat lub więcej był kwestionariusz indywidualny o symbolu DS-58I *Uczestnictwo ludności w kulturze*, składający się z 11 działów. Działy: „Kultura” (3 pytania), „Pamięć zbiorowa” (7 pytań), „Telewizja, film, radio” (7 pytań), „Korzystanie z komputera, Internetu” (6 pytań), „Czytelnictwo” (9 pytań), „Muzyka, teatr” (8 pytań), „Rozrywka, życie towarzyskie” (8 pytań), „Zwiedzanie” (4 pytań), „Domy kultury, inne lokalne instytucje kultury, działalność amatorska i hobbystyczna” (8 pytań) miały charakter merytoryczny. Podobnie jak w przypadku kwestionariusza dla gospodarstwa domowego dwa działy miały charakter techniczny: Dział 1. „Charakterystyka osoby” (3 pytania) i Dział 11. „Realizacja wywiadu” (3 pytania).

Dział 2. „Kultura” liczył 3 pytania i dotyczył skojarzeń ze słowem „kultura”, oceny ważności kultury i cech człowieka kulturalnego.

W dziale 3 „Pamięć zbiorowa” (7 pytań) respondent był pytany o zainteresowanie historią, znaczenie i kultywowanie tradycji oraz o posiadanie biało-czerwonej flagi i sposoby obchodzenia Święta Narodowego 11 listopada.

<sup>9</sup> Osobą odniesienia jest osoba, która ukończyła 16 lat i osiąga najwyższy dochód spośród wszystkich członków gospodarstwa domowego.



Dział 4 „Telewizja, film, radio” (7 pytań), odnosił się do korzystania z mediów audiowizualnych – telewizji i radia oraz uczęszczania do kina i oglądania filmów fabularnych. Pytania dotyczyły częstotliwości oglądania programów telewizyjnych oraz słuchania audycji radiowych, częstotliwości oglądania filmów fabularnych oraz uczęszczania do kina, jak również zastępczej roli telewizji wobec innych form uczestnictwa w kulturze („Czy telewizja może zastąpić?” – czytelnictwo, uczęszczanie do kina, teatru, muzeum, na koncert, słuchanie radia itp.).

Dział 5 „Korzystanie z komputera, Internetu” (6 pytań) dotyczył korzystania z komputera: częstotliwości używania, miejsca korzystania (w domu, w pracy lub w szkole) i celu, do jakiego komputer jest wykorzystywany, a także częstotliwości korzystania z różnych urządzeń multimedialnych. Pytano też o korzystanie z Internetu: jak często i w jakim celu respondent korzysta z Internetu. Dodatkowe pytanie, podobnie jak w Dziale 3, dotyczyło opinii o zastępczej funkcji Internetu („Czy korzystanie z Internetu może zastąpić?...”).

W Dziale 6 „Czytelnictwo” (9 pytań) respondent był pytany o liczbę i rodzaj książek przeczytanych w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie i ich dziedzinę, a także o to, jak często czyta gazety codzienne i czasopisma oraz korzysta z biblioteki. Dodatkowe pytanie dotyczyło uczestnictwa w spotkaniach autorskich.

Dział 7 „Muzyka, teatr” (8 pytań) dotyczył aktywności związanej z muzyką i teatrem w okresie 12 miesięcy poprzedzających badanie. Oprócz pytań o to, jak często uczęszcza do instytucji artystycznych (teatr, opera i operetka, filharmonia) oraz na przedstawienia taneczne lub baletowe i koncerty (inne niż filharmoniczne), respondent pytany był jak często słucha muzyki i o rodzaj nośnika, z jakiego korzysta do jej słuchania.

W Dziale 8 „Rozrywka, życie towarzyskie” (8 pytań), osoby ankietowane odpowiadały na pytania o to, jak często uczęszczały na imprezy estradowe lub kabaretowe, do cyrku lub na rewię, do wesołego miasteczka, salonu gier lub kasyna, chodziły potańczyć do dyskoteki, klubu lub na dancing, na spotkania towarzyskie oraz imprezy sportowe, a także o udział w festiwalach muzycznych, filmowych, teatralnych itp.

W Dziale 8 „Zwiedzanie” (4 pytania), pytania odnosiły się do częstości zwiedzania zabytków historycznych, muzeów lub galerii sztuki w kraju i za granicą, a także o chodzenie do ogrodu zoologicznego, botanicznego lub planetarium.

Dział 9 „Domy kultury, inne lokalne instytucje kultury, działalność amatorska i hobbystyczna” (8 pytań) odnosił się do korzystania z oferty instytucji, których głównym zadaniem jest upowszechnianie kultury oraz rozwijanie amatorskiej aktywności artystycznej i hobbystycznej – centrów, domów i ośrodków kultury oraz klubów i działalności kulturalnej prowadzonej przez instytucje przykościelne. Respondent pytany był o korzystanie z różnych form uczestnictwa w ofercie tych instytucji, a także o formy działalności hobbystycznej, jakim poświęca czas. Proszony był również o ocenę posiadanej ilości czasu wolnego i sposobu jego wykorzystania. Pytano również o poziom wykształcenia rodziców respondenta.

Dzięki zintegrowaniu z badaniem podstawowym budżetów gospodarstw domowych możliwe było wykorzystanie niektórych informacji o:

- grupie społeczno-ekonomicznej (gospodarstwa pracowników, gospodarstwa rolników, gospodarstwa pracujących na własny rachunek, gospodarstwa emerytów i rencistów oraz gospodarstwa utrzymujące się z niezarobkowych źródeł – nieprezentowane w niniejszej publikacji),
- miejscu zamieszkania (klasy miejscowości zamieszkania: wieś oraz miasta pogrupowane według liczby mieszkańców),
- cechach indywidualnych członków gospodarstwa domowego (wiek, płeć, wykształcenie),
- wyposażeniu gospodarstwa domowego (np. w urządzenie z dostępem do Internetu, czy urządzenie do odbioru telewizji satelitarnej lub kablowej),
- wydatkach gospodarstwa domowego związanych z kulturą.

## Informacje uzupełniające, dotyczące prezentacji wyników badania

Wyniki badania ankietowego zrealizowanego na próbie gospodarstw uczestniczących w badaniu budżetów gospodarstw domowych zostały uogólnione na całą zbiorowość gospodarstw domowych.

Dane dotyczące przeciętnych wydatków gospodarstw domowych, a także o ich wyposażeniu w przedmioty trwałego użytkowania, pochodzą z badań reprezentacyjnych budżetów gospodarstw domowych przeprowadzonych w 2019 r. Badania te służą przede wszystkim do analizy struktury, zróżnicowania i tendencji rozwojowych dochodów, wydatków i spożycia w gospodarstwach domowych. W opracowaniu stosowana jest obowiązująca od 2013 r. Klasyfikacja przychodów i rozchodów do badania budżetów gospodarstw domowych, która opracowana jest na postawie klasyfikacji spożycia indywidualnego według celu (COICOP/HBS). Wśród kilkunastu podstawowych grup rozchodów, wyodrębnia się grupę wydatków związanych z kulturą i rekreacją. W skład tej grupy wchodzi wydatki na aktywność typowo kulturalną, rekreacyjną oraz łącznie na aktywność kulturalno-rekreacyjną, z których nie można wydzielić dwóch rozłącznych podgrup obejmujących tylko jeden rodzaj aktywności. Z tego powodu wydatki „na kulturę ogółem mogą być zawyżone”, gdyż liczone są wraz z tymi wydatkami na rekreację, których nie można wyodrębnić.

Ujęte w niniejszej publikacji wydatki na aktywność uważaną za typowo kulturalną, określane dalej jako „wydatki na kulturę” (inne niż kulturalno-rekreacyjne), obejmują:

- zakup gazet i czasopism – gazety, tygodniki, miesięczniki, pozostałe wydawnictwa periodyczne i opłaty za prenumeratę, w tym prenumeratę internetową;
- zakup książek przeznaczonych do celów innych niż edukacyjne – atlasy, słowniki, encyklopedie, książki naukowe, beletrystyczne, wydawnictwa albumowe, Biblia, nuty (partytura) – także na nośnikach innych niż papierowy, książki do kolorowania dla dzieci, oprawę książek itp.;
- opłaty za wstęp do kina, teatru, opery, operetki, cyrku itp., na koncert, występy estradowe, pokazy światła, dźwięku; opłaty za wstęp do muzeum, ogrodu zoologicznego, ogrodu botanicznego, parku narodowego, do galerii sztuki, opłaty za zwiedzanie zabytków, opłaty w bibliotekach; opłaty za usługi świadczone przez muzyków, klaunów, innych wykonawców występujących na prywatnych imprezach;
- zakup sprzętu do odbioru, nagrywania i odtwarzania dźwięku, tj. radia (odbiorniki radiowe, radia samochodowe, radiozegary, krótkofalówki, amatorskie nadajniki i odbiorniki radiowe), nieprzenośne odtwarzacze płyt CD, inne nieprzenośne odtwarzacze dźwięku (bez funkcji wideo), np. magnetofony, radiomagnetofony, adaptory, gramofony, samochodowe zestawy stereo, tunery, wzmacniacze, głośniki, mikrofony, dyktafony;
- zakup sprzętu do odbioru, nagrywania i odtwarzania dźwięku i obrazu: odbiorniki telewizyjne, anteny telewizyjne dowolnego typu, magnetowidy i odtwarzacze DVD, odtwarzacze dźwięku i obrazu (z funkcją wideo), dekodery (przystawki) STB, kina domowe, rzutniki wideo, odtwarzacze Blu-ray, piloty do telewizorów i odtwarzaczy, nagrywarki z twardym dyskiem;
- zakup przenośnych odtwarzaczy dźwięku i obrazu, takich jak odtwarzacze MP-3, MP-4, przenośne odbiorniki telewizyjne;
- zakup pozostałego sprzętu i akcesoriów do odbioru, nagrywania i odtwarzania dźwięku i obrazu, w tym słuchawki, ramki cyfrowe, czytniki książek elektronicznych oraz części i pozostałe akcesoria;
- opłaty za naprawę sprzętu audiowizualnego, optycznego, fotograficznego i do przetwarzania informacji, instalację sprzętu audiowizualnego, w tym telewizji kablowej, anteny satelitarnej, obejmujące koszt robocizny i materiałów;
- zakup instrumentów muzycznych: klawiszowych (pianina, organy), strunowych (skrzypce, gitary), dętych (trąbki, klarnety, flety), drobnych instrumentów muzycznych (harmonijki ustne), bębny, itp., instrumentów elektronicznych, a także strun do instrumentów, kalafonii etc.;
- zakup sprzętu fotograficznego i kinematograficznego – aparaty fotograficzne, kamery filmowe, kamery wideo, rzutniki filmowe i do slajdów, powiększalniki i sprzęt do obróbki filmów oraz akcesoria takie jak: ekrany, przeglądarki, obiektywy (w tym teleobiektywy), uchwyty do lamp błyskowych, filtry, światłomierze itp., etui do aparatów fotograficznych;



- zakup nośników informacji – nagranych (płyty kompaktowe /CD/, wideo i DVD, kasety, kasety wideo, płyty gramofonowe, dyski Blu-ray, etui do nośników; pobieranie muzyki i filmów wideo, książek, usługi dostarczone przez witryny internetowe, które oferują szybki zapis muzyki i te, na które wymagana jest prenumerata) i nienagranych (dyski CD /R i RW/, dyski zewnętrzne do komputerów, pendrive'y, wideo i DVD /R i RW/, dyski Blu-ray, kasety, kasety wideo), a także karty pamięci, rolki filmowe, nienaświetlone filmy, kasety i płyty do celów fotograficznych i kinematograficznych, fotograficzne materiały eksploatacyjne (np. papier);
- opłaty radiowo-telewizyjne – opłaty za nadawanie audycji telewizyjnych i radiowych, łącznie z karą za zwłokę w opłatach, abonament za telewizję kablową, cyfrową, opłaty za telewizję na żądanie (w tym w szpitalach); dane nie obejmują opłat za dostęp do programu telewizyjnego w ramach pakietu telekomunikacyjnego (ujętych w dziale Łączność);
- opłaty za wypożyczanie sprzętu i akcesoriów związanych z kulturą – wypożyczanie: kaset DVD, kaset wideo, płyt CD i Blu-ray, odbiorników telewizyjnych, dekodery, odtwarzaczy DVD, wideo i płyt kompaktowych, sprzętu fotograficznego itp.

W omawianych tu wydatkach na kulturę nie uwzględniono wydatków gospodarstw domowych związanych z korzystaniem z Internetu, zaliczanych według klasyfikacji COICOP do działu „Łączność”.

Od 2005 r. w badaniu budżetów gospodarstw domowych klasyfikuje się gospodarstwa domowe według pięciu podstawowych grup społeczno-ekonomicznych ludności kraju. Są to:

- **gospodarstwa pracowników** – gospodarstwa domowe, których wyłącznym lub głównym (przeważającym) źródłem utrzymania jest dochód z pracy najemnej w sektorze publicznym lub prywatnym; dodatkowym źródłem utrzymania tych gospodarstw może być emerytura, renta lub inne niezarobkowe źródło, praca na własny rachunek w indywidualnym gospodarstwie rolnym i poza indywidualnym gospodarstwem rolnym lub wykonywanie wolnego zawodu; oznacza to, że dochód uzyskiwany ze źródeł dodatkowych jest niższy od dochodów uzyskiwanych z pracy najemnej; prezentowane w publikacji także w podziale na gospodarstwa pracujących na stanowiskach robotniczych i na stanowiskach nierobotniczych;
- **gospodarstwa rolników** – gospodarstwa domowe, których wyłącznym lub głównym (przeważającym) źródłem utrzymania jest dochód z użytkowanego gospodarstwa indywidualnego w rolnictwie; dodatkowym źródłem utrzymania tych gospodarstw może być emerytura, renta lub inne źródło niezarobkowe, praca najemna, praca na własny rachunek, bądź wykonywanie wolnego zawodu; oznacza to, że dochód uzyskiwany ze źródeł dodatkowych jest niższy od dochodów uzyskiwanych z gospodarstwa indywidualnego w rolnictwie;
- **gospodarstwa pracujących na własny rachunek** – gospodarstwa domowe, których wyłącznym lub głównym (przeważającym) źródłem utrzymania jest praca na własny rachunek poza gospodarstwem indywidualnym w rolnictwie lub wykonywanie wolnego zawodu; dodatkowym źródłem utrzymania może być: praca najemna, użytkowanie gospodarstwa indywidualnego w rolnictwie, emerytura, renta lub inne niezarobkowe źródło; oznacza to, że dochód uzyskiwany z dodatkowych źródeł jest niższy od dochodów z pracy na własny rachunek poza gospodarstwem indywidualnym w rolnictwie;
- **gospodarstwa emerytów i rencistów** – gospodarstwa domowe, których wyłącznym lub głównym (przeważającym) źródłem utrzymania jest emerytura lub renta; dodatkowym źródłem utrzymania może być: inne źródło niezarobkowe poza emeryturą lub rentą (np. dochód z własności, zasiłki rodzinne wraz z dodatkami, dary), praca najemna, praca na własny rachunek w indywidualnym gospodarstwie rolnym i poza indywidualnym gospodarstwem rolnym lub wykonywanie wolnego zawodu; oznacza to, że dochód uzyskiwany ze źródeł dodatkowych jest niższy od dochodów uzyskiwanych z emerytur i rent; prezentowane w publikacji także w podziale na gospodarstwa emerytów i gospodarstwa rencistów;
- **gospodarstwa utrzymujące się z niezarobkowych źródeł** – gospodarstwa domowe, których wyłącznym lub głównym (przeważającym) źródłem utrzymania są źródła niezarobkowe inne niż emerytura lub renta, np. zasiłki dla bezrobotnych, świadczenia pieniężne i niepieniężne udzielone na podstawie ustawy o pomocy społecznej, dodatki mieszkaniowe, zasiłki rodzinne wraz z dodatkami, świadczenie wychowawcze „Rodzina 500+”, alimenty, darowizny, dochody z tytułu własności

i z wynajmu nieruchomości; dodatkowym źródłem utrzymania tych gospodarstw może być: praca najemna, emerytura lub renta, praca na własny rachunek, wykonywanie wolnego zawodu lub użytkowanie gospodarstwa indywidualnego w rolnictwie; oznacza to, że dochód uzyskiwany ze źródeł dodatkowych jest niższy od dochodów uzyskiwanych ze źródeł niezarobkowych innych niż emerytura lub renta; dane o gospodarstwach utrzymujących się z niezarobkowych źródeł nie są publikowane w niniejszej publikacji.

Prezentowane wyniki badania budżetów gospodarstw domowych nie obejmują gospodarstw domowych zamieszkujących obiekty zbiorowego zakwaterowania, tj. domów studenckich, domów opieki społecznej i innych oraz gospodarstw członków korpusu dyplomatycznego państw obcych. Gospodarstwa domowe obywateli obcego państwa zamieszkujący w Polsce stale lub przez dłuższy czas i posługujące się językiem polskim biorą udział w badaniu.

W badaniu uczestnictwa ludności w kulturze w 2019 r. osoby ankietowane (zgodnie z nazewnictwem i podziałem zastosowanym w badaniu podstawowym budżetów gospodarstw domowych) pogrupowano według następujących poziomów wykształcenia: wyższe, policealne, średnie ogólnokształcące, średnie zawodowe, zasadnicze zawodowe, gimnazjalne, podstawowe, bez wykształcenia. W niniejszej publikacji przyjęto podział na cztery grupy poziomów wykształcenia:

- wykształcenie wyższe,
- wykształcenie średnie, na które – zgodnie z ustawą o systemie oświaty – składają się ujęty w badaniu poziom policealny, średni ogólnokształcący i średni zawodowy,
- wykształcenie zasadnicze zawodowe,
- wykształcenie pozostałe, do którego zaliczono osoby posiadające wykształcenie gimnazjalne, podstawowe oraz osoby bez wykształcenia.

W publikacji zaprezentowano podział na grupy wieku: 15–24 lata, 25–34 lata, 35–49 lat, 50–64 lata oraz 65 lat lub więcej.

W podziale według klasy miejscowości zamieszkania przyjęto ogólnie stosowany podział na miasta i wieś, przy czym miasta podzielono na następujące klasy według liczby mieszkańców: miasta do 20 tys. mieszkańców, miasta liczące 20–99 tys. ludności, miasta liczące 100–199 tys. mieszkańców, miasta liczące 200–499 tys. ludności oraz miasta liczące ponad 500 tys. mieszkańców.

Dane o wydatkach gospodarstw domowych na kulturę w 2019 r. pochodzące z corocznych badań budżetów gospodarstw domowych zestawiono w części opisowej z danymi za 2018 r. Natomiast dane pochodzące z realizowanego w cyklu 5-letnim badania modułowego uczestnictwa ludności w kulturze w 2019 r. porównano, tam gdzie to możliwe, z wynikami poprzedniego badania z 2014 r.

Ze względu na zaokrąglenia danych, w niektórych przypadkach sumy składników mogą się nieznacznie różnić od podanych wielkości „ogółem”.

## Charakterystyka gospodarstw domowych

W badaniu modułowym Uczestnictwo ludności w kulturze wzięło udział 4192 (92,3%) gospodarstw domowych spośród 4542 wylosowanych do badania budżetów gospodarstw domowych w IV kwartale 2019 r. Zbadano 2408 (57,4%) gospodarstw domowych w miastach oraz 1784 (42,6%) na wsi. Przeciętny czas trwania wywiadu wyniósł 19 minut.

W badanej zbiorowości gospodarstw domowych przeważały gospodarstwa pracowników, które stanowiły 45,3% ogółu gospodarstw domowych, dla których głównym źródłem utrzymania była praca najemna. Kolejną pod względem liczebności grupę gospodarstw stanowiły gospodarstwa emerytów i rencistów – 40,9%. Najmniejszy udział miały gospodarstwa utrzymujące się z niezarobkowych źródeł utrzymania (3,1%), których nie uwzględniono w dalszej części opracowania. Warto podkreślić, że wśród gospodarstw na wsi gospodarstwa rolników były na trzecim miejscu pod względem ich liczności.

**Tablica 38. Gospodarstwa domowe według grup społeczno-ekonomicznych i miejsca zamieszkania**

Wyszczególnienie	Ogółem	Gospodarstwa domowe				
		pracowników	rolników	pracujących na własny rachunek	emerytów i rencistów	utrzymujących się z niezarobkowych źródeł
		w odsetkach				
Ogółem	100,0	45,3	4,5	6,1	40,9	3,1
Miasta	100,0	45,9	0,2	6,2	44,3	3,4
Wieś	100,0	44,6	10,4	5,9	36,3	2,9

Wśród zbadanych gospodarstw w miastach przeważały gospodarstwa pracowników, pracujących na własny rachunek, emerytów i rencistów oraz utrzymujących się z niezarobkowych źródeł (odpowiednio 58,2%, 58,6%, 62,2% i 61,4%). Natomiast na wsi dominowały gospodarstwa rolników (97,4%).

**Tablica 39. Zróżnicowanie gospodarstw domowych według grup społeczno-ekonomicznych i miejsca zamieszkania**

Wyszczególnienie	Gospodarstwa domowe				
	pracowników	rolników	pracujących na własny rachunek	emerytów i rencistów	utrzymujących się z niezarobkowych źródeł
	w odsetkach				
Ogółem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Miasta	58,2	2,6	58,6	62,2	61,4
Wieś	41,8	97,4	41,4	37,8	38,6

## Charakterystyka członków gospodarstw domowych

W wylosowanych do badania gospodarstwach domowych było łącznie 11 623 osoby. Zbadane gospodarstwa liczyły łącznie 10 707 członków, w tym 9 115 osób w wieku 15 lat lub więcej. Wywiad przeprowadzono z 6 276 osobami (68,9% zbiorowości przewidzianej do badania). W miastach mieszkało 52,5% zbadanej grupy, a na wsi – 47,5% osób badanych. Przeciętny czas trwania wywiadu wyniósł 29 minut.

W zbiorowości badanych członków gospodarstw domowych przeważały kobiety (61,9%), zarówno w miastach (63,2%) jak i na wsi (60,3%). Warto odnotować, że przewaga liczebna kobiet nad mężczyznami była wyższa w miastach niż na wsi i wyniosła odpowiednio 26,4 p. proc. i 20,6 p. proc.

**Tablica 40. Członkowie gospodarstw domowych według klasy miejscowości zamieszkania i płci**

Wyszczególnienie	Ogółem	Miasta						Wieś
		razem	o liczbie mieszkańców w tysiącach					
			poniżej 20	20–99	100–199	200–499	500 i więcej	
w odsetkach								
Ogółem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Mężczyźni	38,1	36,8	33,7	37,1	38,2	36,7	38,2	39,7
Kobiety	61,9	63,2	66,3	62,9	61,8	63,3	61,8	60,3

Najliczniejszą grupę stanowiły osoby w wieku 65 lat i więcej (30,4%), zarówno wśród kobiet jak i mężczyzn. Wśród mieszkańców wsi przeważały osoby w wieku 50–64 lata (31,6%), natomiast w miastach osoby w wieku 65 lat i więcej (35,5%).

**Tablica 41. Członkowie gospodarstw domowych według grup wieku i płci**

Wyszczególnienie	Ogółem	Grupy wieku				
		15–24 lata	25–34	35–49	50–64	65 lat i więcej
	w odsetkach					
Ogółem	100,0	7,1	12,1	23,0	27,4	30,4
Mężczyźni	38,1	3,2	4,6	9,0	10,4	10,9
Kobiety	61,9	3,9	7,5	14,0	17,0	19,5

W badanej zbiorowości najwięcej osób zadeklarowało posiadanie wykształcenia średniego (34,7%). W miastach przeważały osoby z wykształceniem średnim (38,9%), natomiast na wsi z wykształceniem zasadniczym zawodowym (33,9%). Odsetek osób mieszkających w miastach i legitymujących się wykształceniem wyższym był ponad 2-krotnie wyższy niż osób mieszkających na wsi.

**Tablica 42. Członkowie gospodarstw domowych według poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania**

Wyszczególnienie	Ogółem	Wykształcenie			
		wyższe	średnie	zasadnicze zawodowe	pozostałe
	w odsetkach				
Ogółem	100,0	22,4	34,7	27,5	15,4
Miasta	100,0	30,0	38,9	21,8	9,3
Wieś	100,0	14,0	30,1	33,9	22,0

Wśród mężczyzn dominowało wykształcenie zasadnicze zawodowe (12,9%), a wśród kobiet wykształcenie średnie (22,7%). Odsetek kobiet posiadających wykształcenie wyższe był ponad 2-krotnie wyższy niż mężczyzn.

**Tablica 43. Członkowie gospodarstw domowych według poziomu wykształcenia i płci**

Wyszczególnienie	Ogółem	Wykształcenie			
		wyższe	średnie	zasadnicze zawodowe	pozostałe
	w odsetkach				
Ogółem	100,0	22,4	34,7	27,5	15,4
Mężczyźni	38,1	7,6	12,0	12,9	5,7
Kobiety	61,9	14,8	22,7	14,7	9,7

Osoby pracujące przeważały wśród mężczyzn (55,2%), mieszkających zarówno w miastach jak i na wsi (odpowiednio 52,8% i 57,7%). Odnotowano również większy odsetek pracujących wśród osób mieszkających na wsi niż w miastach.

**Tablica 44. Członkowie gospodarstw domowych według zajęcia, płci i miejsca zamieszkania**

Wyszczególnienie	Ogółem	Pracujący	Uczniowie	Studenci	Pozostali
	w odsetkach				
Ogółem	100,0	46,7	3,7	1,2	48,5
Mężczyźni	100,0	55,2	4,6	1,3	38,9
Kobiety	100,0	41,4	3,1	1,1	54,4
Miasta	100,0	46,0	2,6	1,5	49,9
Wieś	100,0	47,4	5,0	0,8	46,9

## Methodological notes (general)

The publication was prepared on the basis of the results of the survey on participation of people in culture, conducted in January 2020. The survey was carried out on a sample of households participating in the Household Budget Survey in the fourth quarter of 2019 and was a subsequent survey in the module survey cycle. The survey The participation of population in culture is a cyclical survey conducted every 5 years.

### The purpose of the survey

The aim of the study was to provide information on the forms of cultural activity of the population and the frequency of participation in cultural life, using the offer of cultural entities, developing artistic interests and hobby in the field of culture and using modern means of communication, as well as on evaluation of the possibility of using the cultural offer and pursuing own interests based on the network of cultural entities.

The information obtained in the study was presented in conjunction with the characteristics of the surveyed households (socio-economic type of the household, equipment with cultural goods) and people (age, sex, place of residence and education of the respondents).

### Characteristics of the survey method

Modular survey *Participation of population in culture* was carried out using the representative method on the sample of households participating in *the Household Budgets Survey* in the fourth quarter of 2019.

The survey was conducted in January 2020 after the end of the quarterly interview with households on the BR-04 questionnaire (*Complementary information about the household*) by interviewers employed in statistical offices conducting *the Household Budget Survey* in the field. The use of such a method allows the use of certain information obtained from respondents in *the Household Budget Survey* for analytical purposes, without asking the same questions again (e.g. about household income or composition).

In representative *Household Budget Surveys*, the monthly rotation method is used, which means that every month of the year a different group of households participates in the survey. In the sample selection scheme<sup>10</sup> for *the Household Budget Survey*, a two-stage, layered sampling scheme with different selection probability of at the first stage was used. The primary sampling units (PSU) were statistical regions or set of statistical regions and those for the second stage were dwellings.

The first stage sampling frame was based on the records of statistical regions designed for the National Census purposes and updated annually by the changes resulting from the administrative division of the country as well as construction of new and dismantle of old houses. The sampling frame keeps in record information about every statistical region concerning address characteristics as well as the numbers of dwellings.

The modular survey is integrated with *the Household Budgets Survey* through the household number and linked to the data collected in the BR-01a questionnaire (*House statistics sheet*) about the household and its members, in the BR-04 questionnaire (*Supplementary information about the household*) and with household expenses compiled on the basis of *the Household Budget Booklet* - BR-01.

<sup>10</sup> A detailed description of the methodology of the Household Budget Survey, including the selection of the sample for the survey, is included in the Methodological book. Household Budget Survey. (2018). Warsaw: GUS.

## Survey tools

The survey tools consisted of two questionnaires: DS-58G *Culture in households. Household questionnaire* and DS-58I *Participation of population in culture. Individual questionnaire*.

The questionnaire for the household (DS-58G) consisted of five sections and was filled in on the basis of information concerning the entire surveyed household, provided by the so-called reference person<sup>11</sup>. It contained the questions concerning mainly the characteristics of the household (Section 1) and the implementation of the interview (Section 5), the possession and purchase of books and magazines (Section 2), the possession and use of audio-visual media (Section 3), the possession of musical instruments, works of art, antiques, and artistic handicraft items, as well as opinions on meeting the cultural needs of the household in the context of financial possibilities and cultural offer in the place of residence, compared to the situation in 2018 (Section 4).

Section 1 of the questionnaire (5 questions) referred to the socio-demographic characteristics of the household. In addition to the data identifying households, it included information about the main source of income for the household and its personal composition (number of people aged 15 or more, including interviewed people).

The questions included in Section 2 "Books and magazines in the household" (6 questions) concerned the number of books owned or purchased and received by the household, the purchase of newspapers and magazines, and subscription to the press. Questions related to the purchase of non-periodical publications concerned the period of 12 months preceding the survey, while questions related to newspapers and magazines - 3 months preceding the interview.

Section 3 "Audio-visual media in the household" (7 questions) concerned the number of purchased or received sound and image recording media (vinyl, CDs and DVDs) and the use of movie or TV program rentals (video on demand, pay-per view, etc.) during the 12 months preceding the study.

In Section 4 "Other information about the household" (10 questions), questions were asked about the possession of musical instruments (piano or upright piano, accordion or harmony, violin, guitar, flute and other instruments) and about the possession and purchase of works of art, antiques and handicrafts artistic items. The questions also concerned the customs related to various celebrations (and the holiday season) in the household. Respondents were asked about situations in which the household had to resign from purchasing cultural goods or forms of participation in culture due to financial reasons - in the period of 12 months preceding the survey. They also responded to the questions about the assessment of financial possibility of meeting the cultural household needs, the possibility of using cultural institutions and their offer in place of residence and the assessment of their offer, compared to the situation in 2018.

Section 5 (3 questions) concerned the implementation of the interview. In cases where the interview was not conducted, the reason for not obtaining a reply was noted.

The tool for surveying household members aged 15 or more was an individual questionnaire with the symbol DS-58I *Participation of population in culture*, consisting of 11 sections. Sections: "Culture" (3 questions), "Collective memory" (7 questions), "Television, film, radio" (7 questions), "Use of computer, the Internet" (6 questions), "Reading habits" (9 questions), "Music, theatre" (8 questions), "Entertainment, social life" (8 questions), "Sightseeing" (4 questions), "Community centres, other local cultural institutions, amateur and hobby activities" (8 questions) were substantive. As in the case of the questionnaire for the household, two sections were technical: Section 1. "Characteristics of the person" (3 questions) and Section 11. "Interview implementation" (3 questions).

Section 2. "Culture" consisted of 3 questions and concerned associations with the word "culture", evaluation of the importance of culture and the characteristics of a cultural person.

<sup>11</sup> The reference person is a person over the age of 16 who has the highest income of all household members.

In section 3 “Collective memory” (7 questions), the respondent was asked about interest in history, meaning and cultivation of tradition, as well as about the possession of the white and red flag and ways of celebrating the Independence Day on November 11.

Section 4, “Television, film, radio” (7 questions), related to the use of audio-visual media - television and radio, and going to the cinema and watching feature films. The questions concerned the frequency of watching TV programmes and listening to radio broadcasts, the frequency of watching feature films and attending the cinema, as well as the substitute role of television in relation to other forms of participation in culture (“Can television replace?” - reading, attending the cinema, theatre, museum, a concert, listening to the radio, etc.).

Section 5 “Using the computer, the Internet” (6 questions) concerned the use of the computer: the frequency of use, the place of use (at home, at work or at school) and the purpose for which the computer is used, as well as the frequency of using various multimedia devices. The respondents were also asked about using the Internet: how often and for what purpose the respondent used the Internet. An additional question, similarly to Section 3, concerned the opinion on the substitute function of the Internet (“Can using the Internet replace? ...”).

In Section 6 “Reading habits” (9 questions), the respondent was asked about the number and type of books read in the 12 months preceding the survey and their genres, as well as how often he read daily newspapers and magazines and used the library. An additional question related to participation in authors’ meetings.

Section 7 “Music, Theatre” (8 questions) concerned activities related to music and theatre in the 12 months preceding the survey. In addition to questions about how often the respondent attended artistic institutions (theatre, opera and operetta, philharmonic) and dance or ballet performances and concerts (other than philharmonic), the respondent was asked how often he listened to music and the type of media he used for listening.

In Section 8 “Entertainment, social life” (8 questions), respondents answered questions about how often they attended stage or cabaret events, circus or other shows, an amusement park, arcade or casino, went to a disco or dancing, club, social gatherings and sports events, as well as participated in music, film, theatre festivals, etc.

In Section 8 “Sightseeing” (4 questions), the questions related to the frequency of visits to historical monuments, museums or art galleries in the country and abroad, as well as to a zoo, botanical garden or planetarium.

Section 9 “Cultural establishments, other local cultural institutions, amateur and hobby activities” (8 questions) referred to the use of the offer of institutions whose main task is to promote culture and develop amateur artistic and hobby activities – centres of culture, cultural establishments and cultural centres as well as clubs and cultural activities conducted by church institutions. The respondent was asked about the use of various forms of participation in the offer of these institutions, as well as about the forms of hobby activity that he devoted his time to. He was also asked to evaluate the amount of free time he had and the use of it. The level of education of the respondent’s parents was also questioned.

Thanks to the integration with *the Household Budgets Survey*, it was possible to use some information about:

- socio-economic group (households of employees, households of farmers, households of the self-employed, households of retirees and pensioners and households living on unearned sources - not presented in this publication),
- place of residence (classes of locality: rural areas and urban areas grouped according to the number of residents),
- individual characteristics of household members (age, sex, education),



- household equipment (e.g. a device with Internet access or a device for receiving satellite or cable TV),
- cultural expenses of the household.

### Supplementary information on the presentation of survey results

The results of the survey carried out on the sample of households participating in *the Household Budget Survey* were generalised to the whole population of households.

Data on average household expenditure, as well as on the equipment with durable goods, came from representative of household budgets surveys carried out in 2019. These studies are primarily used to analyse the structure, differentiation and development trends of household income, expenditure and consumption. The study uses the classification of revenues and expenditure for *the Household Budget Survey*, effective since 2013, which is based on the classification of individual consumption by purpose (COICOP/HBS). Among many basic groups of expenditure, there is a group of expenditure related to culture and recreation. This group includes expenditure on typically cultural activity and recreational activity as well as on both cultural and recreational activities, from which two separate subgroups covering only one type of activity cannot be distinguished. For this reason, the expenditure on “culture in general may be overstated” as it is counted along with the expenditure on recreation that cannot be distinguished.

Expenditure on activities considered typically cultural, hereinafter referred to as “expenditure on culture” (other than both cultural and recreational), covered in this publication includes:

- purchase of newspapers and magazines - newspapers, weeklies, monthlies, other periodicals and subscription fees, including Internet subscription;
- purchase of books intended for non-educational purposes - atlases, dictionaries, encyclopaedias, scientific and fiction books, album publications, the Bible, musical scores - also on non-paper recording media, colouring books for children, book binding, etc.;
- entrance fees to the cinema, theatre, opera, operetta, circus, etc., for concerts and music halls, stage performances, sound and light shows; entry fees to the museum, zoological and botanical garden, national park, art gallery, fees for visiting historical monuments, fees in libraries; fees for services provided by musicians, clowns, other performers performing at private events;
- purchase of equipment for receiving, recording and playing sound, i.e. radio receivers (radio sets, car radios, radio clocks, two-way radios, amateur radio receivers and transmitters), non-portable CD players, other non-portable audio players (without video functions), e.g. tape recorders, radio-tape-recorders, adapters, gramophones, car stereos, tuners, amplifiers, loudspeakers, microphones, voice recorders;
- purchase of equipment for the reception, recording and reproduction of sound and image: TV sets, TV aerials of all types, video recorders and DVD recorders and players, sound and image players (with video function), decoders, home theatre systems, video projectors, Blu-ray players, remote controls for TVs and players, hard disk recorders;
- purchase of portable audio and video players, such as MP-3, MP-4 players, portable TV sets;
- purchase of other equipment and accessories for the reception, recording and reproduction of sound and images, including earphones, digital photo frames, e-book readers and parts and other accessories;
- fees for the repair of audio-visual, optical, photographic and information processing equipment, installation of audio-visual equipment, including cable TV, satellite antenna, including the cost of labour and materials;
- purchase of musical instruments: keyboards (pianos, organs), stringed (violins, guitars), wind instruments (trumpets, clarinets, flutes), small musical instruments (harmonica), drums, etc., electronic instruments, as well as strings for instruments, rosin etc.;
- purchase of photographic and cinematographic equipment – still cameras, movie cameras and



sound-recording cameras, video cameras and camcorders, film and slide projectors, enlargers and film processing equipment, accessories such as screens, viewers, lenses (including telephoto lenses), flash attachments, filters, exposure meters etc., cases for cameras;

- purchase of information recording media - recorded (compact discs /CD/, video and DVD, cassettes, video cassettes, gramophone records, Blu-ray discs, media cases; downloading music and videos, books, services provided by websites that offer fast music recording and those for which subscription is required) and unrecorded (CD/R and RW/, external disks for computers, pen drives, video and DVD /R and RW/, Blu-ray discs, cassettes, video cassettes), as well as memory cards, film rolls, unexposed films, cartridges and discs for photographic and cinematographic use, photographic supplies (e.g. paper);
- radio and television fees - fees for broadcasting television and radio programmes, including a penalty for late payment, cable and digital TV subscription, fees for Pay-Tv (also in hospitals); the data does not include fees for access to the TV programme as part of the telecommunications package (included in the "Communications" section);
- fees for renting equipment and accessories related to culture - renting: DVDs, video cassettes, CDs and Blu-ray discs, renting TV sets, decoders, DVD players, video and compact discs, photographic equipment, etc.

The expenditure on culture discussed here does not take into account the expenditure of households related to the use of the Internet, classified under the COICOP classification in the "Communications" section.

Since 2005, *the Household Budget Survey* have been classified according to five basic socio-economic groups of the population. There are:

- **employees' households** - households whose exclusive or main (prevailing) source of maintenance is income from hired work in either the public or private sector. Additional source of income for this group of households may include retirement pension, other types of pension or any unearned income, self-employment in private farm in agriculture and out of a private farm in agriculture or free profession. The income gained from the additional sources is lower than the income from hired work. This group is presented in the publication also broken down into households working in manual and non-manual positions;
- **farmers' households** - households whose exclusive or main (prevailing) source of maintenance is income from the use of private farm in agriculture. Additional sources of income for this group of households may include retirement pension, other types of pension or any other unearned income, hired work, self-employment or free profession. The income gained from additional sources is lower than that from the private farm in agriculture;
- **households of the self-employed** - households whose exclusive or main (prevailing) source of maintenance is self-employment (other than private farm in agriculture) or free profession. Additional source of maintenance may include: hired work, a private farm in agriculture, retirement pension, another type of pension or any other unearned income. The income gained from additional sources is lower than that obtained from self-employment other than private farm in agriculture;
- **households of retirees and pensioners** - households whose exclusive or main (prevailing) source of maintenance is retirement pension or any other type of pension. Additional sources of maintenance may include other than pension unearned income (e.g. income from property, family benefits with supplements, gifts), hired work, self-employment in a private farm in agriculture and out of a private farm in agriculture or free profession. The income gained from additional sources is lower than that from retirement pensions and other types of pension. This group is presented in the publication broken down into the households of retirees and the households of pensioners;
- **households living on unearned sources** - households whose exclusive or main (prevailing) source of maintenance is provided by unearned income other than retirement pension or another type of pension, such as unemployment benefits, monetary and non-monetary assistance provided on the basis of the Law on Social Welfare, housing subsidies, family benefits with supplements to them,

child-raising benefit "Family 500+", alimonies, donations, income from property or income from hiring (leasing) houses and buildings not related to own business activity. Additional sources of maintenance can be provided by hired work, retirement pension or another type of pension, self-employment, free profession or a private farm in agriculture. The income gained from additional sources is lower than that from unearned sources other than retirement pensions or another type of pensions. Data on non-profit-making households are not published in this publication.

The presented results of *the Household Budget Survey* do not contain any figures referring to households who live in collective homes, like students' hostels, social welfare homes (the so called collective households) as well as households of the diplomatic corps of foreign countries. The households of foreign citizens with permanent or long-lasting residence in Poland and using Polish language participate in the survey.

In the study of participation of population in culture in 2019, the respondents (according to the nomenclature and division used in *the Household Budgets Survey*) were grouped according to the following levels of education: tertiary, post-secondary, general secondary, secondary vocational, basic vocational, lower secondary, primary, without education. This publication adopts the division into four groups of education levels:

- higher education,
- upper secondary education, which - in accordance with the Act on the Education System – comprises of the post-secondary, general secondary and vocational secondary level included in the study,
- basic vocational education,
- other education, including people with lower secondary and elementary education and people without education.

The publication presents the division into age groups: 15–24, 25–34, 35–49, 50–64 and 65 or over.

In the breakdown according to the class of locality, the generally applied division into urban and rural areas was adopted, with cities divided into the following classes according to the number of inhabitants: towns up to 20,000 inhabitants, towns with 20-99 thousand inhabitants, cities with 100–199 thousand inhabitants, cities with 200–499 thousand population and cities with over 500,000 residents.

Data on household expenditure on culture in 2019 from the annual *Household Budget Surveys* were compared in the descriptive part with the data for 2018. However, the data from the 5-year modular study of participation in culture in 2019 were compared, where possible, with the results of a previous study from 2014.

Due to the rounding of data, in some cases the sums of components may slightly differ from the given values in "total".

## Household characteristics

4192 (92.3%) households participated in the module survey *Participation of population in culture* out of 4542 randomly selected for the study Household Budget Survey in the fourth quarter of 2019. 2,408 (57.4%) households in the urban areas and 1,784 (42.6 %) in the rural areas. The average interview duration was 19 minutes.

The surveyed group of households was dominated by employees' households, which constituted 45.3% of all households for which hired work was the main source of income. The next group of households in terms of the number of households were households of retirees and pensioners – 40,9%. The smallest share was that of households living on unearned sources of income (3.1%), which are not included in the further part of the study. It is worth emphasizing that among households in rural areas, farmers' households were third in terms of their number.

Tablica 38. Households by socio-economic groups and place of residence

Specification	Grand total	Households of				
		employees	farmers	the self employed	retirees and pensioners	living on unearned sources
	in percentage					
Grand total	100.0	45.3	4.5	6.1	40.9	3.1
Urban areas	100.0	45.9	0.2	6.2	44.3	3.4
Rural areas	100.0	44.6	10.4	5.9	36.3	2.9

Among the surveyed households in urban areas, the majority were households of employees, the self-employed, retirees and pensioners and those living on unearned sources (58.2%, 58.6%, 62.2% and 61.4% respectively). On the other hand, households of farmers dominated in the rural areas (97.4%).

Tablica 39. Differentiation of households by socio-economic groups and place of residence

Specification	Households of				
	employees	farmers	self employed	pensioners	living on unearned sources
	in percentage				
Grand total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Urban areas	58.2	2.6	58.6	62.2	61.4
Rural areas	41.8	97.4	41.4	37.8	38.6

## Characteristics of household members

There were 11,623 household members in the randomly selected households. The researched households consisted of a total of 10,707 members, including 9,115 people aged 15 or more. The interview was conducted with 6,276 people (68.9% of the group envisaged for the study). 52.5% of the surveyed group lived in the urban areas, and 47.5% of the respondents lived in the rural areas. The average interview duration was 29 minutes.

The group of surveyed household members was dominated by women (61.9%), both in the urban (63.2%) and rural areas (60.3%). It is worth noting that the women more outnumbered men in the urban areas than in rural areas and this predominance amounted to 26.4 percentage points and 20.6 percentage points respectively.

Tablica 40. Household members by class of locality and sex

Specification	Grand total	Urban areas						Rural areas
		total	with inhabitants in thousands					
	below 20		20–99	100–199	200–499	500 and more		
in percentage								
Grand total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Men	38.1	36.8	33.7	37.1	38.2	36.7	38.2	39.7
Women	61.9	63.2	66.3	62.9	61.8	63.3	61.8	60.3

The most numerous group were people aged 65 and over (30.4%), both among women and men. The majority of rural areas residents were people aged 50–64 (31.6%), while in urban areas people aged 65 and over (35.5%).

Tablica 41. Households members by age groups and sex

Specification	Grand total	Age groups				
		15–24 years	25–34	35–49	50–64	65 years and over
	in percentage					
Grand total	100.0	7.1	12.1	23.0	27.4	30.4
Men	38.1	3.2	4.6	9.0	10.4	10.9
Women	61.9	3.9	7.5	14.0	17.0	19.5

In the surveyed group, the largest number of people declared having upper secondary education (34.7%). In urban areas people with upper secondary education prevailed (38.9%), while in rural areas with basic vocational education (33.9%). The percentage of people living in the urban areas and having higher education was more than twice as high as those living in the rural areas.

Tablica 42. Households members by level of education and place of residence

Specification	Grand total	Level of education			
		tertiary	upper secondary	basic vocational	other
	in percentage				
Grand total	100.0	22.4	34.7	27.5	15.4
Men	100.0	14.0	30.1	33.9	22.0
Women	100.0	30.0	38.9	21.8	9.3

Among men, basic vocational education dominated (12.9%) and among women – upper secondary education (22.7%). The percentage of women with tertiary education was over two times higher than that of men.

Tablica 43. Households members by level of education and sex

Specification	Grand total	Level of education			
		tertiary	upper secondary	basic vocational	other
	in percentage				
Grand total	100.0	22.4	34.7	27.5	15.4
Men	38.1	7.6	12.0	12.9	5.7
Women	61.9	14.8	22.7	14.7	9.7

The employed predominated among men (55.2%), living both in urban and rural areas (52.8% and 57.7%, respectively). There was also a higher percentage of people working among people living in rural areas than in the urban areas.

Tablica 44. Households members by occupation, sex and place of residence

Specification	Grand total	Employees	Students	Tertiary students	Other
	in percentage				
Grand total	100.0	46.7	3.7	1.2	48.5
Men	100.0	55.2	4.6	1.3	38.9
Women	100.0	41.4	3.1	1.1	54.4
Urban areas	100.0	46.0	2.6	1.5	49.9
Rural areas	100.0	47.4	5.0	0.8	46.9