



Uczestnictwo ludności w kulturze w 2024 r.

Participation in culture in 2024



Uczestnictwo ludności w kulturze w 2024 r.

Participation in culture in 2024

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

Warszawa, Kraków 2025

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 Czekaj, Magdalena Czwartkowska, Magdalena Gielowska, Łukasz Jagła, Małgorzata Kolczyk, Laura Korzeniowska, Anna Kowacka, Dorota Maćkowska-Cichosz, Elżbieta Nogalska, dr Joanna Sanetra-Szeliga, Dominika Skrzypek, Marcin Wiśniewski

Prace redakcyjne

Editorial work

Małgorzata Jasiołek, Renata Ptak, Grzegorz Ruta

Skład i opracowanie graficzne

Typesetting and graphics

Karolina Rudnik

ISBN 978-83-67809-66-5 (wersja drukowana printed version)

ISBN 978-83-67809-67-2 (wersja elektroniczna online version)

Publikacja dostępna na stronie internetowej

Publications available on website

<https://stat.gov.pl>

Przy publikowaniu danych GUS – prosimy o podanie źródła

When publishing Statistics Poland data – please indicate the source

Przedmowa

Uczestnictwo w kulturze – zarówno poprzez korzystanie z oferty podmiotów kultury i mediów, jak i poprzez własną aktywność twórczą – stanowi ważny element jakości życia w świecie szybkich zmian technologicznych. Aktywny kontakt z kulturą sprzyja dobrostanowi, rozwija kreatywność i integruje społeczność, co podkreśla jej rolę jako czynnika rozwoju społecznego i ekonomicznego.

Aby przybliżyć statystyczny obraz tego zagadnienia, przekazujemy Państwu publikację „Uczestnictwo ludności w kulturze”. Jest ona opracowana na podstawie wyników badania ankietowego, które Główny Urząd Statystyczny prowadzi co pięć lat w losowo wybranych gospodarstwach domowych. Pozwala ono na śledzenie zmian w uczestnictwie ludności w kulturze oraz analizowanie wpływu dynamicznego rozwoju technologicznego na zwyczajne kulturowe społeczeństwa.

W bieżącej edycji badania uwagę poświęcono przemianom związanym z transformacją cyfrową, która coraz bardziej wpływa na sposób, w jaki Polacy odbierają i tworzą treści. Uwzględniono m.in. uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych online, oglądanie spektakli i koncertów w Internecie, wirtualne zwiedzanie muzeów oraz korzystanie z platform streamingowych i innych form płatnego dostępu do filmów. Zaktualizowano również moduł dotyczący czytelnictwa, rozszerzając informacje o sposobach pozyskiwania książek oraz o przyczynach rezygnacji z czytania. Wprowadzono pytania mające na celu diagnozę powodów niekorzystania z propozycji lokalnych instytucji kultury oraz przyczyn niezadowolienia z dostępnej sieci placówek. Dodatkowo uwzględniono uczestnictwo w stowarzyszeniach działających w obszarze kultury oraz dzielenie się efektami własnej twórczości z innymi.

Mamy nadzieję, że publikacja stanie się cennym źródłem wiedzy o zmianach kulturowych w Polsce oraz praktycznym narzędziem wspierającym kształtowanie polityki kulturalnej, edukacyjnej i społecznej. Zapraszamy również do odwiedzenia strony internetowej [Głównego Urzędu Statystycznego](#) oraz śledzenia naszych opracowań i baz danych, w tym [Banku Danych Lokalnych](#) i [Dziedzinowych Baz Wiedzy](#), w których dostępne są dane umożliwiające pogłębianie wiedzy z obszaru statystyki kultury.

Serdecznie dziękujemy wszystkim respondentom za poświęcony czas i zaangażowanie. To dzięki Państwa aktywnemu udziałowi w badaniu mogliśmy opracować i przedstawić szeroki i precyzyjny zakres danych. Planując dalszy rozwój badań statystycznych, zachęcamy Państwa do przekazywania uwag i sugestii, które pomogą udoskonalać zarówno badanie uczestnictwa ludności w kulturze, jak i kolejne wydania tej publikacji.

Dyrektor
Urzędu Statystycznego w Krakowie



Agnieszka Szlubowska

Prezes
Głównego Urzędu Statystycznego



dr hab. Marek Cierpiął-Wolan

Warszawa, grudzień 2025 r.

Preface

Participation in culture – through the offer of cultural entities, the media and one's own creative activity – is an important element of quality of life in a world of rapid technological change. Active contact with culture fosters well-being, develops creativity and integrates the community, emphasising its role as a driver of social and economic development.

To provide a statistical overview of this issue, we present the publication 'Participation in culture'. It has been prepared on the basis of the results of a survey that Statistics Poland conducts every five years in randomly selected households. It allows tracking changes in the way the population participates in culture and an analysis of how a dynamic technological development influences the cultural habits of the society.

This edition of the survey focuses on the changes related to digital transformation, as its influence on the way Poles perceive and create content is ever growing. Such issues as participation in online cultural events, performances and concerts watched online, virtual museum tours, and the use of streaming platforms and other forms of paid access to films are discussed. The module on reading was also updated, expanding on information about how books are obtained and about the reasons for giving up reading. Questions were introduced to diagnose what causes not using the offers of local cultural entities and the dissatisfaction with the available network of such entities. In addition, the study provides information on participation in cultural associations and sharing the effects of one's own creative work.

We hope that the publication becomes a valuable source of knowledge about the cultural changes taking place in Poland and proves a practical tool helping shape cultural, educational and social policies. We would also like to invite you to visit the [Statistics Poland](#) website and follow our studies and databases, including the [Local Data Bank](#) and [Knowledge Databases](#), which provide data necessary for a deeper understanding of issues related to cultural statistics.

We would like to thank all the respondents for their time and commitment. It is thanks to your active participation in the survey that we have been able to compile and present a wide range of precise data. In planning the further development of statistical research, we would appreciate any comments and suggestions that would help us improve both the survey on the population's participation in culture and the future editions of this publication.

Director
Statistical Office in Kraków



Agnieszka Szlubowska

President
Statistics Poland



Marek Cierpień-Wolan, Assoc. Prof.

Spis treści

Contents

Przedmowa	3
Preface	4
Objaśnienia znaków umownych i ważniejsze skróty	8
Symbols and main abbreviations	
Synteza	9
Executive summary	16
Rozdział 1. Kultura w odbiorze społecznym	23
Chapter 1. Culture in social perception	
1.1. Z czym kojarzy się słowo „kultura”?	23
1.1. What does the word “culture” is associated with?	
1.2. Czy kultura jest ważna?	27
1.2. Is culture important?	
1.3. Cechy człowieka kulturalnego	28
1.3. Features of a cultured person	
Rozdział 2. Kultywowanie tradycji	32
Chapter 2. Cultivating traditions	
Rozdział 3. Telewizja, radio, film	34
Chapter 3. Television, radio, film	
3.1. Korzystanie z mediów	34
3.1. Media usage habits	
3.2. Uczęszczanie do kina	39
3.2. Going to the cinema	
3.3. Korzystanie z oferty filmowej (poza telewizją i kinem)	41
3.3. Using the film offer (outside television and cinema)	
Rozdział 4. Korzystanie z Internetu	45
Chapter 4. Using the Internet	
Rozdział 5. Czytelnicтво	49
Chapter 5. Reading habits	
5.1. Czytanie książek	49
5.1. Reading books	
5.2. Gazety codzienne i czasopisma	56
5.2. Newspapers and magazines	

5.3. Korzystanie z biblioteki lub czytelni.....	58
5.3. Using the library or reading room	
Rozdział 6. Muzyka i teatr	60
Chapter 6. Music and theatre	
6.1. Słuchanie muzyki	60
6.1. Listening to music	
6.2. Uczestnictwo w wydarzeniach muzycznych i teatralnych	62
6.2. Participation in music and theatre events	
Rozdział 7. Uczestnictwo w wybranych formach rozrywki	65
Chapter 7. Participation in selected forms of entertainment	
Rozdział 8. Zwiedzanie	67
Chapter 8. Visiting	
8.1. Zabytki i muzea	68
8.1. Historical monuments and museums	
8.2. Galerie sztuki	70
8.2. Art galleries	
8.3. Ogrody zoologiczne, botaniczne i planetaria	71
8.3. Zoos, botanical gardens or planetariums	
Rozdział 9. Korzystanie z oferty kulturalnej lokalnych placówek	73
Chapter 9. Taking advantage of the cultural offer provided by local entities	
9.1. Korzystanie z oferty kulturalnej lokalnych placówek i formy aktywności kulturalnej	73
9.1. Taking advantage of the cultural offer provided by local entities and forms of cultural activity	
9.2. Ocena sieci placówek i ich oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania	76
9.2. Assessment of the network of cultural entities and their offer in the place of residence	
9.3. Ocena wpływu problemów zdrowotnych na aktywność kulturalną	78
9.3. Assessment of the impact of health problems on taking part in cultural activity	
Rozdział 10. Działalność amatorska i hobbystyczna	80
Chapter 10. Amateur and hobby activities	
Rozdział 11. Wydatki gospodarstw domowych na kulturę	83
Chapter 11. Household expenditure on culture	
11.1. Udział wydatków na kulturę w budżetach gospodarstw domowych	83
11.1. Share of expenditure on culture in household budgets	
11.2. Wydatki gospodarstw domowych na zakup książek	84
11.2. Household expenditure on books	

11.3. Wydatki gospodarstw domowych na zakup i prenumeratę prasy	85
11.3. Household expenditure on purchase and subscription of newspapers	
11.4. Wydatki gospodarstw domowych na zakup sprzętu audiowizualnego oraz nośników dźwięku i obrazu	86
11.4. Household expenditure on purchase of audio-visual equipment and recording media	
11.5. Wydatki gospodarstw domowych na zakup usług kulturalnych	87
11.5. Household expenditure on cultural services	
11.6. Ocena zmiany możliwości finansowych zaspokojenia potrzeb gospodarstw domowych związanych z uczestnictwem w kulturze	88
11.6. Evaluation of changes in financial possibilities to meet the needs of households related to participation in culture	
Rozdział 12. Wyposażenie gospodarstw domowych związane z kulturą	89
Chapter 12. Culture-related household goods	
12.1. Książki	89
12.1. Books	
12.2. Sprzęt audiowizualny i komputerowy oraz nośniki dźwięku i obrazu	91
12.2. Audio-visual and computer equipment and recording media	
12.3. Instrumenty muzyczne	93
12.3. Musical instruments	
12.4. Dzieła sztuki i antyki oraz przedmioty rękodzieła artystycznego	94
12.4. Works of art and antiques and artistic handicraft items	
Uwagi metodologiczne (ogólne)	96
Methodological notes (general)	107

Objaśnienia znaków umownych

Symbols

Symbol Symbol	Opis Description
Kreska (-)	oznacza, że zjawisko nie wystąpiło magnitude zero
Kropka (.)	brak informacji wiarygodnych (mniej niż 20 przypadków z próby) data not reliable (less than 20 sample observations)
Znak v	zjawisko zaistniało w wielkości większej lub równej 20 ale mniejszej niż 50 przypadków z próby the phenomenon occurred in a size greater than or equal to 20 but less than 50 cases in the sample
„W tym” “Of which”	oznacza, że nie podaje się wszystkich składników sumy indicates that not all elements of the sum are given

Ważniejsze skróty

Main abbreviations

Skrót Abbreviation	Znaczenie Meaning
p. proc. pp	punkt procentowy percentage point
tys. thous.	tysiąc thousand
mln	milion
zł PLN	złoty zloty
r.	rok
dok. cont.	dokończenie continued

Synteza

Kultura w odbiorze społecznym

W 2024 r. kultura kojarzona była głównie z tradycją, językami, obyczajami i wspólnotami społecznymi i kulturowymi (40,3% osób), sztuką (37,5%), stylem życia i zwyczajami (34,6%) oraz edukacją i rodziną (30,2%). W porównaniu z 2019 r. odnotowano zwiększenie odsetka osób kojarzących kulturę z tradycją oraz zmniejszenie odsetka osób kojarzących kulturę ze stylem życia i zwyczajami. Osoby młodsze częściej kojarzyły kulturę z wypoczynkiem, sportem i podróżami (10,9% w wieku 15–24 lata i 11,3% w wieku 25–34 lata), a starsze (65 lat i więcej) – z tradycją (42,7%). Osoby z wyższym wykształceniem kojarzyły kulturę głównie ze sztuką (46,8%) i tradycją (37,9%). Na wsi kultura utożsamiana była w większym stopniu z wartościami i przekonaniami (14,7% w miastach wobec 20,0% na wsi), a w miastach – ze sztuką (40,5% w miastach wobec 32,5% na wsi).

W 2024 r. 84,7% osób uznało kulturę za bardzo ważną lub dość ważną (88,4% kobiet i 80,7% mężczyzn). Kulturę za bardzo ważną lub dość ważną uznało 87,9% mieszkańców miast i 79,5% mieszkańców wsi. Odsetek osób uważających kulturę za ważną zmniejszył się wraz ze spadkiem poziomu wykształcenia – od 93,9% wśród osób z wykształceniem wyższym do 76,5% wśród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia.

Do najważniejszych cech człowieka kulturalnego zaliczana była umiejętność odpowiedniego zachowania się w każdej sytuacji (65,9%) oraz dbałość o sposób wypowiedzi i nieużywanie wulgaryzmów (63,9%). Wysoko oceniane były również tolerancja wobec innych przekonań, ras i religii (29,0%), czystość i schludny ubiór (25,8%) oraz czytanie książek i bywanie w bibliotece (23,5%). Osoby młode większy nacisk kładły na tolerancję i wykształcenie jako cechę człowieka kulturalnego, podczas gdy osoby starsze – na schludny ubiór. Mieszkańcy miast w większym stopniu niż mieszkańcy wsi, jako cechę człowieka kulturalnego, wskazywali: tolerancję wobec innych przekonań, ras i religii (30,7% wobec 26,4%), czytanie książek (25,2% wobec 20,8%), chodzenie do teatru, kina (20,1% wobec 14,5%), muzeum, na wystawy (12,7% wobec 10,4%) oraz na koncerty, do opery (9,1% wobec 7,0%). Dla mieszkańców wsi ważna była przede wszystkim umiejętność zachowania się w każdej sytuacji (70,4% wobec 63,1% mieszkańców miast).

Kultywowanie tradycji

W 2024 r. tradycje w najbliższej rodzinie kultywowało 51,8% osób, w tym 53,1% kobiet i 50,3% mężczyzn. Większe znaczenie tradycji wskazywały kobiety niż mężczyźni, za bardzo ważną lub ważną uznawało ją 42,3% kobiet wobec 36,0% mężczyzn.

Najwyższy odsetek osób podtrzymujących tradycje odnotowano w makroregionie wschodnim (58,6%), a najniższy w południowym (44,1%). W 2024 r. do kultywowania tradycji w najbliższej rodzinie przyznawało się 53,2% mieszkańców wsi i 50,9% mieszkańców miast.

Wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia rósł odsetek osób deklarujących podtrzymywanie tradycji – od 46,9% wśród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia do 55,1% wśród osób z wyższym wykształceniem.

Najwyższy odsetek osób kultywujących tradycje w najbliższej rodzinie wystąpił w grupie wiekowej 25–34 lata (60,7%), a najniższy wśród osób w wieku 65 lat i więcej (49,3%).

Telewizja, radio, film

Oglądanie telewizji w 2024 r. deklarowało 89,1% osób w wieku 15 lat lub więcej (88,5% mężczyzn i 89,7% kobiet). W porównaniu z 2019 r. odsetek osób oglądających telewizję zmniejszył się o 6,1 p. proc. (o 5,8 p. proc. w przypadku mężczyzn i 6,3 p. proc. w przypadku kobiet). Oglądanie telewizji deklarowało więcej mieszkańców wsi niż miast (92,6% wobec 87,0%). Spośród osób w wieku 15–24 lata telewizję oglądało 79,4%, natomiast w wieku 65 lat i więcej – 97,5%. Osoby z wykształceniem wyższym oglądały telewizję rzadziej i znacznie krócej niż pozostałe osoby. W telewizji najchętniej oglądane były filmy fabularne – tę kategorię wskazało 81,0% osób.

W 2024 r. radia słuchało 79,6% osób w wieku 15 lat lub więcej (o 6,9 p. proc. mniej niż w 2019 r.). Odsetek mężczyzn słuchających radia był wyższy niż odsetek kobiet (81,7% wobec 77,7%). Spośród osób z wykształceniem wyższym radia słuchało 84,8%, podczas gdy z policealnym i średnim – 82,9%, zasadniczym – 78,5%, a gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia – 63,2%. Najniższy odsetek osób deklarujących słuchanie radia odnotowano wśród osób w wieku 15–24 lat (64,9%), a najwyższy – w wieku 35–49 lat (83,4%).

W 2024 r. odsetek osób deklarujących uczęszczanie do kina był wyższy w porównaniu z 2019 r. o 2,2 p. proc. i wyniósł 63,5%. Osoby w wieku 15–24 lata blisko 3 razy częściej deklarowały uczęszczanie do kina, niż osoby w wieku 65 lat i więcej (92,9% wobec 31,8%). Odsetek kobiet uczęszczających do kina był wyższy o 1,7 p. proc. w porównaniu z odsetkiem mężczyzn. Do kin uczęszczało więcej mieszkańców miast niż wsi (69,2% wobec 54,0%). Najwyższy odsetek uczęszczających do kina odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym (84,1%), a najniższy – z wykształceniem zasadniczym (38,9%).

W 2024 r. z odpłatnego dostępu do filmów przez Internet (kino on-line, platformy streamingowe, wideo na żądanie (VOD)) skorzystało 48,1% osób. Odsetek korzystających z płatnej oferty filmowej (poza telewizją i kinem) wyższy był wśród mieszkańców miast niż wsi (55,1% wobec 36,7%). Najwyższy odsetek odnotowano wśród osób w wieku 25–34 lat (77,0%), a najniższy w najstarszej grupie wiekowej, tj. 65 lat i więcej (15,3%). Odsetek osób z wykształceniem wyższym korzystających z płatnej oferty filmowej był 2,5-krotnie wyższy niż w przypadku osób z wykształceniem zasadniczym (70,6% wobec 28,0%). Poza telewizją i kinem oglądane były przede wszystkim filmy fabularne (41,7% osób).

Korzystanie z Internetu

W 2024 r. z Internetu korzystało 86,7% osób w wieku 15 lat lub więcej (o 10,9 p. proc. więcej w porównaniu z 2019 r.).

Codziennie korzystanie z Internetu zadeklarowało 75,4% osób, w tym 16,0% korzystało z Internetu ponad 4 godziny dziennie. Codziennie z Internetu korzystało więcej mieszkańców miast (79,2%) niż wsi (69,0%).

Najwyższy udział korzystających z Internetu (97,5%) oraz korzystających z Internetu codziennie (91,9%) odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym. Wszystkie osoby w grupie osób w wieku 15–24 lata korzystały z Internetu, z czego 99,2% korzystało z Internetu codziennie. Niewiele niższy procent osób korzystających z Internetu wystąpił w przedziale wieku 25–34 lata – 98,9%. Odsetek ten stopniowo obniżał się w kolejnych grupach wiekowych.

W 2024 r. w celach kulturalnych z Internetu korzystało w miastach 69,8% mężczyzn i 64,9% kobiet, natomiast na wsi 42,6% mężczyzn i 49,6% kobiet. Mężczyźni korzystali głównie z oglądania telewizji, filmów i serwisów streamingowych (34,1% w miastach i 21,5% na wsi), a kobiety przede wszystkim wyszukiwały informacji związanych z kulturą (38,9% w miastach i 25,7% na wsi).

Czytelnictwo

W 2024 r. co najmniej jedną książkę w ciągu roku przeczytało lub odsłuchało 59,7% osób – o 1,5 p. proc. więcej niż w 2019 r. Zdecydowanie wyższy odsetek czytających i odsłuchujących książki odnotowano wśród kobiet niż mężczyzn (70,8% wobec 47,5%). Czytanie książek drukowanych deklarowało 56,7% osób (55,0% w 2019 r.), a sięganie po pozycje w wersji cyfrowej – 17,1% (15,1% w 2019 r.).

Źródłem przeczytanych czy odsłuchanych książek był przede wszystkim własny księgozbiór – tak zadeklarowało 26,5% osób, a następnie księgarnie/targi książki/kiermasze/inne punkty handlowe (21,4%) czy biblioteki (20,8%). W 2024 r. czytane lub odsłuchiwane były przede wszystkim książki z dziedziny literatury pięknej (39,4%; w 2019 r. – 37,4%), popularno-naukowej (14,1%; w 2019 – 11,2%) oraz fachowej, zawodowej (13,7%; w 2019 r. – 11,5%). Większość (52,0%) osób, które zadeklarowały przeczytanie przynajmniej jednej książki w 2024 r. deklarowały czytanie dla przyjemności.

W 2024 r. czytanie gazet codziennych zadeklarowało 45,5% osób w wieku 15 lat lub więcej (wśród kobiet – 45,8% i wśród mężczyzn – 45,2%) co oznacza spadek czytelnictwa gazet aż o 19,5 p. proc. w porównaniu z 2019 r. Najwyższy odsetek osób czytających gazety odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym – 50,0%, a najniższy wśród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia – 29,2%. Najmniej osób czytało gazety codzienne w grupie wiekowej 15–24 lata – 18,3%. Najmniejszy spadek czytelnictwa gazet codziennych odnotowano w grupie 65 lat i więcej (o 11,3 p. proc.). Wśród osób z tej grupy wiekowej było też zdecydowanie więcej czytelników prasy codziennej (60,3%).

W 2024 r. odsetek czytających czasopisma był wyższy niż w przypadku gazet. Czasopisma czytało 48,9% osób, choć podobnie jak dla gazet odnotowano duży spadek (aż o 18,1 p. proc. w porównaniu z 2019 r.). Odsetek czytających czasopisma wyższy był w przypadku kobiet niż mężczyzn (56,0% wobec 41,1%) oraz mieszkańców miast niż wsi (odpowiednio 50,8% i 45,7%). Najniższy odsetek osób deklarujących czytanie czasopism występował w grupie wiekowej 15–24 lata – 29,8%, a najwyższy – 65 lat i więcej (63,3%).

W 2024 r. z biblioteki lub czytelni skorzystało 25,9% osób, tj. o 1,3 p. proc. więcej osób niż w 2019 r., w tym 32,6% kobiet (w 2019 r. – 30,6%) i 18,6% mężczyzn (w 2019 r. – 17,9%). Najwyższy odsetek osób korzystających z biblioteki lub czytelni odnotowano wśród osób uczących się lub studiujących – w grupie wiekowej 15–24 lata – 70,5% (w 2019 r. – 65,9%). Odsetek ten obniżał się wraz z rosnącym wiekiem respondentów. Z możliwości zamawiania książek w bibliotekach za pośrednictwem Internetu skorzystało 23,2% osób (tj. o 9,7 p. proc. więcej niż w 2019 r.).

W 2024 r. swój udział w spotkaniu z poetą/pisarzem/autorem książki zadeklarowało 5,5% osób (w 2019 r. – 4,4%).

Muzyka i teatr

Słuchanie muzyki deklarowało 84,4% osób (spadek o 4,7 p. proc. w porównaniu z 2019 r.), w tym 85,5% kobiet i 83,3% mężczyzn. Wyższy odsetek słuchających muzyki odnotowano w przypadku mieszkańców miast niż wsi (87,7% wobec 79,2%).

Wśród kobiet najwyższy odsetek słuchających muzyki odnotowano w grupie osób w wieku 15–24 lata (98,3%), natomiast wśród mężczyzn najwyższy odsetek słuchaczy wystąpił w grupie osób w wieku 25–34 lata (92,5%). Najmniejsze zainteresowanie muzyką deklarowały osoby w wieku 65 lat i więcej (70,6%). Kobiety we wszystkich grupach wiekowych częściej niż mężczyźni deklarowały słuchanie muzyki.

Najwyższy odsetek osób odnotowano w przypadku uczęszczania do teatru. Ponad ¼ badanych (27,0%) uczęszczała na przedstawienia teatralne, przy czym udział kobiet przewyższał udział mężczyzn (31,5% wobec 22,1%). W 2024 r. na przedstawienia operowe lub operetki uczęszczało 8,9% osób (więcej o 3,1 p. proc. w porównaniu z 2019 r.), a na baletowe i taneczne – 7,4% (więcej o 1,7 p. proc.). W koncertach muzyki klasycznej wzięło udział 11,1% osób (o 2,8 p. proc. więcej niż w 2019 r.). Największą popularnością cieszyły się koncerty muzyki innych gatunków niż klasyczna odbywające się poza filharmonią – uczestniczyło w nich 20,2% osób.

Najwyższy odsetek osób uczestniczących w wydarzeniach muzycznych i teatralnych, niezależnie od rodzaju wydarzenia, odnotowano w grupie osób z wykształceniem wyższym.

Młodsze osoby chętniej wybierały koncerty i spektakle teatralne, podczas gdy starsze – przedstawienia operowe lub operetki.

Uczestnictwo w wybranych formach rozrywki

Największym zainteresowaniem cieszyły się wesołe miasteczka i parki rozrywki – uczęszczało do nich 26,7% osób. Niewiele mniejszą popularnością cieszyły się również wydarzenia estradowe i kabaretowe (24,1% osób) oraz wizyty w klubach muzycznych, dyskotekach oraz na dancینگach (21,3%). Udział w festiwalach zadeklarowało 18,5% osób. Tego rodzaju aktywności były szczególnie atrakcyjne dla najmłodszych grup wieku oraz dla mieszkańców miast. Natomiast wśród osób z najstarszej grupy wiekowej (65 lat i więcej) oraz mieszkańców wsi największym zainteresowaniem cieszyły się imprezy estradowe i kabaretowe.

Zwiedzanie

W 2024 r. zabytki historyczne w kraju zwiedziło 52,8% osób (38,5% w 2019 r.), a za granicą – 20,3% (13,0% w 2019 r.). Odsetek zwiedzających zabytki historyczne zarówno w kraju, jak i za granicą był zdecydowanie wyższy w przypadku mieszkańców miast niż wsi. Najwyższy odsetek osób zwiedzających zabytki historyczne w kraju odnotowano wśród osób w wieku 25–34 lata (62,1%), natomiast za granicą – wśród osób w wieku 35–49 lat (27,6%).

Muzea w kraju zwiedziło 36,5% osób (26,7% w 2019 r.), natomiast za granicą – 14,1% (9,0% w 2019 r.). Odsetek zwiedzających muzea zarówno w kraju, jak i za granicą był wyższy w przypadku kobiet niż mężczyzn (w kraju – 39,4% wobec 33,5%; za granicą – 14,2% wobec 13,8%). Najwyższy odsetek osób deklarujących zwiedzanie muzeów w kraju odnotowano w najmłodszej badanej grupie wiekowej, tj. wśród osób w wieku 15–24 lata (53,6%). W kolejnych grupach wiekowych wskaźnik ten stopniowo się zmniejszał. Odsetek osób z wykształceniem wyższym zwiedzających muzea w kraju był ponad 3-krotnie wyższy niż w przypadku osób z wykształceniem zasadniczym i wyniósł 55,4%.

Galerie sztuki w kraju odwiedziło 13,2% osób, a za granicą – 5,7%. Odsetek zwiedzających galerie sztuki w kraju był ponad 3,5-krotnie wyższy wśród mieszkańców miast niż wsi. Galerie sztuki w kraju odwiedziła co czwarta osoba z wyższym wykształceniem (25,1%). W przypadku galerii sztuki za granicą odsetek zwiedzających z wyższym wykształceniem wyniósł 13,1%, podczas gdy wśród osób z niższym poziomem wykształcenia nie przekroczył 5%.

Z oferty ogrodów zoologicznych, botanicznych i planetariów skorzystało 31,1% osób (o 6,5 p. proc. więcej niż w 2019 r.). Odsetek zwiedzających był wyższy w przypadku kobiet niż mężczyzn (33,5% wobec 28,4%). Najwyższy odsetek zwiedzających ogrody zoologiczne, botaniczne i planetaria odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym (45,1%) oraz wśród osób w wieku 25–34 lata (44,9%).

Korzystanie z oferty kulturalnej lokalnych placówek

W 2024 r. z oferty kulturalnej lokalnej placówki skorzystało 30,0% osób, więcej kobiet niż mężczyzn (34,8% wobec 24,6%). Odsetek korzystających z oferty kulturalnej lokalnych placówek był wyższy wśród mieszkańców miast niż wsi (33,2% wobec 24,7%). Z takiej oferty skorzystała co druga osoba w wieku 15–24 lata (50,0%). W starszych grupach wiekowych odsetek korzystających był wyraźnie niższy. Najwyższy udział korzystających był wśród osób z wykształceniem wyższym (35,2%), natomiast najniższy odsetek odnotowano w przypadku osób z wykształceniem zasadniczym (20,0%).

Najczęściej wskazywaną formą aktywności kulturalnej były występy artystyczne, takie jak przedstawienia czy koncerty (10,2% osób). Podobny odsetek odnotowano także w przypadku imprez folklorystycznych i festynów (9,8%) oraz wypożyczania książek (9,6%). Udział w występach artystycznych częściej deklarowali mieszkańcy miast (11,1%), podczas gdy mieszkańcy wsi częściej wskazywali udział w imprezach folklorystycznych i festynach (11,9%).

Wśród powodów niekorzystania z oferty kulturalnej lokalnych placówek wymieniano przede wszystkim brak czasu (32,3%). Na kolejnych miejscach znalazły się brak zainteresowania (22,9%) oraz brak oferty odpowiadającej indywidualnym zainteresowaniom (10,7%).

Ponad połowa osób nie była ani zadowolona ani niezadowolona wobec sieci placówek organizujących i prowadzących działalność kulturalną w miejscu zamieszkania (60,4%), jak i sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego (56,2%). Oceny dotyczące oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania były bardzo podobne, jak w przypadku sieci placówek organizujących i prowadzących działalność kulturalną.

Osoby niezadowolone z sieci placówek kulturalnych wskazywały przede wszystkim na brak w najbliższej okolicy placówek, z których chciałyby skorzystać (7,2%) oraz na problemy z dojazdem (2,4%). W przypadku oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania główną przyczyną niezadowolenia był brak oferty dopasowanej do zainteresowań (8,8%).

Ponad połowa osób wskazała na brak problemów zdrowotnych, które w jakikolwiek sposób wpływały na ich aktywność kulturalną (57,7%). Co czwarta osoba przyznała, że problemy zdrowotne nie są czynnikiem ograniczającym aktywność kulturalną (25,2%), a 11,6% osób wskazało, że problemy zdrowotne ograniczają ich aktywność kulturalną w pewnym stopniu, ale niezbyt poważnie. Natomiast problemy zdrowotne poważnie ograniczały aktywność kulturalną 5,4% osób.

Działalność hobbystyczna i amatorska

Mieszkańcy miast bardziej angażowali się w działalność hobbystyczną niż mieszkańcy obszarów wiejskich. Najpopularniejszą formą działalności hobbystycznej było majsterkowanie (5,7%). Popularnością cieszyła się także plastyka (5,2%), muzyka (4,7%), fotografia amatorska (4,1%) oraz taniec (4,0%).

Kobiety wybierały przede wszystkim plastykę jako hobby (8,6%), a mężczyźni – majsterkowanie (10,9%).

Odsetek osób niezainteresowanych różnymi formami aktywności indywidualnej lub grupowej wyniósł 69,8% (68,8% mężczyzn i 70,7% kobiet). Brak zainteresowania różnorodnymi formami aktywności deklarowało 65,9% mieszkańców miast oraz 76,1% mieszkańców wsi. Najwyższy odsetek niezainteresowanych różnymi formami aktywności indywidualnej lub grupowej odnotowano wśród osób w wieku 65 lat i więcej (77,4%), natomiast najniższy w grupie wiekowej 15–24 lata (56,6%).

W 2024 r. odsetek osób aktywnie uczestniczących w stowarzyszeniach działających na rzecz kultury (towarzystwo miłośników miasta, koło gospodyń wiejskich itp.) wyniósł 4,1% (2,5% mężczyzn i 5,5% kobiet). Wyższy odsetek odnotowano na wsi (4,6%) niż w miastach (3,7%).

Efektami własnej twórczości – takimi jak muzyka, artykuły, książki, poezja, obrazy czy grafika – dzieliło się 5,5% osób zarówno na żywo, jak i w Internecie. Najczęściej wskazywano na udostępnianie muzyki (1,8%), przy czym aktywność tę deklarowało 2,2% mężczyzn i 1,4% kobiet.

Wydatki gospodarstw domowych na kulturę

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup artykułów i usług kulturalnych w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2024 r. wyniosły 481,68 zł. Był to wzrost o 86,16 zł, (21,8%) w porównaniu z 2023 r. Udział wydatków na dobra kultury w strukturze wydatków ogółem nie zmienił się znacząco (2,1% w 2024 r. i 2,0% w 2023 r.). Przeciętnie najwięcej na kulturę wydawali członkowie gospodarstw domowych utrzymujących się z pracy na własny rachunek, najmniej natomiast rolnicy.

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup książek i innych wydawnictw (niebędących podręcznikami do nauki) w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2024 r. wyniosły 24,36 zł, a gazet i czasopism – 20,28 zł. Wydatki na zakup sprzętu audiowizualnego stanowiły przeciętnie 12,1% wszystkich wydatków na kulturę, a wydatki na nośniki dźwięku i obrazu – 1,1%. 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 2024 r. wyniosły łącznie 47,16 zł (64,20 zł w miastach, 22,08 zł na wsi), co stanowiło 9,8% wydatków na kulturę (odpowiednio w miastach 10,8%, na wsi 7,0%). 77,3% gospodarstw domowych uznało, że ich możliwości finansowe zaspokojenia potrzeb związanych z uczestnictwem w kulturze w 2024 r. nie zmieniły się w porównaniu z rokiem wcześniejszym, a prawie 12% możliwości te oceniła negatywnie („pogorszyły się” lub „bardzo się pogorszyły”). Natomiast 6,9% gospodarstw domowych uznało zmianę finansowych możliwości realizowania potrzeb kulturalnych za pozytywną („poprawiły się” lub „bardzo się poprawiły”). W 2024 r. ze względów finansowych najwięcej gospodarstw domowych rezygnowało z wyjścia do kina (16,8%). Natomiast najniższy odsetek rezygnujących gospodarstw domowych odnotowano w odniesieniu do abonamentu na prasę w wersji cyfrowej (3,1%).

Artykuły użytku kulturalnego w gospodarstwach domowych

W 2024 r. odsetek gospodarstw domowych posiadających książki (inne niż podręczniki szkolne) wyniósł 91,0% i był wyższy niż w 2019 r. (86,4%). Odsetek gospodarstw domowych dysponujących księgozbiorem był wyższy w miastach – 92,0% niż na wsi – 89,0% (w 2019 r. odpowiednio 88,6% i 81,9%). W miastach liczących 500 tys. mieszkańców i więcej odsetek gospodarstw domowych posiadających książki wyniósł 95,7%, a najniższy był w miastach liczących poniżej 20 tys. mieszkańców – 89,0% (w 2019 r. odpowiednio 92,5% i 86,2%). Z ogółu gospodarstw domowych 75,1% posiadało książki o tematyce beletrystycznej (literatura piękna), 69,6% – słowniki, encyklopedie, leksykony lub atlasy, 50,7% – wydawnictwa poradnikowe, 57,0% – inne książki.

Posiadanie odbiornika telewizyjnego deklarowało 95,4% gospodarstw domowych, nieznacznie mniej niż w 2019 r. (95,9%). Ponad połowa gospodarstw domowych (63,8%) posiadała dostęp do telewizji kablowej lub satelitarnej (w 2019 r. – 62,6%). W porównaniu z 2019 r. zwiększył się odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej – z 11,4% w 2019 r. do 37,5% w 2024 r. Radio, radiomagnetofon, radio z odtwarzaczem płyt kompaktowych lub radiomagnetofon z odtwarzaczem płyt kompaktowych, wieżę, gramofon posiadało w 2024 r. 64,9% gospodarstw domowych (w 2019 r. – 63,9%), w miastach 61,7%, podczas gdy na wsi 71,1%. W porównaniu z 2019 r. wystąpił wzrost odsetka gospodarstw domowych posiadających komputer osobisty, laptop, tablet z 72,8% do 78,9% w 2024 r. Wzrost

także odsetek gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu na komputerze lub w telefonie. W 2024 r. 89,5% badanych gospodarstw domowych deklarowało dostęp do Internetu (w 2019 r. – 80,2%). W porównaniu z 2019 r. odnotowano wzrost odsetka gospodarstw domowych wyposażonych w smartfony. W 2024 r. smartfon posiadało 89,9% gospodarstw domowych, w 2019 r. 72,1%, a odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w konsole do gier wzrósł z 14,4% w 2019 r. do 20,1% w 2024 r.

W 2024 r., podobnie jak w 2019 r., wśród badanych gospodarstw domowych 20,6% posiadało co najmniej jeden instrument muzyczny (w miastach – 21,2%, a na wsi – 19,3%). Najwyższy odsetek odnotowano wśród gospodarstw domowych posiadających gitarę – 11,1%, przy czym instrument ten cieszył się większą popularnością w miastach (11,9%) niż na wsi (9,4%).

Odsetek gospodarstw domowych posiadających dzieła sztuki i antyki w 2024 r. wyniósł 8,3% (w 2019 r. – 6,7%), a posiadających przedmioty rękodzieła artystycznego – 19,5% (w 2019 r. – 14,6%). 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 8,0% dla przedmiotów rękodzieła artystycznego i 1,5% dla dzieł sztuki i antyków (w 2019 r. odpowiednio 6,4% i 1,0%).

Executive summary

Culture in social perception

In 2024, culture was mainly associated with traditions, languages, customs and social and cultural communities (40.3% of people), art (37.5%), lifestyle and manners (34.6%), and education and family (30.2%). Compared to 2019, there was an increase in associations of culture with tradition and a decrease in associations with lifestyle and manners. Younger people associated culture more frequently with leisure, sports, travel, fun (10.9% aged 15–24 and 11.3% aged 25–34), and the oldest group (65 years and more) – with tradition (42.7% of indications). People with tertiary education associated culture mainly with art (46.8%) and tradition (37.9%). In rural areas, culture was more often identified with values and beliefs (14.7% in urban areas compared to 20.0% in rural areas), and in urban areas – with art (40.5% in urban areas compared to 32.5% in rural areas).

In 2024, 84.7% of people considered culture to be very important or fairly important (88.4% of women and 80.7% of men). Culture was considered very important or fairly important by 87.9% of residents in urban areas and 79.5% in rural areas. The share of people who considered culture to be important decreased with the level of education – from 93.9% among those with tertiary education to 76.5% among those with lower secondary, primary or without school education.

The most important characteristics of a cultural person included the ability to behave in any situation (65.9%) and paying attention to the manner of expression and not using profanities (63.9%). Tolerance for other beliefs, race and religion (29.0%), cleanliness and neat dress (25.8%) and reading books and visiting the library (23.5%) were also highly rated. Young people were more likely to point to tolerance and education as a feature of a cultural person, while older people put more emphasis on neat dress. Residents of urban areas more often than residents of rural areas indicated as a cultural trait of a person: tolerance towards other beliefs, race and religion (30.7% vs. 26.4%), reading books (25.2% vs. 20.8%), going to the theatre, cinema (20.1% vs. 14.5%), visiting museums, exhibitions (12.7% vs. 10.4%) and going to concerts, to an opera (9.1% vs. 7.1%). For residents of rural areas, the ability to behave in any situation was particularly important (70.4% vs. 63.1% of residents of urban areas).

Cultivating tradition

In 2024, 51.8% of people in their immediate family were practicing traditions, including 53.1% women and 50.3% men. Women indicated that tradition was more important than men did, with 42.3% of women considering it very important or important, compared to 36.0% of men.

The highest percentage of people maintaining traditions was recorded in Wschodni macroregion (58.6%) and the lowest in Południowy macroregion (44.1%). In 2024, 53.2% of people living in rural areas and 50.9% living in urban areas admitted cultivating traditions in their immediate family.

With the increase in the level of education, the percentage of people declaring to maintain tradition increased – from 46.9% among people with lower secondary education, primary and without school education to 55.1% among people with tertiary education.

The highest share of people cultivating traditions in the immediate family was in the age group of 25–34 years (60.7%), and the lowest among people aged 65 and more (49.3%).

Television, radio, film

Watching television in 2024 was declared by 89.1% of people aged 15 or more (88.5% of men and 89.7% of women). Compared to 2019, the percentage of people watching TV decreased by 6.1 percentage points (by 5.8 percentage points for men and 6.3 percentage points for women). Watching television was more often declared by residents of rural areas than urban areas (92.6% vs. 87.0%). Among people aged 15–24, 79.4% watched television, while among those aged 65 and more 97.5%. People with tertiary education watched television less often and for a much shorter time than other people. Feature films were the most popular on television – this category was indicated by 81.0% of people.

In 2024, 79.6% of people aged 15 or more listened to the radio (6.9 percentage points less than in 2019). The percentage of men listening to the radio was higher than the percentage of women (81.7% vs. 77.7%). Among people with tertiary education, 84.8% listened to the radio, while 82.9% with post-secondary, secondary education, 78.5% with basic education, and 63.2% with lower secondary education, primary or without school education. The lowest percentage of people declaring listening to the radio was recorded among people aged 15–24 (64.9%), and the highest – among those aged 35–49 (83.4%).

In 2024, the percentage of people declaring going to the cinema was higher than in 2019 (by 2.2 percentage points) and amounted to 63.5%. People aged 15–24 years were almost 3 times more likely to declare going to the cinema than people aged 65 and more (92.9% vs. 31.8%). The percentage of women attending the cinema was higher by 1.7 percentage points compared to the percentage of men. Cinemas were visited more by residents of urban areas than rural areas (69.2% vs. 54.0%). The highest percentage of cinema attendance was recorded among people with tertiary education (84.1%), and the lowest – with basic education (38.9%).

In 2024, 48.1% of people used paid access to films via the Internet (online cinema, streaming platforms, video on demand (VOD)). The percentage of people using paid films (outside television and cinema) was higher among residents of urban areas than rural areas (55.1% vs. 36.7%). The highest percentage was recorded among people aged 25–34 years (77.0%), and the lowest in the oldest age group, i.e. 65 years and more (15.3%). The percentage of people with higher education using paid film streaming services was 2.5 times higher than in the case of people with basic education (70.6% vs. 28.0%). Feature films were most frequently watched outside television and cinema (41.7% of people).

Internet use

In 2024, 86.7% of people aged 15 and more used the Internet (10.9% percentage points more compared to 2019).

75.4% of people declared daily use of the Internet, including 16.0% using the Internet for more than 4 hours a day. More residents of urban areas (79.2%) than rural areas (69.0%) used the Internet on a daily basis.

The highest proportion of Internet users (97.5%) and those using the Internet daily (91.9%) was recorded among people with tertiary education. All individuals in the 15–24 age group used the Internet, with 99.2% using it daily. A slightly lower percentage of people using the Internet occurred in the age group of 25–34 years – 98.9%. This percentage gradually decreased in subsequent age groups.

In 2024, 69.8% of men and 64.9% of women in urban areas used the internet for cultural purposes, while in rural areas 42.6% of men and 49.6% of women did so. Men mainly watched TV, films and streaming services (34.1% in urban areas and 21.5% in rural areas), while women primarily searched for information related to culture (38.9% in urban areas and 25.7% in rural areas).

Reading habits

In 2024, 59.7% of people read or listened to at least one book during the year – 1.5 percentage points more than in 2019. A significantly higher percentage of people who read and listened to books was recorded among women than men (70.8% vs. 47.5%). 56.7% declared reading printed books (55.0% in 2019) while reaching for digital version – 17.1% (15.1% in 2019).

The source of books read or listened to was primarily their own book collection – this was declared by 26.5% of people, followed by bookstores/book fairs/fairs/other retail outlets (21.4%) or libraries (20.8%). In 2024, belles-lettres books (39.4%; 37.4% in 2019), popular science literature (14.1%; 11.2% in 2019) or professional specialised literature (13.7%; 11.5% in 2019) were most frequently read or listened to. The majority (52.0%) of people who declared reading at least one book in 2024 declared reading for pleasure.

In 2024, 45.5% of people aged 15 or more declared reading newspapers (45.8% among women and 45.2% among men), which means a decrease in newspaper readership by as much as 19.5 percentage points compared to 2019. The highest percentage of people reading newspapers was recorded among people with tertiary education – 50.0% and the lowest among people with lower secondary, primary or without school education – 29.2%. The fewest people read newspapers in the age group of 15–24 years – 18.3%. The smallest decrease in the readership of newspapers was recorded in the group of 65 years and more (by 11.3 percentage points). Among people from this age group, there were also significantly more readers of the newspapers (60.3%).

Magazine readership in 2024 was slightly higher than newspaper readership. Magazines were read by 48.9% of people, although, as for newspapers, a large decrease was observed (by as much as 18.1 percentage points compared to 2019). The percentage of magazine readers was higher among women (56.0%) than men (41.1%) as well as among residents of urban areas than rural areas (50.8% and 45.7%, respectively). The lowest percentage of people declaring reading magazines was in the age group of 15–24 years – 29.8% and the highest – in the age group of 65 years and more (63.3%).

In 2024, 25.9% of people used the library or reading room, i.e. 1.3 percentage points more than in 2019, including 32.6% of women (30.6% in 2019) and 18.6% of men (17.9% in 2019). The highest percentage of people using the library or reading room was recorded among people who are learning or studying – in the age group of 15–24 years – 70.5% (in 2019 65.9%). This percentage decreased with the increasing age of the respondents. 23.2% of people (i.e. 9.7 percentage points more than in 2019) took advantage of the possibility of ordering books in libraries via the Internet.

In 2024, 5.5% of people declared their participation in a meeting with poets/writers/book authors (4.4% in 2019).

Music and theatre

84.4% of respondents said they listen to music (a decrease of 4.7 percentage points compared to 2019), including 85.5% of women and 83.3% of men. A higher percentage of people listening to music was recorded among residents of urban areas than rural areas (87.7% compared to 79.2%).

Among women, the highest percentage of music listeners was recorded in the 15–24 age group (98.3%), while among men the highest percentage of listeners was in the 25–34 age group (92.5%). The least interest in music was declared by people aged 65 and more (70.6%). Women in all age groups were more likely than men to declare listening to music.

The highest percentage of people was recorded in the case of going to the theatre. Over a quarter of respondents (27.0%) took part in theatre performances, with the proportion of women exceeding that of men (31.5% vs. 22.1%). In 2024, 8.9% of people attended opera or operetta performances (an increase of 3.1 percentage points compared to 2019), and ballet or dance performances – 7.4% (an increase of 1.7 percentage points). 11.1% of people took part in classical music concerts (2.8 percentage points more than in 2019). The most popular events were concerts of music genres other than classical music held outside the philharmonic – 20.2% of people took part in them.

The highest percentage of people participating in music and theatre events, regardless of the type of event, was recorded in the group of people with tertiary education.

Younger people were more likely to choose concerts and theatre performances, while older people – opera and operetta performances.

Participation in selected forms of entertainment

Amusement parks and funfairs were the most popular, attracting 26.7% of people. Stage and cabaret events were also slightly less popular (24.1% of people) as well as visits to music clubs, discos and dancing halls (21.3%). 18.5% of people declared their participation in the festivals. Such activities were particularly attractive for the youngest age groups and for residents of urban areas. On the other hand, among people from the oldest age group (65 years and more) and residents of rural areas, stage and cabaret enjoyed the greatest popularity.

Sightseeing

In 2024, 52.8% of people visited historical monuments in Poland (38.5% in 2019) and 20.3% abroad (13.0% in 2019). The percentage of visitors to historical monuments both in Poland and abroad was much higher in the case of residents of urban areas than rural areas. The highest percentage of visitors to historical monuments in the country was recorded among people aged 25–34 (62.1%), while abroad – among people aged 35–49 (27.6%).

Museums in Poland were visited by 36.5% of people (26.7% in 2019), while abroad – by 14.1% (9.0% in 2019). The percentage of museum visitors both in Poland and abroad was higher for women than for men (in the country – 39.4% vs. 33.5%; abroad – 14.2% vs. 13.8%). The highest percentage of people declaring visits to museums in the country was recorded in the youngest age group, i.e. among people aged 15–24 (53.6%). In subsequent age groups, this indicator gradually decreased. The percentage of people with tertiary education visiting museums in the country was more than three times higher than that of people with basic education and amounted to 55.4%.

Art galleries in Poland were visited by 13.2% of people, and abroad – by 5.7%. The percentage of visitors to art galleries in the country was more than 3.5 times higher among residents of urban areas than rural areas. Art galleries in the country were visited by every fourth person with tertiary education (25.1%). In the case of art galleries abroad, the percentage of visitors with tertiary education was 13.1%, while among those with a lower level of education it did not exceed 5%.

31.1% of people took advantage of the offer of zoos, botanical gardens and planetariums (6.5 percentage points more than in 2019). The percentage of visitors was higher for women than for men (33.5% vs. 28.4%). The highest percentage of visitors to zoos, botanical gardens and planetariums was recorded among people with tertiary education (45.1%) and among people aged 25–34 (44.9%).

Use of the cultural offer of the local institutions

In 2024, 30.0% of people took advantage of the cultural offer of the local institution, more women than men (34.8% vs. 24.6%). The percentage of people using the cultural offer of local institutions was higher among residents of urban areas than rural areas (33.2% vs. 24.7%). Every second person aged 15–24 (50.0%) took advantage of such an offer. In older age groups, the percentage of users was significantly lower. The highest share of users was recorded among people with tertiary education (35.2%), while the lowest percentage was recorded in the case of people with basic education (20.0%).

The most frequently indicated forms of cultural activity were artistic performances, such as shows or concerts (10.2% of people). A similar percentage was also recorded in the case of folklore events and picnics (9.8%) and book borrowing (9.6%). Participation in artistic performances was more often declared by residents of urban areas (11.1%), while residents of rural areas more often indicated participation in folk events and picnics (11.9%).

Among the reasons for not using the cultural offer of local institutions, the lack of time was most often mentioned (32.3%). The next common reasons were lack of interest (22.9%) and the lack of an offer tailored to individual interests (10.7%).

More than half of the respondents showed a neutral attitude (neither satisfied nor dissatisfied) towards the network of establishments organising and conducting cultural activities in their place of residence (60.4%) and the network of points selling cultural goods (56.2%). The assessments regarding the cultural offer in the place of residence were very similar to those of the network of institutions organising and conducting cultural activities.

People dissatisfied with the network of cultural institutions most often indicated the lack of facilities in the immediate vicinity that they would like to use (7.2%) and problems with access (2.4%). In the case of the cultural offer in the place of residence, the main reason for dissatisfaction was the lack of an offer tailored to interests (8.8%).

More than half of the people indicated that they had no health problems that affected their cultural activity in any way (57.7%). One in four people admitted that health problems are not a factor limiting cultural activity (25.2%), and 11.6% of people indicated that health problems limit their cultural activity to some extent, but not too severely. On the other hand, health problems seriously limited cultural activity of 5.4% of people.

Hobby and amateur activities

Residents of urban areas were more involved in hobby activities than residents of rural areas. The most popular form of hobby activity was tinkering (5.7%). Art (5.2%), music (4.7%), amateur photography (4.1%) and dancing (4.0%) were also popular.

Among women, the most frequently chosen form of hobby was art (8.6%), while among men – tinkering (10.9%).

The percentage of people not interested in various forms of individual or group activity was 69.8% (68.8% of men and 70.7% of women). A lack of interest in various forms of activity was declared by 65.9% residents of urban areas and 76.1% residents of rural areas. The highest percentage of people not interested in various forms of individual or group activity was recorded among people aged 65 and more (77.4%), while the lowest was recorded in the age group of 15–24 years (56.6%).

In 2024, the percentage of actively participating in associations promoting culture (the society of city lovers, rural housewives' association, etc.) was 4.1% (2.5% of men and 5.5% of women). A higher proportion was recorded in rural areas (4.6%) than in urban areas (3.7%).

5.5% of people shared the results of their own creative work – such as music, articles, books, poetry, images and graphics – both live and online. Sharing music was most often indicated (1.8%), with 2.2% of men and 1.4% of women declaring this activity.

Household expenditure on culture

The average annual household expenditure on cultural goods and services per household member in 2024 amounted to PLN 481.68. This represented an increase of PLN 86.16 (21.8%) compared to 2023. The share of expenditure on cultural goods in the structure of total expenditure did not change significantly (2.1% in 2024 and 2.0% in 2023). On average, members of households of the self-employed spend the most on culture, while households of farmers spend the least.

The average annual expenditure of a household on the purchase of books and other publications (which are not school textbooks) per 1 household member in 2024 amounted to PLN 24.36 and on newspapers and magazines – PLN 20.28. Expenditure on the purchase of audio-visual equipment on average accounted for 12.1% of all expenditure on culture, while expenditure on sound and image recording media accounted for a further 1.1%. The average annual household expenditure on entry fees to cinemas, theatres and concerts (including stage performances or light and sound shows) per 1 household member in 2024 amounted to a total of PLN 47.16 (PLN 64.20 in urban areas, PLN 22.08 in rural areas), which accounted for 9.8% of expenditure on culture (10.8% in urban areas, 7.0% in rural areas, respectively). 77.3% of households considered that their financial possibilities to meet their needs related to cultural participation in 2024 did not change compared to the previous year, and almost 12% assessed this possibility negatively ("worsened" or "worsened considerably"). On the other hand, 6.9% of households considered the change in their financial possibility to meet cultural needs as positive ("improved" or "improved significantly"). In 2024, for financial reasons, most households gave up going to the cinema (16.8%). In contrast, the lowest percentage of households cancelling subscriptions was recorded for digital newspaper subscriptions (3.1%).

Household cultural goods

In 2024, the percentage of households having books (other than school textbooks) was 91.0% and was higher than in 2019 (86.4%). The percentage of households with a book collection was higher in urban areas – 92.0% than in rural areas – 89.0% (in 2019 88.6%, 81.9%, respectively). In cities with 500 thousand inhabitants or more, the percentage of households having books was 95.7%, and the lowest was in cities with less than 20 thousand inhabitants – 89.0% (in 2019 92.5% and 86.2%, respectively). Of all households, 75.1% had belles-lettres books, 69.6% – dictionaries, encyclopaedias, lexicons and atlases, 50.7% – guide-books, 57.0% – other books.

Having a television set was declared by 95.4% of households, slightly less than in 2019 (95.9%). More than half of households (63.8%) had access to cable or satellite television (62.6% in 2019). Compared to 2019, the percentage of households equipped with access to digital terrestrial television has increased – from 11.4% in 2019 to 37.5% in 2024. In 2024, 64.9% of households had a radio, radio tape recorder, radio with compact disc player or radio tape recorder with compact disc player, stereo music system, gramophone (63.9% in 2019), 61.7% in urban areas, while 71.1% in rural areas. Compared to 2019, there was an increase in the percentage of households having a personal computer, laptop, tablet from 72.8% to 78.9% in 2024.

The percentage of households with access to the Internet on a computer or phone has also increased. In 2024, 89.5% of the surveyed households declared access to the Internet (in 2019 – 80.2%). Compared to 2019, there was an increase in the percentage of households equipped with smartphones. In 2024, 89.9% of households had a smartphone, in 2019 it was 72.1%, and the percentage of households equipped with game consoles increased from 14.4% in 2019 to 20.1% in 2024.

In 2024, as in 2019, 20.6% of the surveyed households had at least one musical instrument (21.2% in urban areas and 19.3% in rural areas). The highest percentage was reported by households having a guitar – 11.1%, which was more popular in urban areas (11.9%) than in rural areas (9.4%).

The percentage of households having works of art and antiques in 2024 was 8.3% (in 2019 – 6.7%), and handicraft items – 19.5% (in 2019 – 14.6%). The percentage of households that acquired handicrafts during the year was higher than the percentage of those that enriched their collection of antiques and works of art and amounted to 8.0% for handicrafts and 1.5% for works of art and antiques (in 2019: 6.4% and 1.0%, respectively).

Rozdział 1

Chapter 1

Kultura w odbiorze społecznym

Culture in social perception

Pomimo istnienia około 200 definicji kultury w literaturze naukowej, nie udało się wypracować jednego, powszechnie akceptowanego pojęcia. „Nie ma nic bardziej nieokreślonego niż słowo kultura”, twierdził już w XVIII w. niemiecki filozof Johann Herder, a jego refleksja pozostaje aktualna do dziś. Według Encyklopedii PWN termin ten, pochodzący z łaciny, jest jednym z najczęściej używanych w naukach humanistycznych i społecznych, a także w języku potocznym, w którym jednak ma zwykle odmienne, wartościujące znaczenie. W najszerszym ujęciu kultura obejmuje wszystko, co nie jest naturą – czyli to, co zostało stworzone przez człowieka – oraz wzory postępowania właściwe dla danej społeczności, przekazywane z pokolenia na pokolenie w procesie socjalizacji i kultyryzacji. Za kulturę można uznać dorobek materialny i niematerialny danej zbiorowości, a więc wytwór społeczny o charakterze kumulatywnym i długiego trwania. Można też popatrzeć na kulturę jako na codzienną aktywność członków społeczeństwa. Pojęcie „kultura”, „kulturalny” czy „kulturowy” ma szerokie zastosowanie w wielu sferach życia: mówimy o kulturalnym zachowaniu i zachowaniach kulturowych, instytucjach kultury i przemysłach kultury, turystyce kulturalnej czy kulturze rolnej. Nierzadko pojęcie to zawężane jest do sztuki i dziedzictwa kulturowego lub rozumiane funkcjonalnie jako sektor kultury – obejmujący działalność publicznych, prywatnych i pozarządowych podmiotów oraz osób indywidualnych, a także efekty ich pracy, takie jak wystawy, książki czy przedstawienia. W potocznym odbiorze kultura bywa utożsamiana z czasem wolnym, wypoczynkiem i rekreacją, choć granice między tymi sferami pozostają nieostre.

1.1. Z czym kojarzy się słowo „kultura”?

1.1. What does the word “culture” is associated with?

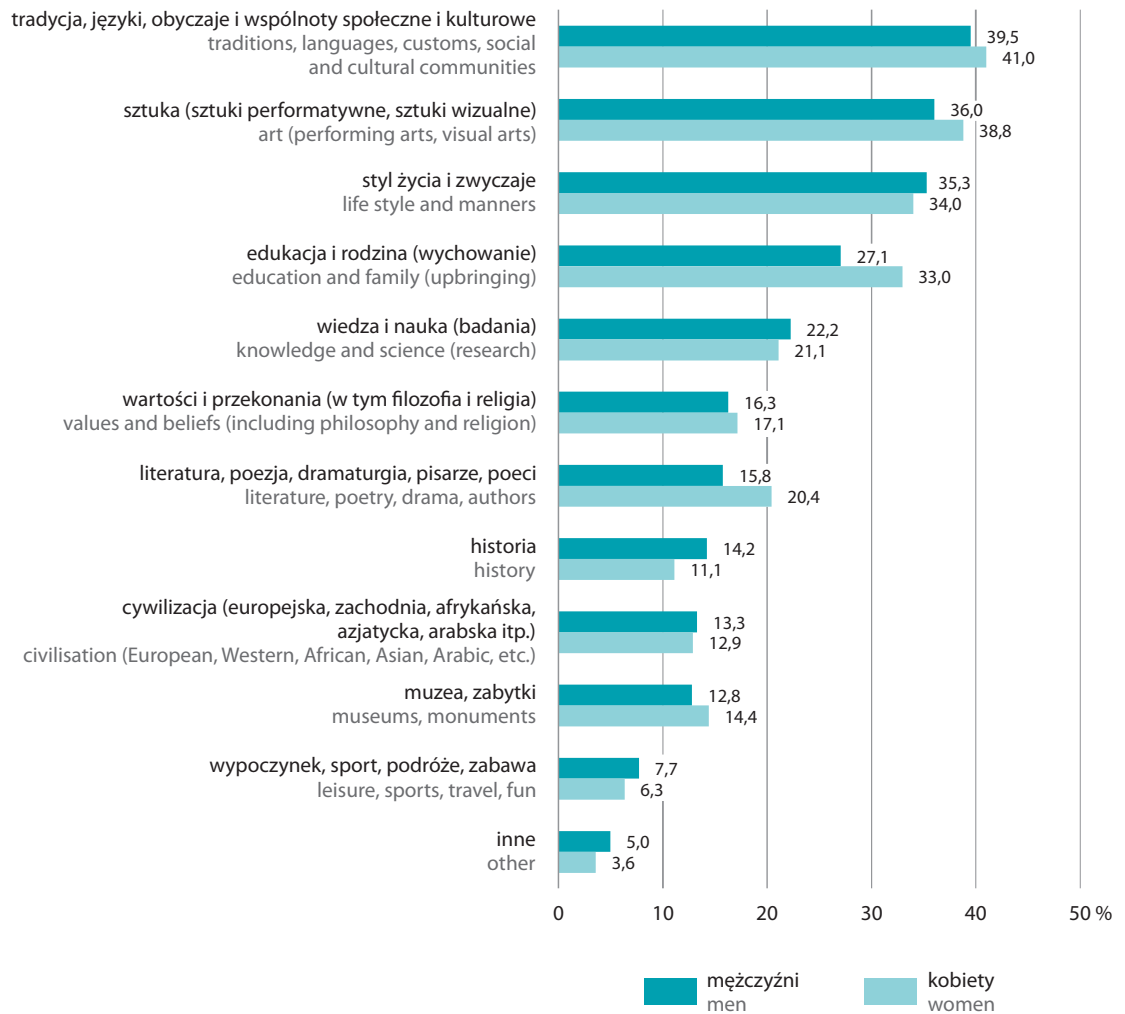
W 2024 r. na pytanie *Proszę powiedzieć, co przychodzi Panu/Pani do głowy, gdy myśli Pan/Pani o słowie „kultura”?*¹ najczęściej pojawiały się wskazania na tradycję, języki, obyczaje i wspólnoty społeczne i kulturowe (40,3%), sztukę² (37,5%), styl życia i zwyczaje (34,6%) oraz edukację i rodzinę (30,2%). W porównaniu z 2019 r. częściej kojarzono kulturę z tradycją (o prawie 1 p. proc.), a rzadziej ze stylem życia i zwyczajami (o 4,2 p. proc.). W większości przypadków odpowiedzi kobiet i mężczyzn nie różniły się znacząco. W przypadku skojarzenia kultury z edukacją i rodziną wskazania kobiet były częstsze o 5,9 p. proc. Kobiety częściej identyfikowały kulturę z literaturą (różnica o 4,7 p. proc. w stosunku do mężczyzn) oraz ze sztuką (2,8 p. proc. różnicy).

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

² W tym sztuki performatywne (tj. jak muzyka, teatr, kino, balet, opera) oraz sztuki wizualne (architektura, malarstwo, galerie sztuki itp.).

Wykres 1. Skojarzenia ze słowem „kultura” według płci w 2024 r.

Chart 1. Association with the word "culture" by sex in 2024



Tablica 1. Najczęstsze skojarzenia ze słowem „kultura” według grup wieku
 Table 1. The most common associations with the word “culture” by age group

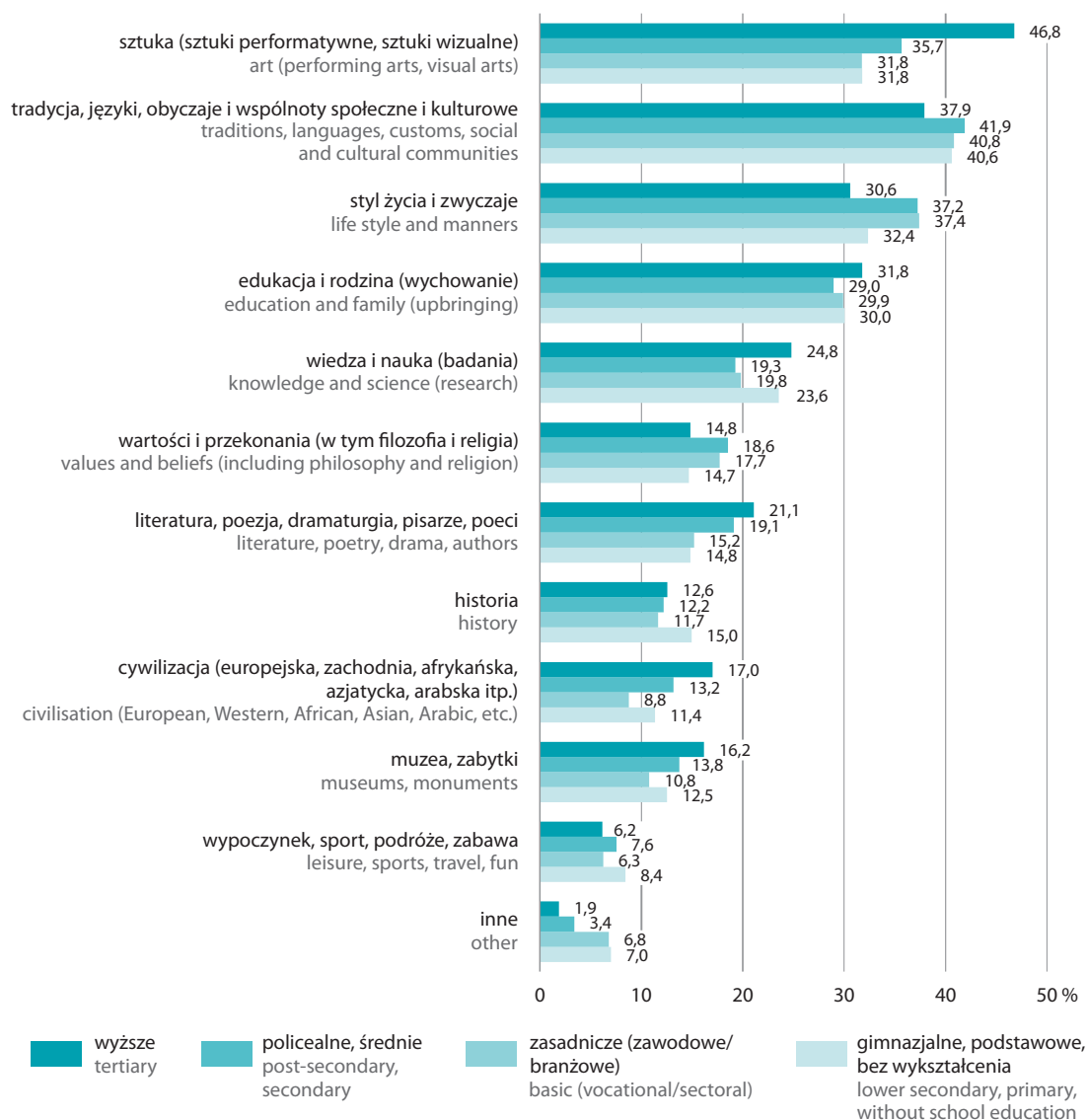
Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024		Sztuka (sztuki performatywne, wizualne) Art (performing arts, visual arts)	Tradycja, języki, obyczaje i wspólnoty społeczne i kulturowe Tradition, languages, customs and social and cultural communities	Styl życia i zwyczaje Lifestyle and manners	Edukacja i rodzina (wychowanie) Education and family	Wiedza i nauka (badania) Knowledge and science (research)
		w % in %				
Ogółem Total	A	41,0	39,4	38,8	31,8	24,8
	B	37,5	40,3	34,6	30,2	21,6
15–24 lata 15–24 years	A	37,7	38,5	40,4	32,5	30,3
	B	35,1	39,7	38,3	31,9	23,9
25–34	A	44,8	40,2	36,8	32,3	25,6
	B	42,6	36,7	37,1	24,6	22,7
35–49	A	46,2	38,9	40,0	31,0	23,9
	B	41,1	41,0	34,6	32,9	20,3
50–64	A	38,5	38,9	39,1	31,9	21,7
	B	36,8	39,3	31,9	30,5	20,4
65 lat i więcej 65 years and more	A	36,2	40,2	37,6	31,8	25,5
	B	32,0	42,7	33,9	29,0	22,6

Skojarzenia ze słowem „kultura” były podobne w różnych grupach wiekowych – przede wszystkim wskazywane były: tradycja, styl życia i sztuka. Ta ostatnia była częściej wskazywana przez grupę osób w wieku 25–34 lata (42,6% wobec: 35,1% wśród osób w wieku 15–24 lata, 41,1% – 35–49 lat, 36,8% – 50–64 lata, 32,0% – 65 lat i więcej). Najstarsza grupa wiekowa najczęściej kojarzyła kulturę z tradycją (42,7%). Dla większości grup wiekowych edukacja i rodzina uzyskały około 30% wskazań, tylko w przypadku osób w wieku 25–34 lata odsetek ten wynosił 24,6%. Kolejną różnicą pomiędzy grupami wiekowymi były skojarzenia kultury z wypoczynkiem, sportem, podróżami i zabawą. Młodsze osoby częściej wskazywały na to skojarzenie (10,9% osób w wieku 15–24 lat i 11,3% wśród osób w wieku 25–34 lat) niż starsze (5,0% osób w wieku 35–49 lat, 7,8% – 50–64 lat, 4,2% – 65 lat i więcej). Natomiast na skojarzenie z historią najczęściej wskazywały osoby z najmłodszej i najstarszej grupy wiekowej (odpowiednio 15,4% i 14,6%), podczas gdy w pozostałych grupach odsetek wyniósł około 11%.

Podejście do kultury było różne w przypadku osób reprezentujących poszczególne typy gospodarstw domowych. O ile ogólnie we wszystkich typach gospodarstw domowych najczęściej wskazywano tradycję, edukację, styl życia i sztukę, to w gospodarstwach domowych rolników wyróżniał się odsetek osób wskazujących na wartości i przekonania (w tym filozofia i religia) – 28,1%.

Kolejność skojarzeń różniła się w zależności od posiadanego poziomu wykształcenia. Osoby, które posiadały wykształcenie wyższe najczęściej wymieniały sztukę (46,8%, o 4,1 p. proc. mniej niż w 2019 r.), a następnie tradycję (37,9%) i w dalszej kolejności edukację i rodzinę (31,8%) oraz styl życia i zwyczaje (30,6%). Skojarzenie pojęcia „kultura” ze sztuką były tym częstsze im wyższy był poziom wykształcenia danej osoby. Osoby z wyższym wykształceniem częściej również podawały skojarzenie kultury z cywilizacją (17,0% wobec 13,2% osób z wykształceniem policealnym i średnim, 8,8% – zasadniczym i 11,4% – gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia).

Wykres 2. Skojarzenia ze słowem „kultura” według poziomu wykształcenia w 2024 r.
Chart 2. Associations with the word “culture” by the level of education in 2024



Hierarchia skojarzeń różnicowała także mieszkańców poszczególnych makroregionów Polski – ze sztuką kultura kojarzyła się przede wszystkim osobom zamieszkującym makroregion północny (województwo pomorskie, kujawsko-pomorskie i warmińsko-mazurskie) – 46,2% osób. Styl życia jako najczęstsze skojarzenie pojawiło się w makroregionie południowo-zachodnim (województwo opolskie i dolnośląskie) – wskazało je 38,0% mieszkańców. W pozostałych regionach dominującą odpowiedzią była tradycja: w makroregionie północno-zachodnim (województwo lubuskie, wielkopolskie i zachodniopomorskie) odsetek wyniósł 45,1%, w makroregionie obejmującym województwo mazowieckie – 44,6%, w makroregionie centralnym (województwo łódzkie i świętokrzyskie) – 40,6%, w południowym (województwo śląskie i małopolskie) – 40,5%, a w makroregionie wschodnim (województwo podlaskie, lubelskie i podkarpackie) – 38,4%. Jeśli chodzi o różnicę w podejściu do kultury między mieszkańcami miasta i wsi, to największą różnicę zaobserwowano w skojarzeniach kultury ze sztuką. W miastach skojarzenie takie wskazało 40,5% osób wobec 32,5% mieszkańców wsi. Mieszkańcy miast znacznie częściej niż mieszkańcy wsi wskazywali również na cywilizację, jako skojarzenie z kulturą (14,4% wobec 10,9%). Z kolei mieszkańcy wsi znacząco częściej kulturę kojarzyli z wartościami i przekonaniem (różnica o 5,2 p. proc.) oraz edukacją i rodziną (różnica o 3,1 p. proc.).

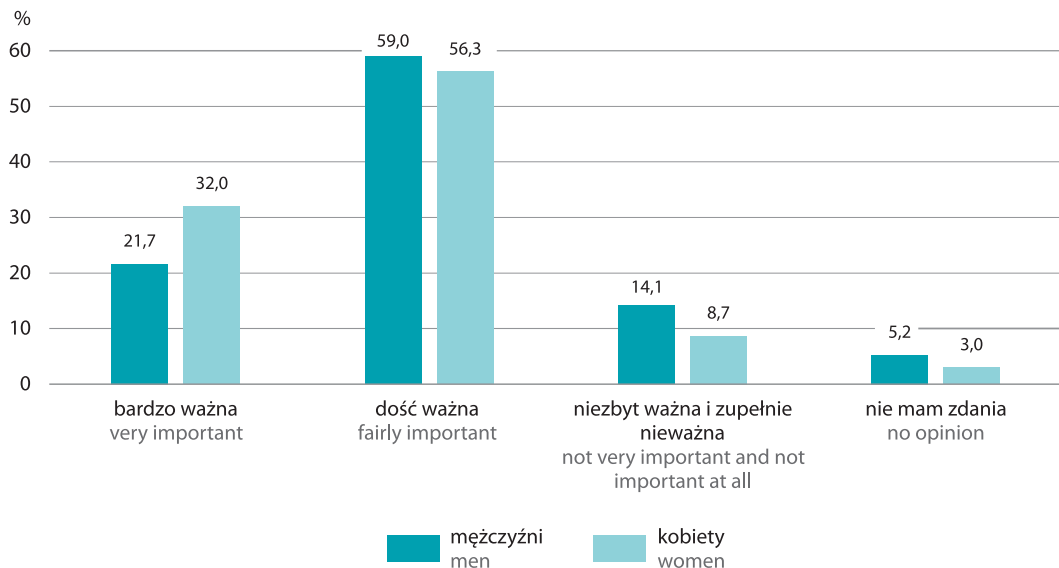
1.2. Czy kultura jest ważna?

1.2. Is culture important?

W 2024 r. na pytanie *Jak ważna jest dla Pana/Pani kultura?* twierdząco („bardzo ważna” lub „dość ważna”) odpowiedziało 84,7% osób w wieku 15 lat lub więcej. Więcej kobiet niż mężczyzn deklaroowało, że kultura jest dla nich ważna (88,4% wobec 80,7%). W porównaniu z 2019 r. odsetki te wzrosły o 2,9 p. proc. wśród kobiet i o 1,3 p. proc. wśród mężczyzn.

Wykres 3. Znaczenie kultury według płci w 2024 r.

Chart 3. The importance of culture by sex in 2024

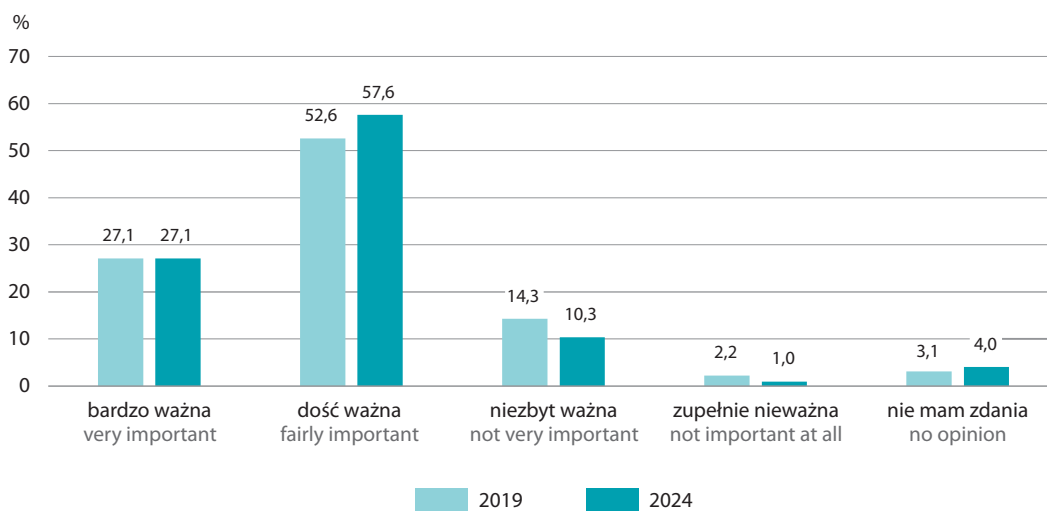


Odpowiedzi, że kultura jest bardzo ważna (79,5%) lub dość ważna (87,9%) udzielili częściej mieszkańcy miast niż obszarów wiejskich. Były to częstsze wskazania niż w 2019 r. (o 1,1 p. proc. w przypadku miast i 3,9 p. proc. w przypadku wsi). Natomiast 9,1% mieszkańców miast (mniej o 2,3 p. proc. w porównaniu z 2019 r.) i 14,8% mieszkańców wsi (mniej o 6,9 p. proc.) odpowiadało, że kultura jest niezbyt ważna lub zupełnie nieważna. Znaczenia kultury nie potrafiło ocenić („nie mam zdania” lub brak odpowiedzi) 3,0% mieszkańców miast i 5,7% osób mieszkających na wsi.

Zaobserwowano również zróżnicowanie w postrzeganiu znaczenia kultury wśród mieszkańców poszczególnych makroregionów kraju. W makroregionie południowo-zachodnim 89,4% respondentów zadeklarowało, że kultura jest dla nich ważna („bardzo ważna” lub „dość ważna”). Natomiast w makroregionie obejmującym województwo mazowieckie odsetek ten wyniósł 78,9%, co stanowiło najniższy wynik spośród wszystkich analizowanych makroregionów.

W porównaniu z 2019 r. odsetek osób, dla których kultura jest bardzo i dość ważna wzrósł o 2,1 p. proc. Jednocześnie zmniejszyła się liczba osób deklarujących, że kultura jest niezbyt ważna i zupełnie nieważna (o 4,1 p. proc.).

Wykres 4. Znaczenie kultury
Chart 4. The importance of culture



Nie zaobserwowano zasadniczych różnic w ramach poszczególnych grup wiekowych – znacząca większość (ponad 80%) uznawała kulturę za dość ważną albo bardzo ważną.

Odsetek osób uważających kulturę za ważną zmniejszał się wraz ze spadkiem poziomu wykształcenia – od 93,9% wśród osób z wykształceniem wyższym (spadek o 0,8 p. proc. w porównaniu z 2019 r.) do 76,5% wśród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia (wzrost o 9,0 p. proc.). Z kolei odsetek osób, które uznały kulturę za nieważną („zupełnie nieważną” i „niezbyt ważną”) najwyższy był w grupie osób z wykształceniem policealnym i średnim (18,9%), a najniższy w grupie osób z wykształceniem wyższym (4,6%). Warto też zauważyć, że odsetek osób niemających zdania na temat znaczenia kultury w grupie osób z wykształceniem wyższym wyniósł 1,5%, podczas gdy wśród osób z wykształceniem co najwyżej gimnazjalnym – 7,4%.

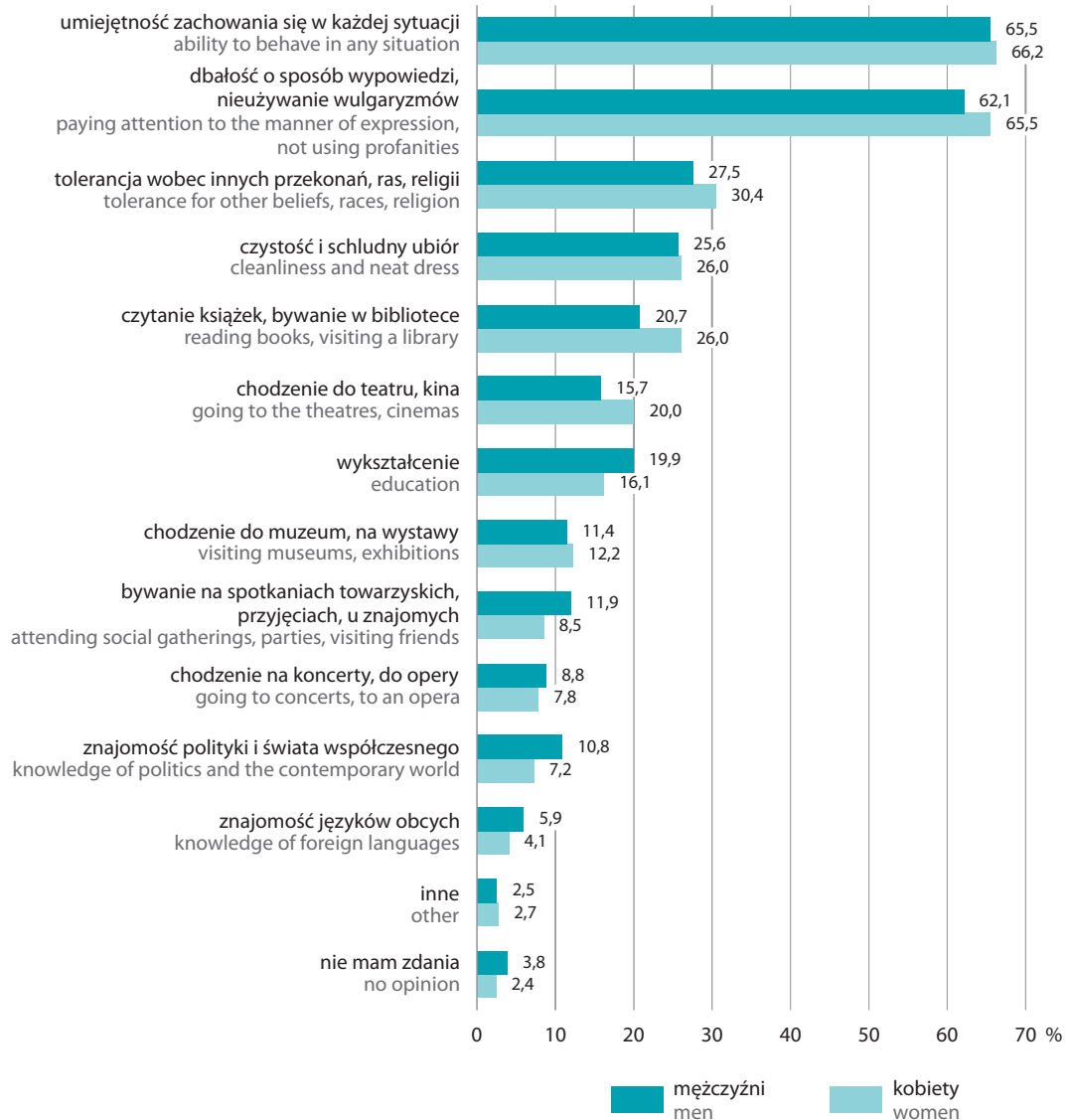
1.3. Cechy człowieka kulturalnego

1.3. Features of a cultured person

Najważniejszą cechą człowieka kulturalnego według badanych była umiejętność zachowania się w każdej sytuacji (tę cechę wskazało 65,9% osób) oraz dbałość o sposób wypowiedzi i nieużywanie wulgaryzmów (63,9%). Ważną cechą była też tolerancja wobec innych przekonań, ras i religii (29,0%), a także czystość i schludny ubiór (25,8%) oraz czytanie książek i bywanie w bibliotece (23,5%). Chodzenie do teatru i kina jako cechę człowieka kulturalnego wskazało 18,0% osób, chodzenie do muzeum i na wystawy – 11,8%, a chodzenie na koncerty i do opery – 8,3%.

Kobiety częściej niż mężczyźni, jako cechę człowieka kulturalnego, wskazywały czytanie książek i bywanie w bibliotece (26,0% wobec 20,7%), chodzenie do teatru i kina (20,0% wobec 15,7%) oraz dbałość o sposób wypowiedzi, nieużywanie wulgaryzmów (65,5% wobec 62,1%). Z kolei mężczyźni częściej niż kobiety wskazywali jako cechę człowieka kulturalnego wykształcenie (19,9% wobec 16,1%), znajomość polityki i świata współczesnego (10,8% wobec 7,2%) oraz bywanie na spotkaniach towarzyskich, przyjęciach, u znajomych (11,9% wobec 8,5%).

Wykres 5. Opinie na temat cech człowieka kulturalnego według płci w 2024 r.
Chart 5. Opinions about features of a cultured person by sex in 2024



Umiejętność odpowiedniego zachowania się w każdej sytuacji oraz dbałość o sposób wypowiedzi były najczęściej wskazywane jako cechy człowieka kulturalnego – niezależnie od wieku osób. Rządziej wskazywały je jednak osoby z najmłodszej grupy wiekowej (15–24 lata) – odpowiednio 57,8% i 52,7%, podczas gdy wśród osób powyżej 24 roku życia odsetek ten przekraczał 60%. Z kolei tolerancja wobec odmiennych

przekonań, ras i religii była częściej wskazywana przez osoby młodsze (30,0% osób w wieku 15–24 lata, 32,6% w wieku 25–34 lat, 30,4% w wieku 35–49 lat) niż starsze (28,9% w wieku 50–64 lat, 25,1% w wieku 65 lat i więcej). Osoby w wieku 15–24 lata częściej niż osoby z pozostałych grup wiekowych łączyli pojęcie kultury z wykształceniem (25,6%). Natomiast odsetek osób wskazujących czystość i schludny ubiór jako cechę człowieka kulturalnego wzrastał wraz z wiekiem – od 20,6% osób w wieku 15–24 lat do 30,2% osób w wieku 65 lat i więcej.

W porównaniu z 2019 r., większy odsetek osób, jako cechy człowieka kulturalnego, wskazywał przede wszystkim: czytanie książek (o 2,6 p. proc.), tolerancję wobec innych przekonań, ras, religii (o 2,0 p. proc.) oraz chodzenie do muzeum, na wystawy (o 1,4 p. proc.).

Tablica 2. Najczęściej wskazywane cechy człowieka kulturalnego według grup wieku

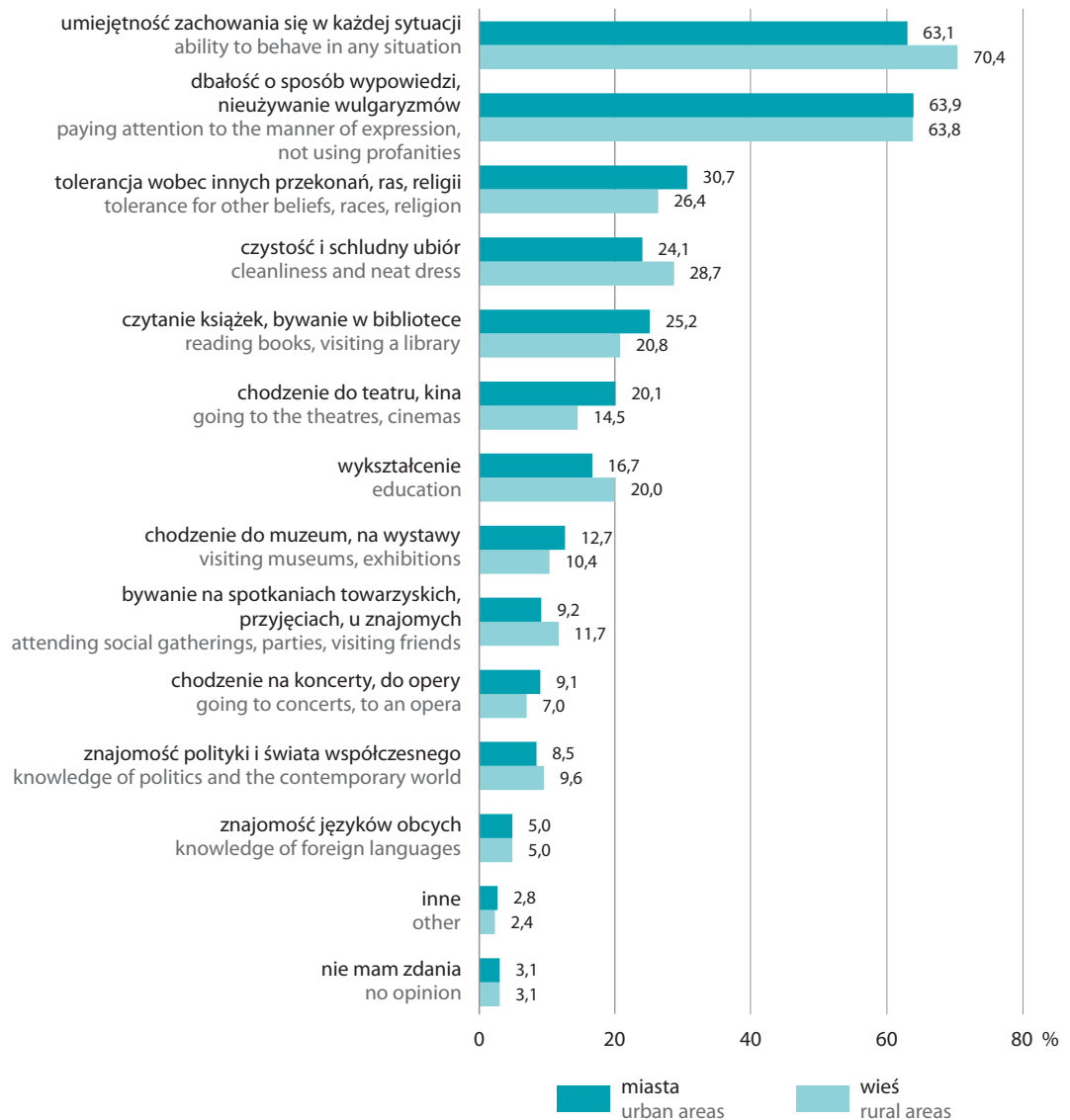
Table 2. Most frequently mentioned features of a cultured person by age group

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024		Umiejętność zachowania się w każdej sytuacji Ability to behave in any situation	Dbłość o sposób wypowiedzi, nieużywanie wulgaryzmów Attention to manner of expression, not using profanities	Tolerancja wobec innych przekonań, ras, religii Tolerance for other beliefs, races, religion	Czystość i schludny ubiór Cleanliness and neat dress	Czytanie książek, bywanie w bibliotece Reading books, visiting the library	Wykształcenie Education	Chodzenie do teatru, kina Going to the theatre, cinema
		w % in %						
Ogółem Total	A	66,4	65,1	27,1	25,2	20,9	18,3	17,9
	B	65,9	63,9	29,0	25,8	23,5	17,9	18,0
15–24 lata 15–24 years	A	62,9	63,7	28,0	21,6	20,0	19,9	19,7
	B	57,8	52,7	30,0	20,6	27,6	25,6	22,7
25–34	A	64,0	62,4	30,3	22,3	19,5	16,9	22,4
	B	64,2	64,0	32,6	21,9	20,9	16,1	18,3
35–49	A	65,1	67,5	29,7	24,1	19,1	18,3	20,7
	B	66,5	65,5	30,4	25,2	23,5	17,0	18,4
50–64	A	69,1	63,1	25,5	28,1	21,5	17,6	14,2
	B	69,3	64,7	28,9	27,1	20,1	18,0	17,0
65 lat i więcej 65 years and more	A	68,8	67,0	22,8	27,6	23,8	19,4	14,3
	B	66,9	66,6	25,1	30,2	26,1	16,3	15,9

Definiowanie człowieka kulturalnego różniło się w zależności od miejsca zamieszkania. Mieszkańcy miast częściej niż mieszkańcy wsi, jako cechę człowieka kulturalnego, wskazywali: tolerancję wobec innych przekonań, ras i religii (30,7% wobec 26,4%), czytanie książek (25,2% wobec 20,8%), chodzenie do teatru, kina (20,1% wobec 14,5%), muzeum, na wystawy (12,7% wobec 10,4%) oraz na koncerty, do opery (9,1% wobec 7,0%). Dla mieszkańców wsi ważna była przede wszystkim umiejętność zachowania się w każdej sytuacji (70,4% wobec 63,1% mieszkańców miast). Mieszkańcy wsi częściej również wskazywali na czystość i schludny ubiór (28,7% wobec 24,1%), wykształcenie (20,0% wobec 16,7%) oraz bywanie na spotkaniach towarzyskich, przyjęciach, u znajomych (11,7% wobec 9,2%) oraz znajomość polityki i świata współczesnego (9,6% wobec 8,5%).

Osoby z wyższym wykształceniem, jako ważną cechę osoby kulturalnej, oprócz dbałości o sposób wypowiedzi oraz umiejętności zachowania się w każdej sytuacji, wymieniały tolerancję (36,1%). Czystość i schludny ubiór były ważnymi cechami człowieka kulturalnego dla osób przede wszystkim z wykształceniem zasadniczym (31,3%), oraz policealnym i średnim (28,6%). Co ciekawe, dla osób z niższym wykształceniem to właśnie poziom wykształcenia był także uznawany za ważną cechę człowieka kulturalnego – tę cechę wskazało 19,6% osób z wykształceniem zasadniczym oraz 22,3% z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia.

Wykres 6. Opinie na temat cech człowieka kulturalnego według miejsca zamieszkania w 2024 r.
Chart 6. Opinions about features of a cultured person by place of residence in 2024



Rozdział 2

Chapter 2

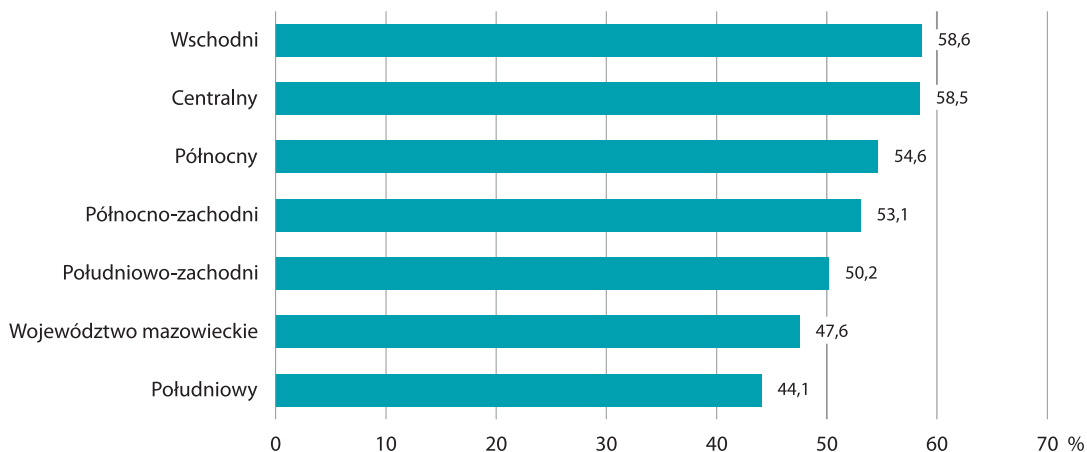
Kultywowanie tradycji

Cultivating traditions

Kultywowanie tradycji odgrywa istotną rolę w kształtowaniu tożsamości zarówno jednostki, jak i wspólnoty. Umożliwia zachowanie ciągłości kulturowej oraz przekazywanie wartości kolejnym pokoleniom. Tradycje jednoczą społeczność, wzmacniają więzi międzyludzkie i jednocześnie mogą stanowić inspirację do twórczego rozwoju w dynamicznie zmieniającym się świecie. Kultywowanie tradycji stanowi istotny element aktywności kulturalnej – może mieć charakter formalny lub nieformalny, realizowany w gronie rodziny i przyjaciół. Wyraża się w różnorodnych formach, takich jak przekazy ustne (podania, legendy), język i gwara, pieśni, tańce, zwyczaje, obrzędy, rytuały czy tradycyjne stroje.

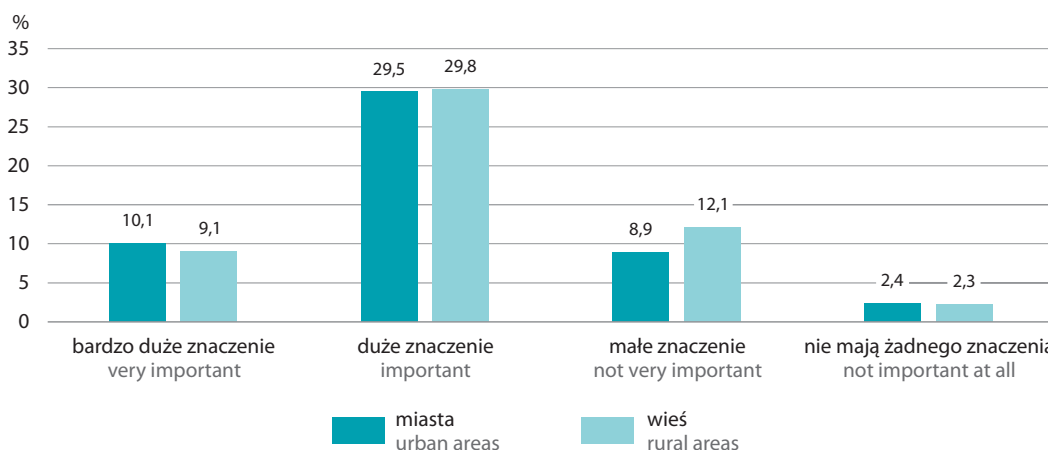
W 2024 r. kultywowaniem tradycji w najbliższej rodzinie szczyliło się 51,8% osób, w tym 53,1% kobiet i 50,3% mężczyzn. Dla 42,3% kobiet i 36,0% mężczyzn tradycje miały bardzo duże i duże znaczenie.

Wykres 7. Osoby kultywujące tradycje w najbliższej rodzinie według makroregionów w 2024 r.
Chart 7. People cultivating traditions in their immediate family by macroregions in 2024



Najwyższy odsetek osób kultywujących tradycje w najbliższej rodzinie odnotowano wśród mieszkańców makroregionu wschodniego (58,6%). Natomiast najniższy odsetek osób zaangażowanych w pielęgnowanie tradycji odnotowano wśród mieszkańców makroregionu południowego (44,1%).

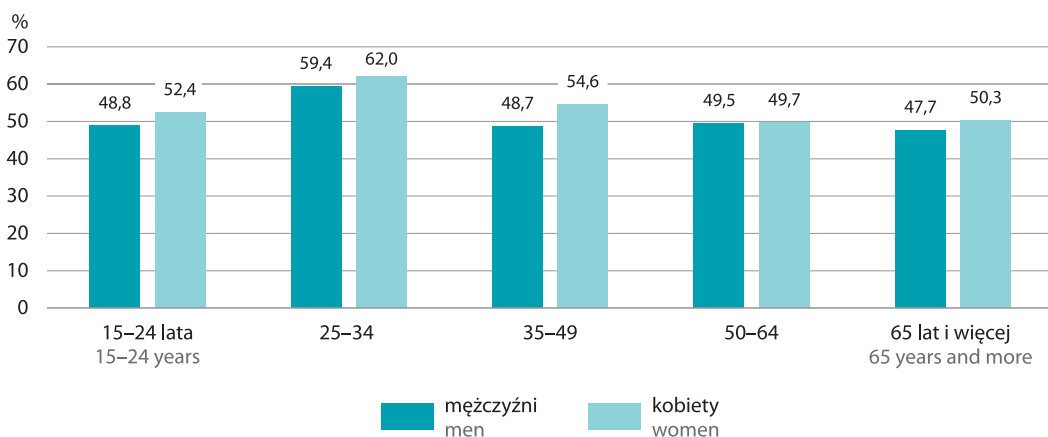
Wykres 8. Znaczenie kultywowania tradycji w najbliższej rodzinie według miejsca zamieszkania w 2024 r.
 Chart 8. Assessment of the importance of cultivating traditions within the immediate family by place of residence in 2024



W 2024 r. do kultywowania tradycji w najbliższej rodzinie przyznawało się 53,2% mieszkańców wsi i 50,9% mieszkańców miast.

Kultywowanie tradycji deklarowało 55,1% osób z wyższym wykształceniem, 52,8% – policealnym i średnim, 48,9% – zasadniczym i 46,9% z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia.

Wykres 9. Osoby kultywujące tradycje w najbliższej rodzinie według grup wieku w 2024 r.
 Chart 9. People cultivating traditions in their immediate family by age group in 2024



Najwyższy odsetek osób kultywujących tradycje w najbliższej rodzinie wystąpił wśród osób w wieku 25–34 lata (60,7%). Najniższy odsetek (49,3%) wystąpił w grupie wiekowej 65 lat i więcej. Odsetek kobiet deklarujących podtrzymywanie tradycji był wyższy niż wśród mężczyzn we wszystkich grupach wiekowych, szczególnie w wieku 35–49 lat (54,6% kobiet wobec 48,7% mężczyzn). Z kolei najmniejsza różnica wystąpiła w grupie wiekowej 50–64 lata (odpowiednio 49,7% kobiet i 49,5% mężczyzn). Najwyższy odsetek kultywujących tradycje w najbliższej rodzinie odnotowano w przypadku gospodarstw domowych pracowników na stanowiskach nierobotniczych (55,1%), a najniższy - gospodarstw domowych rolników (46,8%).

Rozdział 3

Chapter 3

Telewizja, radio, film

Television, radio, film

3.1. Korzystanie z mediów

3.1. Media usage habits

Telewizja i radio to najbardziej tradycyjne formy mediów masowego przekazu, które pełnią kluczową rolę informacyjną, edukacyjną i rozrywkową. Ich popularność jednak stopniowo maleje na rzecz mediów cyfrowych, społecznościowych i audiowizualnych. Pomimo tego, oglądanie telewizji i słuchanie radia nadal pozostają popularnymi sposobami spędzania wolnego czasu oraz kontaktu z kulturą.

Oglądanie telewizji w 2024 r. deklarowało 89,1% osób w wieku 15 lat lub więcej (88,5% mężczyzn i 89,7% kobiet). W porównaniu z 2019 r. odsetek osób oglądających telewizję zmniejszył się o 6,1 p. proc. (o 5,8 p. proc. w przypadku mężczyzn i 6,3 p. proc. w przypadku kobiet). Zdecydowana większość osób oglądała telewizję codziennie (65,9%), w tym codziennie ponad 4 godziny – 9,4%. Raz lub kilka razy w tygodniu telewizję oglądało 16,9% osób, a rzadziej niż raz w tygodniu – 6,4%. Kobiety częściej niż mężczyźni oglądały telewizję: codzienne oglądanie deklarowało 67,8% kobiet wobec 63,8% mężczyzn, w tym ponad 4 godziny – 9,9% kobiet wobec 8,8% mężczyzn.

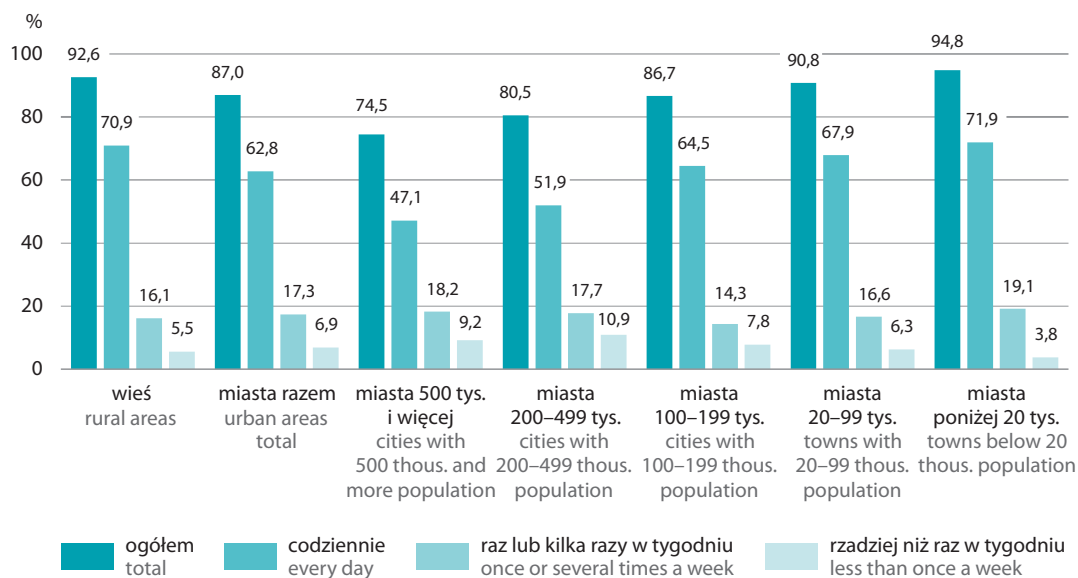
Tablica 3. Oglądający telewizję według płci i miejsca zamieszkania

Table 3. Television viewers by sex and place of residence

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024		Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Miasta	Wieś
		Grand total	Men	Women	Urban areas	Rural areas
		w %		in %		
Ogółem Total	A	95,2	94,3	96,0	93,5	97,9
	B	89,1	88,5	89,7	87,0	92,6
Codziennie Every day	A	74,0	71,7	76,1	71,8	77,6
	B	65,9	63,8	67,8	62,8	70,9
w tym ponad 4 godziny of which more than 4 hours	A	10,2	9,4	10,9	11,7	7,7
	B	9,4	8,8	9,9	9,5	9,2
Raz lub kilka razy w tygodniu Once or several times a week	A	16,7	18,1	15,4	16,7	16,7
	B	16,9	16,9	16,9	17,3	16,1
Rzadziej niż raz w tygodniu Less than once a week	A	4,4	4,5	4,4	5,0	3,6
	B	6,4	7,9	4,9	6,9	5,5

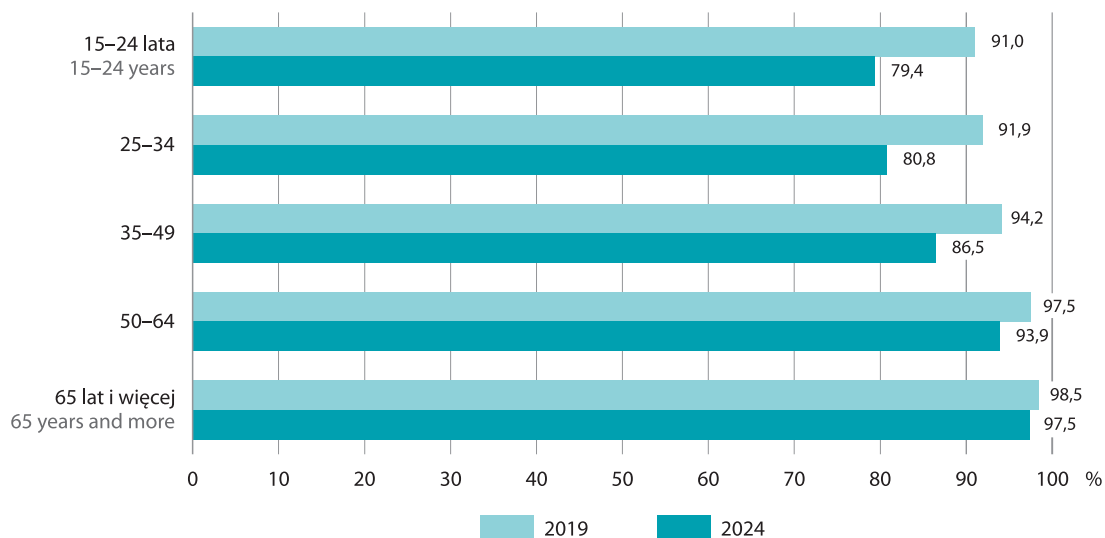
Oglądanie telewizji częściej deklarowali mieszkańcy wsi niż miast (92,6% wobec 87,0%). Jednak w przypadku miast duże znaczenie miała liczba mieszkańców – im mniejsze miasto, tym wyższy był odsetek osób deklarujących oglądanie telewizji. W miastach powyżej 500 tys. mieszkańców odsetek ten wyniósł 74,5%, podczas gdy w miastach poniżej 20 tys. mieszkańców, przewyższył wartość odnotowaną na wsi i wyniósł 94,8%. Analogiczna zależność wystąpiła także w przypadku osób deklarujących codzienne oglądanie telewizji. W porównaniu z 2019 r. odsetek oglądających telewizję w miastach zmniejszył się o 6,5 p. proc., a na wsi – o 5,3 p. proc.

Wykres 10. Oglądający telewizję według klasy miejscowości zamieszkania w 2024 r.
Chart 10. Television viewers by class of locality in 2024



Odsetek osób deklarujących oglądanie telewizji wzrastał wraz z wiekiem. Spośród osób w wieku 15–24 lata telewizję oglądało 79,4%, z czego codziennie – mniej niż połowa (46,9%). Natomiast odsetek osób starszych (w wieku 65 lat i więcej) oglądających telewizję wyniósł 97,5%, w tym codziennie – 89,0%. W porównaniu z 2019 r. odsetek osób oglądających telewizję zmniejszył się w każdej grupie wiekowej respondentów, przy czym największy spadek odnotowano wśród osób w wieku 15–24 lata (o 11,7 p. proc.).

Wykres 11. Oglądający telewizję według grup wieku
 Chart 11. Television viewers by age group



Osoby z wykształceniem wyższym oglądały telewizję rzadziej i znacznie krócej niż pozostałe osoby. Wśród nich oglądający telewizję codziennie stanowili 44,7% wobec 71,2% osób z wykształceniem policealnym i średnim oraz 84,1% osób z wykształceniem zasadniczym. Ponadto, oglądanie telewizji ponad 4 godziny dziennie zadeklarowało blisko 2,5-krotnie mniej osób z wykształceniem wyższym niż policealnym i średnim oraz 4-krotnie mniej niż osób z wykształceniem zasadniczym. W porównaniu z 2019 r. odsetek osób deklarujących oglądanie telewizji najbardziej zmniejszył się wśród osób z wykształceniem wyższym (o 10,3 p. proc.), a najmniejszy spadek odnotowano wśród osób z wykształceniem zasadniczym (o 1,7 p. proc.).

Najwyższy odsetek oglądających telewizję odnotowano w przypadku gospodarstw domowych emerytów i rencistów (96,9%), a najniższy – gospodarstw domowych pracowników na stanowiskach nierobotniczych (81,0%).

W telewizji najchętniej oglądano filmy fabularne – tę kategorię wskazało 81,0% osób. Chętnie oglądane były także programy informacyjne i publicystyczne (78,2%) oraz rozrywkowe (77,8%), przy czym mężczyźni częściej wybierali programy informacyjne i publicystyczne (79,8% mężczyzn wobec 76,8% kobiet), a kobiety – programy rozrywkowe (80,5% kobiet wobec 74,9% mężczyzn). Pod względem częstotliwości oglądania różnych rodzajów filmów i programów, najczęściej wybierane były programy informacyjne i publicystyczne – raz w tygodniu lub częściej oglądała je niemal połowa osób. Natomiast filmy fabularne, dokumentalne i animowane oraz programy rozrywkowe były oglądane znacznie rzadziej.

Tablica 4. Oglądający w telewizji filmy i programy według płci i miejsca zamieszkania w 2024 r.
 Table 4. Films and other television programs viewers by sex and place of residence in 2024

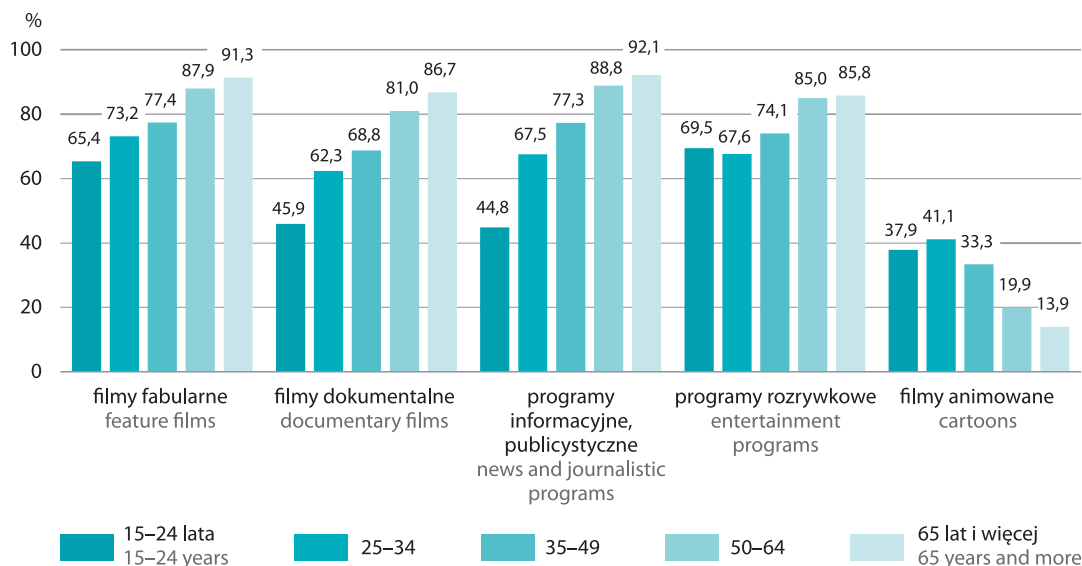
Wyszczególnienie Specification	Ogółem Grand total	Mężczyźni Men	Kobiety Women	Miasta Urban areas	Wieś Rural areas
	w % in %				
Filmy fabularne Feature films	81,0	80,8	81,2	79,7	83,2
w tym raz w tygodniu i częściej of which once a week or more often	37,2	35,1	39,1	37,6	36,5
Filmy dokumentalne Documentary films	72,2	74,0	70,6	70,8	74,4
w tym raz w tygodniu i częściej of which once a week or more often	21,6	23,0	20,4	23,1	19,3
Filmy animowane Cartoons	27,3	25,3	29,2	27,0	27,8
w tym raz w tygodniu i częściej of which once a week or more often	6,8	5,3	8,2	5,1	9,7
Programy informacyjne i publicystyczne News and journalistic programs	78,2	79,8	76,8	75,8	82,2
w tym raz w tygodniu i częściej of which once a week or more often	46,3	45,7	46,9	44,1	49,9
Programy rozrywkowe Entertainment programs	77,8	74,9	80,5	75,3	82,0
w tym raz w tygodniu i częściej of which once a week or more often	36,0	31,7	40,1	32,7	41,5

W przypadku każdego rodzaju filmu czy programu – z wyjątkiem filmów animowanych – odsetek osób deklarujących ich oglądanie wzrastał wraz z wiekiem respondentów. Największe różnice między najmłodszą a najstarszą grupą wiekową zaobserwowano w przypadku programów informacyjnych i publicystycznych oraz filmów dokumentalnych. Programy informacyjne i publicystyczne oglądało 44,8% osób w wieku 15–24 lata, podczas gdy w grupie 65 lat i więcej odsetek ten wyniósł 92,1%. W przypadku filmów dokumentalnych było to odpowiednio 45,9% i 86,7%.

Osoby z wykształceniem wyższym oraz policealnym i średnim częściej wskazywały, że oglądały w telewizji filmy fabularne (odpowiednio 72,3% i 85,9%) niż osoby z wykształceniem zasadniczym – programy informacyjne i publicystyczne (89,8%) oraz z gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia – programy rozrywkowe (78,7%).

Wykres 12. Oglądający w telewizji filmy i programy według rodzaju i grup wieku w 2024 r.

Chart 12. Films and programs viewers in television by type and by age group in 2024



Podobnie jak w przypadku oglądania telewizji, słuchanie radia również straciło na popularności, niezależnie od płci, wieku, miejsca zamieszkania czy poziomu wykształcenia.

W 2024 r. radia słuchało 79,6% osób w wieku 15 lat lub więcej (o 6,9 p. proc. mniej niż w 2019 r.), w tym codziennie – 51,7% (o 6,2 p. proc. mniej niż w 2019 r.). O ile więcej kobiet niż mężczyzn oglądało telewizję, to w przypadku słuchania radia sytuacja była odwrotna – odsetek mężczyzn słuchających radia był wyższy niż odsetek kobiet (81,7% wobec 77,7%). W porównaniu z 2019 r. odsetek mężczyzn słuchających radia zmniejszył się o 6,7 p. proc., a kobiet o 7,1 p. proc.

Tablica 5. Słuchający radia według płci i miejsca zamieszkania

Table 5. Radio listeners by sex and place of residence

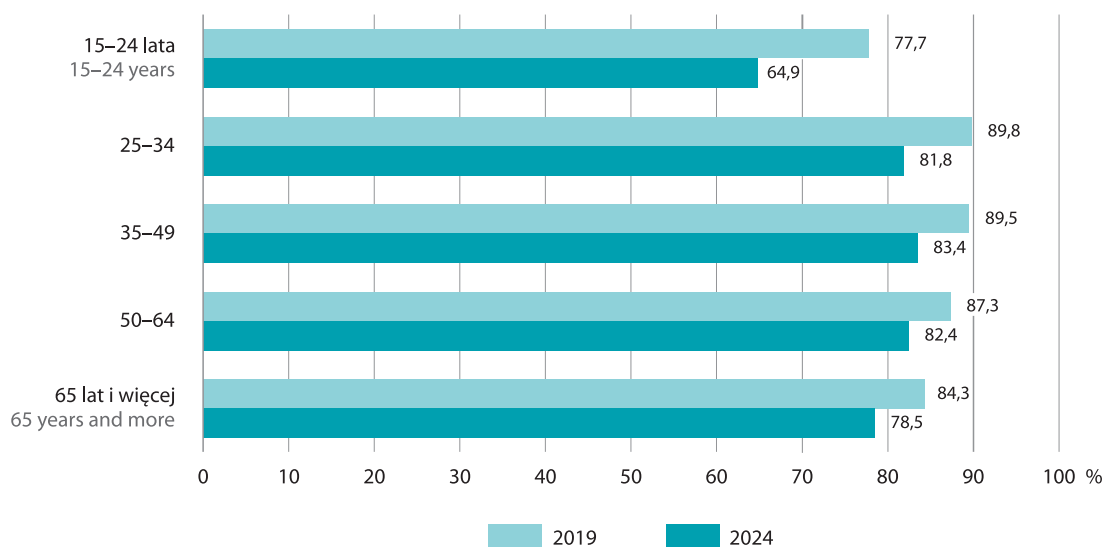
Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024		Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Miasta	Wieś
		Grand total	Men	Women	Urban areas	Rural areas
	w % in %					
Ogółem Total	A	86,5	88,4	84,8	85,8	87,7
	B	79,6	81,7	77,7	78,8	81,0
Codziennie Every day	A	57,9	60,9	55,1	55,9	61,1
	B	51,7	53,0	50,4	51,9	51,3
w tym ponad 4 godziny of which more than 4 hours	A	4,2	3,8	4,5	4,5	3,5
	B	5,3	5,2	5,4	5,9	4,3
Raz lub kilka razy w tygodniu Once or several times a week	A	20,3	19,6	21,0	20,5	19,9
	B	21,7	22,2	21,2	20,9	22,9
Rzadziej niż raz w tygodniu Less than once a week	A	8,4	7,9	8,8	9,4	6,7
	B	6,3	6,4	6,1	6,0	6,8

Im wyższy poziom wykształcenia, tym większy był odsetek osób deklarujących słuchanie radia. Spośród osób z wykształceniem wyższym radia słuchało 84,8%, podczas gdy z policealnym i średnim – 82,9%, zasadniczym – 78,5%, a gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia – 63,2%. Odsetek osób deklarujących codzienne słuchanie radia był podobny niezależnie od poziomu wykształcenia – z wyjątkiem osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia – i wynosił około 55%.

Najniższy odsetek osób deklarujących słuchanie radia odnotowano wśród osób w wieku 15–24 lat (64,9%) i w porównaniu z 2019 r., w tej grupie wiekowej odnotowano największy spadek odsetka radiosłuchaczy (o 12,9 p. proc.). Odsetek osób w wieku 15–24 lat deklarujących codzienne słuchanie radia był o niemal połowę lub ponad połowę niższy niż w pozostałych grupach wiekowych. Z kolei najwyższy odsetek osób deklarujących słuchanie radia odnotowano wśród osób w wieku 35–49 lat (83,4%). Najmniejszy spadek odsetka słuchających radia w porównaniu z 2019 r. wystąpił wśród osób w wieku 50–64 lata (o 4,9 p. proc.).

Wykres 13. Słuchający radia według grup wieku

Chart 13. Radio listeners by age group



3.2. Uczęszczanie do kina

3.2. Going to the cinema

Kino niezmiennie jest jedną z popularniejszych form rozrywki oraz sposobem spędzania wolnego czasu i w odróżnieniu od telewizji i radia nie straciło na znaczeniu. W 2024 r. odsetek osób deklarujących uczęszczanie do kina był wyższy w porównaniu z 2019 r. (o 2,2 p. proc.) i wyniósł 63,5%.

Uczęszczanie do kina to domena młodych ludzi – osoby w wieku 15–24 lat blisko 3 razy częściej deklarowały uczęszczanie do kina niż osoby w wieku 65 lat i więcej (92,9% wobec 31,8%). Odsetek osób w wieku 15–24 lat uczęszczających do kina częściej niż 1–3 razy w roku był wyraźnie wyższy niż w pozostałych grupach wiekowych.

Tablica 6. Uczęszczający do kina według płci i grup wieku
 Table 6. People going to the cinema by sex and age group

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024	Ogółem Grand total	Mężczyźni Men	Kobiety Women	Grupy wieku Age groups					
				15–24 lata 15–24 years	25–34	35–49	50–64	65 lat i więcej 65 years and more	
				w % in %					
Ogółem Total	A	61,2	61,1	61,4	92,4	83,3	73,8	45,8	30,2
	B	63,5	62,6	64,3	92,9	79,5	75,0	57,5	31,8
1–3 razy w roku 1–3 times a year	A	34,9	33,9	35,9	31,7	46,6	43,4	31,6	21,6
	B	39,6	39,3	40,0	47,3	47,8	45,9	41,3	22,4
Raz na 2–3 miesiące Once every 2–3 months	A	19,4	20,1	18,9	44,8	27,8	22,5	10,3	6,2
	B	19,0	18,2	19,7	39,1	25,2	22,5	12,4	7,6
Raz w miesiącu lub częściej Once a month or more often	A	6,9	7,1	6,6	16,0	9,0	8,0	3,8	2,4
	B	4,8	5,1	4,6	6,5 ^v	6,5 ^v	6,6	3,7 ^v	1,8

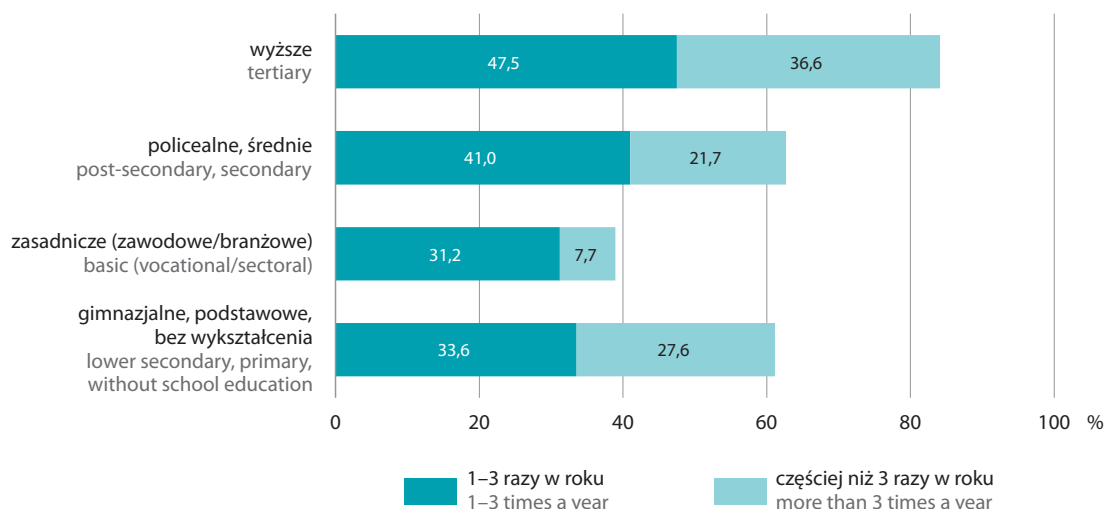
Odsetek kobiet deklarujących uczęszczanie do kina był wyższy niż odsetek mężczyzn (o 1,7 p. proc.), podczas gdy w 2019 r. był niemal jednakowy.

Do kina uczęszczało więcej mieszkańców miast niż wsi (69,2% wobec 54,0%), co najprawdopodobniej wynika z większej dostępności – w 2024 r. ponad 95% kin stałych zlokalizowanych było w miastach. Szczególnie wysoki odsetek osób uczęszczających do kina odnotowano w przypadku dużych i bardzo dużych miast, w których oferta kinowa jest bardziej różnorodna: w miastach o liczbie mieszkańców 200–499 tys. odsetek wyniósł 72,7%, w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców – 78,0%, podczas gdy w miastach poniżej 20 tys. mieszkańców – 65,2%.

Odsetek osób uczęszczających do kina był najwyższy wśród osób z wykształceniem wyższym (84,1%), a najniższy wśród osób z wykształceniem zasadniczym (38,9%). Wysoki odsetek osób uczęszczających do kina odnotowano także w przypadku osób z najniższym poziomem wykształcenia, tj. gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia (61,2%).

Najwyższy odsetek uczęszczających do kina odnotowano w przypadku gospodarstw domowych pracujących na własny rachunek (81,8%), a najniższy – gospodarstw domowych emerytów i rencistów (40,3%).

Wykres 14. Uczęszczający do kina według poziomu wykształcenia w 2024 r.
 Chart 14. People going to the cinema by level of education in 2024



3.3. Korzystanie z oferty filmowej (poza telewizją i kinem)

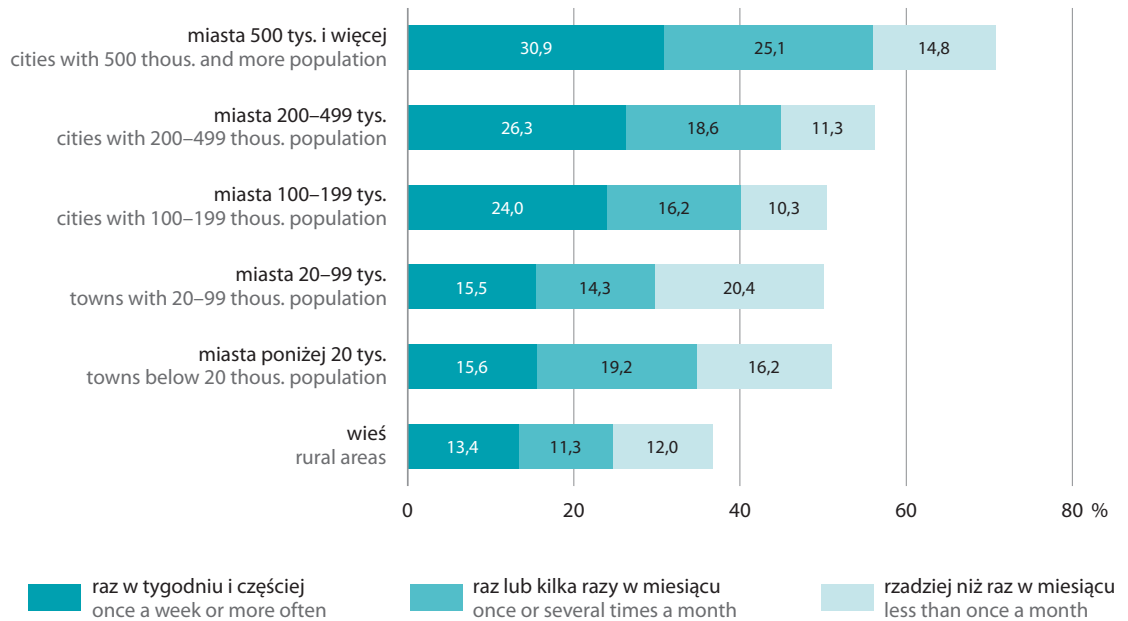
3.3. Using the film offer (outside television and cinema)

Korzystanie z oferty filmowej dostępnej poza tradycyjnymi kanałami dystrybucji, takimi jak telewizja i kino, stanowi dynamicznie rozwijające się zjawisko, zwłaszcza wśród osób młodych.

W 2024 r. z odpłatnego dostępu do filmów przez Internet (kino on-line, platformy streamingowe, wideo na żądanie (VOD)) skorzystało 48,1% osób, przy czym odsetek korzystających był wyższy wśród mężczyzn niż wśród kobiet (52,3% wobec 44,3%). Raz w tygodniu i częściej z odpłatnego dostępu do filmów przez Internet korzystało 18,1% osób, raz lub kilka razy w miesiącu – 15,7%, a rzadziej niż raz w miesiącu – 14,3%. Odsetek korzystających z płatnej oferty kinowej (poza telewizją i kinem) wyższy był wśród mieszkańców miast niż wsi (55,1% wobec 36,7%). W największych miastach (500 tys. mieszkańców i więcej) odsetek ten był niemal dwukrotnie wyższy niż na wsi.

Wykres 15. Korzystający z odpłatnego dostępu do filmów przez Internet według klasy miejscowości zamieszkania w 2024 r.

Chart 15. People using paid online film access by class of locality in 2024



Najwyższy odsetek korzystających z odpłatnego dostępu do filmów przez Internet odnotowano wśród osób w wieku 25–34 lat (77,0%), a najniższy w najstarszej grupie wiekowej, tj. 65 lat i więcej (15,3%). Osoby z wykształceniem wyższym 2,5-krotnie częściej deklarowały, że korzystały z takiej oferty niż osoby z wykształceniem zasadniczym (70,6% wobec 28,0%).

Poza telewizją i kinem (zarówno odpłatnie, jak i nieodpłatnie) najczęściej wybieranym rodzajem były filmy fabularne – w 2024 r. odsetek osób deklarujących oglądanie tego rodzaju filmów wyniósł 41,7% (44,7% w przypadku mężczyzn i 39,0% w przypadku kobiet). W dalszej kolejności wybierane były programy rozrywkowe (33,1%), filmy dokumentalne (30,1%) oraz programy informacyjno-publicystyczne (29,2%).

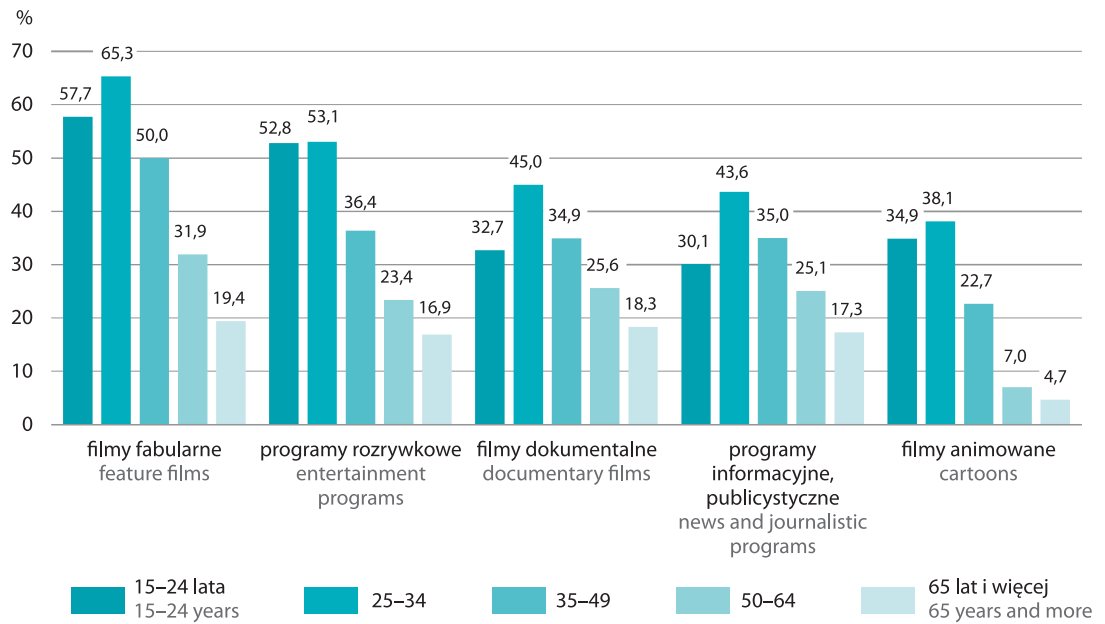
Tablica 7. Oglądający filmy i programy poza telewizją i kinem według płci i miejsca zamieszkania w 2024 r.
 Table 7. People watching films and other programs, outside television and cinema by sex and place of residence in 2024

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Grand total	Mężczyźni Men	Kobiety Women	Miasta Urban areas	Wieś Rural areas
	w % in %				
Filmy fabularne Feature films	41,7	44,7	39,0	49,1	29,6
w tym raz w tygodniu i częściej of which once a week or more often	11,4	11,1	11,7	13,2	8,5
Filmy dokumentalne Documentary films	30,1	34,4	26,1	37,1	18,6
w tym raz w tygodniu i częściej of which once a week or more often	5,6	6,4	4,9	6,8	3,7
Filmy animowane Cartoons	18,5	18,6	18,5	21,4	13,8
w tym raz w tygodniu i częściej of which once a week or more often	4,1	3,4	4,7	4,2	3,8
Programy informacyjne i publicystyczne News and journalistic programs	29,2	34,3	24,6	34,5	20,5
w tym raz w tygodniu i częściej of which once a week or more often	11,0	12,7	9,4	13,0	7,7
Programy rozrywkowe Entertainment programs	33,1	35,4	31,0	37,2	26,4
w tym raz w tygodniu i częściej of which once a week or more often	9,7	11,1	8,5	10,1	9,0

Mieszkańcy miast zdecydowanie częściej deklarowali oglądanie filmów i programów poza telewizją i kinem niż mieszkańcy wsi. Szczególnie wyraźną różnicę odnotowano w przypadku filmów dokumentalnych – odsetek mieszkańców miast był blisko dwukrotnie wyższy niż mieszkańców wsi, a w przypadku największych miast (500 tys. mieszkańców i większych) niemal trzykrotnie wyższy.

Najniższy odsetek osób oglądających filmy i programy poza telewizją i kinem – niezależnie od ich rodzaju – odnotowano wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym. W porównaniu z osobami posiadającymi wykształcenie wyższe, odsetek ten był niemal trzykrotnie niższy w przypadku filmów fabularnych i animowanych i ponad trzykrotnie niższy w przypadku filmów dokumentalnych.

Wykres 16. Oglądający filmy i programy poza telewizją i kinem według rodzaju i grup wieku w 2024 r.
 Chart 16. People watching films and other programs, outside television and cinema by type and by age group in 2024



Rozdział 4

Chapter 4

Korzystanie z Internetu

Using the Internet

4.1. Częstotliwość korzystania z Internetu

4.1. The frequency of using the Internet

Dostęp do Internetu w Polsce jest powszechny. Ogromna większość domów ma dostęp, co ułatwia pracę, naukę, rozrywkę, zakupy, kontakty z bliskimi. Internet pozwala na komfortowe korzystanie z multimediiów, streamingu, gier.

W 2024 r. w Polsce z Internetu korzystało 86,7% osób w wieku 15 lat i więcej (88,5% mężczyzn i 85,0% kobiet). W porównaniu z 2019 r. nastąpił wzrost o 10,9 p. proc. Najwyższy odsetek osób zadeklarowało codzienne korzystanie z Internetu – 75,4% osób (78,3% mężczyzn i 72,6% kobiet), z czego 16,0% korzystało z Internetu przez ponad 4 godziny dziennie. W porównaniu z 2019 r. jest to o 18,2 p. proc. więcej osób korzystających z Internetu codziennie i o 9,9 p. proc. więcej osób korzystających przez ponad 4 godziny dziennie. Pozostałe osoby deklarowały korzystanie z Internetu raz lub kilka razy w tygodniu (8,6%) oraz rzadziej niż raz w tygodniu (2,8%).

Tablica 8. Korzystający z Internetu według grup społeczno-ekonomicznych

Table 8. Internet users by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024	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					
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions				
		w % in %						
Ogółem Total	A	75,8	88,3	82,5	94,1	69,3	92,9	46,6
	B	86,7	93,2	90,0	95,4	88,1	95,6	69,4
Codziennie Every day	A	57,2	70,8	59,0	82,8	43,7	79,8	25,9
	B	75,4	85,4	80,2	88,9	71,4	90,4	48,9
w tym ponad 4 godziny of which more than 4 hours	A	6,1	8,4	4,2	12,8	0,4	10,4	1,4
	B	16,0	19,4	12,7	24,1	.	25,6	6,1

W 2024 r. z Internetu korzystało 89,8% mieszkańców miast, tj. o 9,3 p. proc. więcej niż w 2019 r. Wyższy wzrost (o 13,3 p. proc.) wystąpił wśród mieszkańców wsi – z 68,3% korzystających z Internetu w 2019 r. do 81,6% w 2024 r. Codziennie z Internetu korzystało więcej mieszkańców miast (79,2%) niż wsi (69,0%). W porównaniu z 2019 r. odnotowano wzrost odsetka mieszkańców miast (o 15,7 p. proc.) oraz wsi (o 22,1 p. proc.), którzy codziennie korzystali z Internetu.

W 2024 r. wyższy odsetek korzystających z Internetu występował wśród mężczyzn zarówno w miastach, jak i na wsi (92,2% mężczyzn i 87,6% kobiet w miastach; 82,5% mężczyzn i 80,7% kobiet na wsi). W porównaniu z 2019 r. najwyższy wzrost odsetka odnotowano wśród kobiet mieszkających na wsi – o 14,1 p. proc. (z 66,6% do 80,7%). Najwyższy udział osób korzystających codziennie z Internetu, podobnie jak w 2019 r., występował wśród mężczyzn mieszkających w miastach – 83,0% (więcej o 14,4 p. proc.), a najniższy dotyczył kobiet na wsi – 67,4% (więcej o 21,4 p. proc.).

Najwyższy odsetek korzystających z Internetu odnotowano wśród osób w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek (95,6%). Najniższy odsetek wystąpił wśród osób mieszkających w gospodarstwach domowych rencistów (62,5%). Te same typy gospodarstw domowych wykazywały najwyższy i najniższy odsetek osób codziennie korzystających z Internetu (90,4% osób w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek i 43,1% z gospodarstw domowych rencistów).

Najwyższy odsetek osób korzystających z Internetu (97,5%) oraz korzystających z niego codziennie (91,9%) odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym. Z kolei najniższy odsetek użytkowników Internetu wystąpił w grupie osób z wykształceniem zasadniczym (74,7% korzystających oraz 58,0% korzystających codziennie). Najwyższy odsetek osób korzystających codziennie z Internetu stanowili mężczyźni z wykształceniem wyższym – 98,1% (o 1,8 p. proc. więcej niż w 2019 r.), a najniższy kobiety z wykształceniem zasadniczym – 71,2% (wzrost o 14,1 p. proc.).

W 2024 r. wszystkie osoby w wieku 15–24 lata korzystały z Internetu, z czego 99,2% korzystało z Internetu codziennie. Niewiele niższy procent osób korzystających z Internetu wystąpił w przedziale wieku 25–34 lata – 98,9%. Odsetek ten stopniowo obniżał się w kolejnych grupach wiekowych. Z Internetu korzystała ponad połowa osób (57,9%) w wieku 65 lat i więcej (o 21,7 p. proc. więcej niż w 2019 r.), a codzienne korzystanie z Internetu zadeklarowała ponad 1/3 seniorów w wieku 65 lat i więcej (36,0%; o 18,4 p. proc. więcej niż w 2019 r.). Najniższy odsetek korzystających z Internetu wystąpił wśród kobiet w wieku 65 lat i więcej (55,8%).

4.2. Wykorzystanie Internetu w celach kulturalnych

4.2. Using the Internet for cultural purposes

Internet może być wykorzystywany w różnorodnych celach, również kulturalnych. Podmioty kultury coraz częściej działają on-line, otwierając się na potrzeby użytkowników i poszukując nowych sposobów docierania ze swoją ofertą do odbiorców. W 2024 r. w celach kulturalnych z Internetu korzystało 59,3% osób (59,5% mężczyzn i 59,1% kobiet). Najpopularniejszymi sposobami korzystania z Internetu w celach kulturalnych były: wyszukiwanie informacji związanych z kulturą (30,8% osób), oglądanie telewizji lub filmów i korzystanie z filmowych serwisów streamingowych (27,6%) oraz słuchanie radia, podcastów i korzystanie z muzycznych serwisów streamingowych (24,2%). Mężczyźni przede wszystkim oglądali filmy lub telewizję oraz korzystali z filmowych serwisów streamingowych (29,3% mężczyzn), z kolei kobiety głównie wyszukiwały informacje związane z kulturą (33,9% kobiet).

Ponad $\frac{2}{3}$ mieszkańców miast (67,3%) korzystała z Internetu w celach kulturalnych. Najpopularniejszą czynnością wykonywaną w tym zakresie wśród mieszkańców miast było wyszukiwanie informacji związanych z kulturą (36,6%). Mniej niż połowa mieszkańców wsi (46,3%) korzystała z Internetu w celach kulturalnych. Dominowało wśród nich oglądanie telewizji lub filmów oraz korzystanie z filmowych serwisów streamingowych (21,4%).

W 2024 r. w celach kulturalnych z Internetu korzystało w miastach 69,8% mężczyzn i 64,9% kobiet, natomiast na wsi 42,6% mężczyzn i 49,6% kobiet. Mężczyźni głównie korzystali z oglądania telewizji, filmów i filmowych serwisów streamingowych (34,1% w miastach i 21,5% na wsi), a kobiety najczęściej wyszukiwały informacje związane z kulturą (38,9% w miastach i 25,7% na wsi).

Najwyższy odsetek osób korzystających z Internetu w celach kulturalnych występował wśród osób z wykształceniem wyższym (82,0%), a najniższy u osób z wykształceniem zasadniczym (34,3%). Odsetek kobiet i mężczyzn korzystających z Internetu w celach kulturalnych zarówno z wykształceniem wyższym (82,5% mężczyzn i 81,7% kobiet) jak i zasadniczym (33,4% mężczyzn i 35,4% kobiet) był na podobnym poziomie.

Korzystanie z Internetu w celach kulturalnych, podobnie jak korzystanie z Internetu, zmniejszało się wraz z wiekiem – najwyższy odsetek odnotowano w grupie wiekowej 15–24 lata (83,9%), a najniższy u osób mających 65 lat i więcej (30,5%). Zarówno najwyższy, jak i najniższy odsetek korzystających z Internetu w celach kulturalnych w podziale na grupy wiekowe według płci odnotowano wśród kobiet – 85,6% kobiet w wieku 15–24 lata i 29,8% senierek w wieku 65 lat i więcej zadeklarowało taką aktywność.

Wykres 17. Korzystający z Internetu w celach kulturalnych według płci w 2024 r.
Chart 17. Using the Internet for cultural purposes by sex in 2024



Rozdział 5

Chapter 5

Czytelnictwo

Reading habits

Czytelnictwo, obejmujące zarówno książki, jak i gazety czy czasopisma, jest istotnym elementem życia kulturalnego i intelektualnego społeczeństwa. Książki, gazety, czasopisma są dziś dostępne w wielu formach i miejscach – od tradycyjnych księgarń, przez biblioteki, po cyfrowe platformy. Czytać można też w różnorodnych warunkach – zarówno nie wychodząc z domu, jak i w trakcie podróży. Czytanie może być formą odpoczynku, nauki albo też narzędziem umożliwiającym zwiększanie swoich kompetencji.

Oprócz dostępności książek i prasy, czytelnictwo związane jest także z infrastrukturą – liczbą bibliotek, księgarń, punktów wymiany książek oraz – coraz bardziej – także z dostępem do Internetu, który umożliwia korzystanie z e-booków i audiobooków. Jeżeli chodzi o biblioteki, to w 2024 r. działało w Polsce 8,8 tys. bibliotek publicznych, naukowych i innych o charakterze specjalistycznym, dysponujących ponad 228,3 mln woluminów księgozbioru. W bibliotekach zarejestrowanych było 6,1 mln czytelników, tj. osób, które dokonały co najmniej jednego wypożyczenia na zewnątrz (7,2 mln w 2019 r.). Biblioteki posiadały także 4,4 tys. czytników książek elektronicznych, które można było wypożyczyć by na nich czytać pozycje cyfrowe, a także dysponowały 1,6 tys. czytników tj. odtwarzaczy cyfrowych książek mówionych dedykowanych głównie dla osób z dysfunkcją narządu wzroku oraz dla seniorów. 91,0% gospodarstw domowych posiadało księgozbiór, a zdecydowana większość (66,1%) chociaż raz w 4. kwartale 2024 r. dokonała zakupu gazety lub czasopisma.

5.1. Czytanie książek

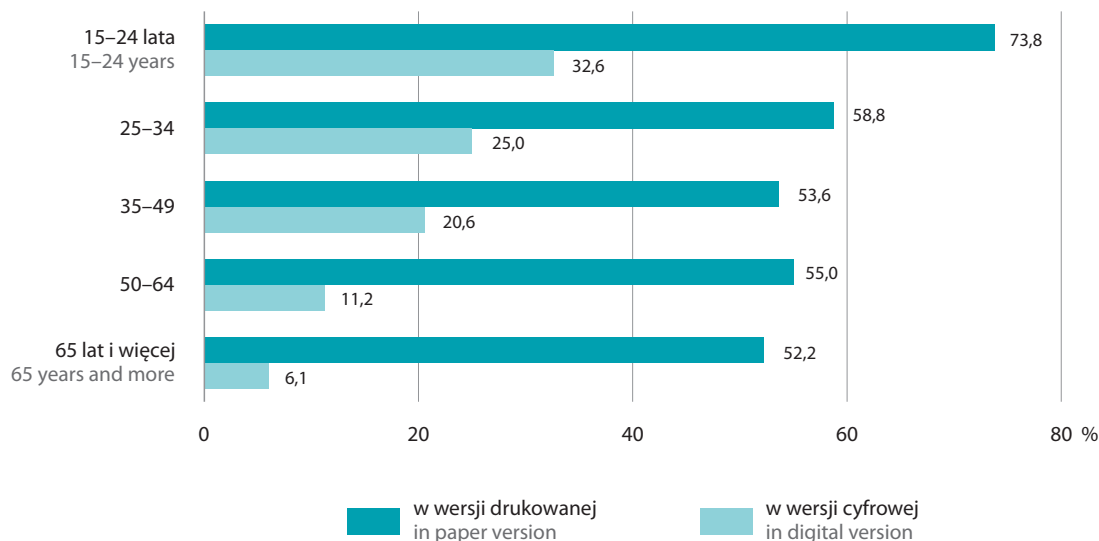
5.1. Reading books

W 2024 r. co najmniej jedną książkę w ciągu roku przeczytało lub odsłuchało 59,7% osób – o 1,5 p. proc. więcej niż w 2019 r. Zdecydowanie wyższy odsetek czytających lub odsłuchujących książki odnotowano wśród kobiet niż mężczyzn (70,8% wobec 47,5%). Pozycje w wersji drukowanej są nadal popularniejsze niż w wersji cyfrowej – czytanie książek drukowanych deklarowało 56,7% (55,0% w 2019 r.), a sięganie po pozycje w wersji cyfrowej – 17,1% (15,1% w 2019 r.). W obu przypadkach, wyższy był odsetek kobiet (68,3% czytających w wersji drukowanej; 18,6% korzystających z wersji cyfrowej) niż mężczyzn (odpowiednio 43,9% i 15,4%). Znacznie wyższe odsetki czytelników odnotowano w miastach niż na wsi – co najmniej jedną książkę w 2024 r. przeczytało lub odsłuchało 66,7% mieszkańców miast wobec 48,2% mieszkańców wsi. Korzystanie z wersji cyfrowej książki lub jej odsłuchanie było także bardziej popularne w miastach (21,6%) niż na wsi (9,7%).

Odsetek osób, które przeczytały lub odsłuchały co najmniej jedną książkę, zwiększał się wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia (wyższe – 83,5%, policealne i średnie – 58,0%, zasadnicze – 31,8%) zarówno w grupie kobiet (z wykształceniem wyższym – 87,8%, policealnym i średnim – 71,2%, zasadniczym – 47,8%), jak i mężczyzn (odpowiednio 77,9%, 43,2% i 19,8%). Spośród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym oraz bez wykształcenia czytanie książek zadeklarowało 58,1% osób.

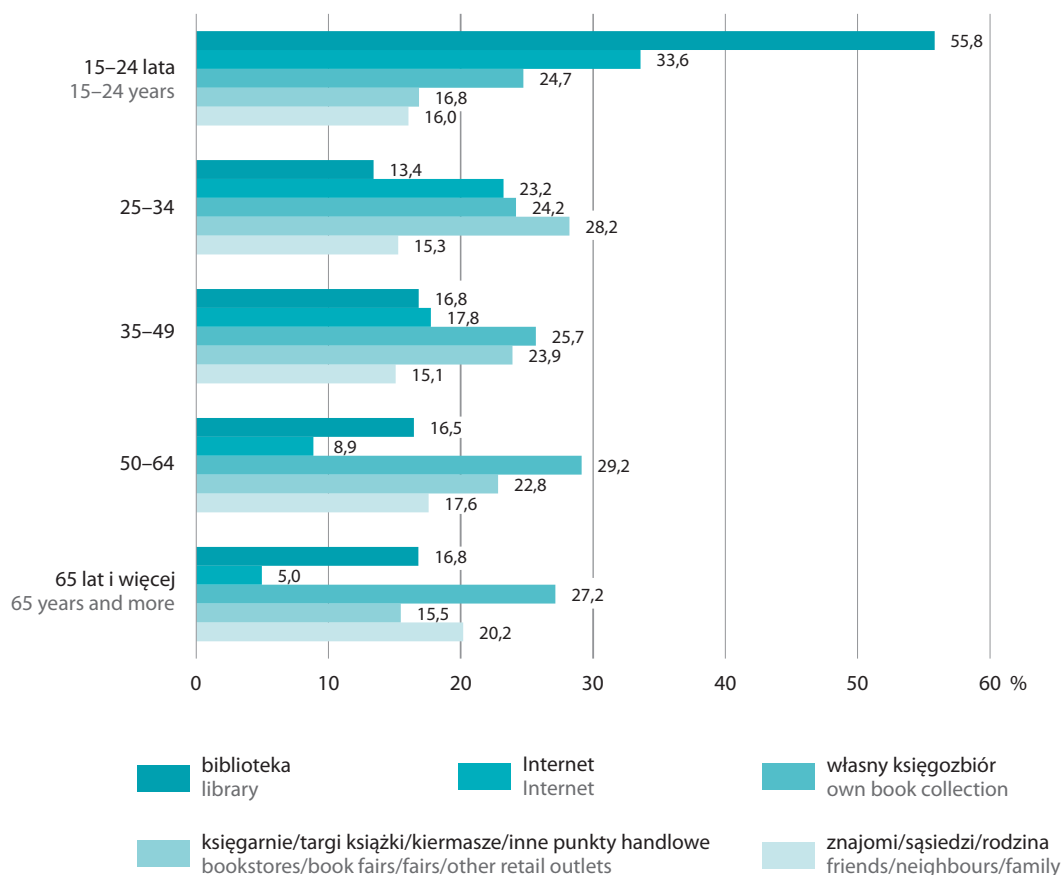
Najwyższy odsetek osób, które przeczytały lub odsłuchały co najmniej jedną książkę odnotowano w grupie wiekowej 15–24 lata – 78,3%, a najniższy wśród osób w wieku 65 lat i więcej – 53,8% (w 2019 r. odpowiednio: 76,3% i 54,1%). W przypadku osób starszych ten relatywnie najniższy odsetek czytelników może mieć związek z problemami ze wzrokiem czy ogólnym stanem zdrowia. Ważną rolę odgrywa też dostępność – nie każdy senior ma łatwy dostęp do bibliotek, księgarni czy urzędzeń umożliwiających czytanie cyfrowe. Najwyższy odsetek czytających książki zanotowano w gospodarstwach domowych pracowników na stanowiskach nierobotniczych (69,9%), a najniższy w gospodarstwach domowych rolników (34,8%).

Wykres 18. Czytający (odsłuchujący) książki według grup wieku oraz rodzaju w 2024 r.
 Chart 18. Readers (listeners) of books by age group and version in 2024



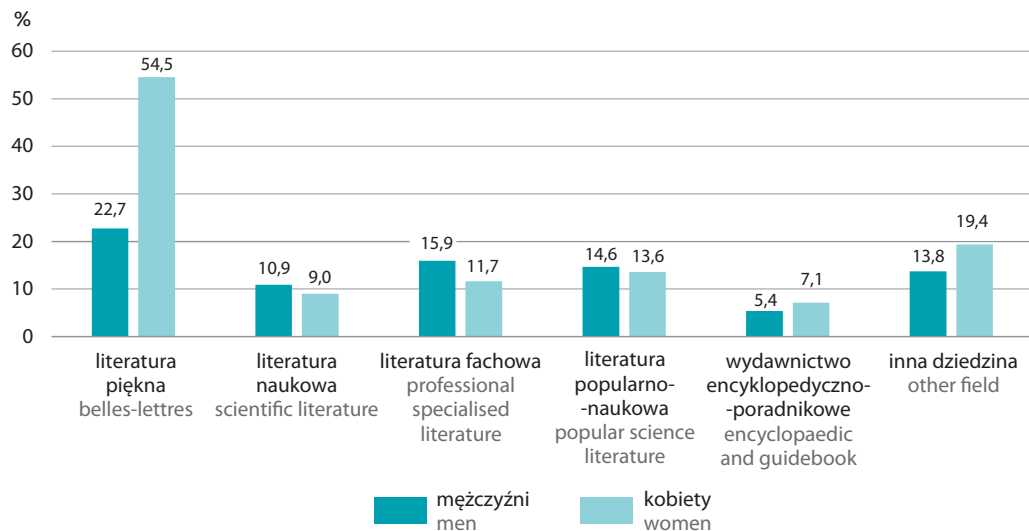
Źródłem przeczytanych czy odsłuchanych książek był przede wszystkim własny księgozbiór – tak zadeklarowało 26,5% osób, a następnie księgarnie/targi książki/kiermasze/inne punkty handlowe (21,4%) czy biblioteki (20,8%). To ostatnie źródło było szczególnie popularne wśród grupy wiekowej 15–24 lata (55,8%). W tej grupie istotnym źródłem był także Internet (dla 33,6% osób). Dla osób w wieku 25–34 lata najczęściej wskazywanym źródłem przeczytanych książek były księgarnie/targi książki/kiermasze/inne punkty handlowe (28,2%), a dla osób w wieku 65 lat i więcej własny księgozbiór (27,2%) oraz znajomi/sąsiedzi/rodzina (20,2%).

Wykres 19. Pochodzenie przeczytanych (odsłuchanych) książek według grup wieku w 2024 r.
 Chart 19. Origin of books read and listened to by age group 2024



Czytanie książek pełni wiele funkcji i może wynikać z różnych motywacji – od czystej przyjemności, przez potrzebę zdobywania wiedzy, aż po cele zawodowe. Dla jednych to forma relaksu i ucieczki od codzienności, dla innych sposób na rozwój intelektualny, pogłębianie kompetencji czy przygotowanie do pracy. Motywacje stojące za wyborem pozycji do czytania są widoczne w odpowiedziach na pytanie dotyczące dziedzin przeczytanych książek. W 2024 r. spośród różnych dziedzin przeczytanych lub odsłuchanych książek najczęściej były wybierane pozycje literatury pięknej – 39,4%, szczególnie przez kobiety (54,5%), osoby z wyższym wykształceniem (53,2%) i osoby w wieku 15–24 lata (47,4%). W pozostałych grupach – wśród mężczyzn, osób z innym niż wyższe wykształceniem, w ramach innych grup wiekowych – beletrystyka miała większy udział niż pozostałe rodzaje literatury. Także niezależnie od miejsca zamieszkania czytanie beletrystyki było najpopularniejszym rodzajem literatury – 43,7% mieszkańców miast i 32,3% wsi czytało literaturę piękną. Preferencje w tym zakresie nie zmieniły się – w 2019 r. także w największym stopniu czytane były książki beletrystyczne (37,4%).

Wykres 20. Czytający (odsłuchujący) książki według rodzajów literatury i płci w 2024 r.
Chart 20. Readers (listeners) of books by genres of literature and sex in 2024



Poza beletrystyką najczęściej sięgano po literaturę popularno-naukową (14,1%; w 2019 r. 11,2%) czy fachową, zawodową (13,7%; w 2019 r. 11,5%). Najmniej wskazań dotyczyło wydawnictw encyklopedyczno-poradnikowych (6,3%; w 2019 r. – 7,5%). Analizując poszczególne rodzaje dziedzin literatury widać pewne prawidłowości. Więcej mężczyzn niż kobiet czytało literaturę fachową i zawodową (15,9% wobec 11,7%), wydawnictwa naukowe (10,9% wobec 9,0%) i popularno-naukowe (odpowiednio 14,6% i 13,6%), natomiast więcej kobiet niż mężczyzn czytało wydawnictwa encyklopedyczno-poradnikowe (7,1% wobec 5,4% mężczyzn), podobnie jak wspomnianą wcześniej beletrystykę.

Tablica 9. Czytający (odsłuchujący) książki według rodzajów literatury^a oraz płci i grup wieku
Table 9. Readers (listeners) by genres of literature^a, sex and age group

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024	Ogółem Grand total	Mężczyźni Men	Kobiety Women	Grupy wieku / Age groups					
				15–24 lata 15–24 years	25–34	35–49	50–64	65 lat i więcej 65 years and more	
				w % / in %					
Ogółem Total	A	58,2	47,8	67,8	76,3	58,7	58,3	52,7	54,1
	B	59,7	47,5	70,8	78,3	61,8	58,4	56,4	53,8
Literatura piękna Belles-lettres	A	37,4	23,5	50,2	46,9	35,3	36,2	35,4	37,6
	B	39,4	22,7	54,5	47,4	34,6	36,9	40,2	40,3
Literatura naukowa Scientific literature	A	7,9	8,7	7,1	19,6	7,9	8,2	5,1	4,3
	B	9,9	10,9	9,0	24,7	13,5	8,5	6,3	5,6
Literatura fachowa, zawodowa Professional literature	A	11,5	13,5	9,7	17,6	14,9	15,0	9,4	4,1
	B	13,7	15,9	11,7	14,1 ^v	21,0	16,2	13,3	6,6

^a Respondent mógł wskazać wiele rodzajów literatury.
The respondent could indicate many genres of literature.

Tablica 9. Czytający (odsłuchujący) książki według rodzajów literatury^a oraz płci i grup wieku (dok.)
 Table 9. Readers (listeners) by genres of literature^a, sex and age group (cont.)

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024	Ogółem Grand total	Mężczyźni Men	Kobiety Women	Grupy wieku Age groups					
				15–24 lata 15–24 years	25–34	35–49	50–64	65 lat i więcej 65 years and more	
				w % in %					
Literatura popularno- -naukowa Popular science literature	A	11,2	11,9	10,5	19,3	10,7	11,0	9,2	9,6
	B	14,1	14,6	13,6	22,6 ^v	17,2	14,4	11,0	10,5
Wydawnictwo encyklopedyczno- -poradnikowe Encyclopaedic and guidebook	A	7,5	5,6	9,3	15,2	5,2	7,3	6,5	6,5
	B	6,3	5,4	7,1	14,2 ^v	5,5 ^v	5,2	4,5	5,9
Inna dziedzina Other literature	A	18,4	16,1	20,5	28,9	18,7	19,4	16,0	14,0
	B	16,7	13,8	19,4	22,7	17,4	18,5	14,0	13,7

a Respondent mógł wskazać wiele rodzajów literatury.
 a The respondent could indicate many genres of literature.

Większość (52,0%) osób, które przeczytały przynajmniej jedną książkę w 2024 r. deklarowały czytanie dla przyjemności³, w tym 20,6% od 1 do 3 książek w ciągu roku, a 14,0% od 4 do 7 książek. Co dziesiąta osoba przeczytała 13 i więcej książek, czyli średnio jedną na miesiąc. W celach zawodowych oraz w celach związanych z nauką (niezwiązanych z lekturą) przeczytało lub odsłuchało książki po 16,1% osób. Najniższy odsetek dotyczył osób deklarujących przeczytanie lub odsłuchanie książki związanej z nauką (lektura) – 12,9%.

Przeczytanie lub odsłuchanie książki dla przyjemności było częściej deklarowane przez kobiety (63,2%) niż mężczyzn (39,7%), osoby z wyższym wykształceniem (72,7%) niż posiadające inne wykształcenie (średnie – 53,0%; zasadnicze – 28,1%; gimnazjalne, podstawowe i bez wykształcenia – 44,5%) oraz osoby młodsze (w wieku 15–24 lata – 59,5%) niż starsze (w wieku 25–34 lata – 54,0%; w wieku 35–49 – 50,5%; w wieku 50–64 – 51,9% i w wieku 65 lat i więcej – 49,0%). Czytanie dla przyjemności częściej deklarowali mieszkańcy miast (59,9%) niż wsi (39,1%).

40,3% osób deklarowało, że w ogóle nie czytało lub nie słuchało książek w celach zawodowych. Tylko co szоста osoba (16,1%) przeczytała książki w tym celu (14,9% kobiet i 17,5% mężczyzn). Najwyższy odsetek czytających książki z powodów zawodowych był wśród osób z wykształceniem wyższym (39,5%) oraz osób w wieku 25–34 lata (26,6%), a także w wieku 35–49 lat (22,6%). Czytanie w celach zawodowych częściej deklarowali mieszkańcy miast (20,4%) niż wsi (9,2%).

³ W analizie powodów sięgania po różne rodzaje literatury nie uwzględniono odpowiedzi „nie wiem/trudno powiedzieć”.

Tablica 10. Czytający (odsluchający) książki według rodzajów literatury^a oraz miejsca zamieszkania i poziomu wykształceniaTable 10. Readers (listeners) by genres of literature^a, place of residence and level of education

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024		Ogółem Grand total	Miasta Urban areas	Wieś Rural areas	Poziom wykształcenia / Level of education			
					wyższe tertiary	policjalne, średnie post-sec- ondary, secondary	zasadnicze (zawodowe/ branżowe) basic (vocational/ sectoral)	gimnazjalne, podsta- wowe, bez wykształ- cenia lower secondary, primary, without school education
Ogółem Total	A	58,2	66,3	45,1	82,3	62,6	35,6	47,5
	B	59,7	66,7	48,2	83,5	58,0	31,8	58,1
Literatura piękna Belles-lettres	A	37,4	43,9	26,9	56,4	39,6	21,2	29,5
	B	39,4	43,7	32,3	53,2	39,1	21,9	38,6
Literatura naukowa Scientific literature	A	7,9	9,5	5,2	16,0	7,1	1,6	7,3
	B	9,9	11,4	7,5	19,1	5,7	1,4 ^v	14,4 ^v
Literatura fachowa, zawodowa Professional literature	A	11,5	14,0	7,5	25,9	11,4	2,2	4,3
	B	13,7	17,2	7,9	28,9	10,2	2,8 ^v	8,0 ^v
Literatura popularno- -naukowa Popular science literature	A	11,2	14,4	5,9	23,4	10,3	3,4	6,9
	B	14,1	17,6	8,4	25,4	12,0	3,7 ^v	12,1 ^v
Wydawnictwo encyklopedyczno- -poradnikowe Encyclopaedic and guidebook	A	7,5	8,5	6,0	10,7	8,3	3,5	7,5
	B	6,3	7,6	4,2	10,0	4,0	1,7 ^v	11,4 ^v
Inna dziedzina Other literature	A	18,4	20,7	14,6	26,0	19,3	10,4	17,7
	B	16,7	19,5	12,1	23,0	17,5	7,8	15,8

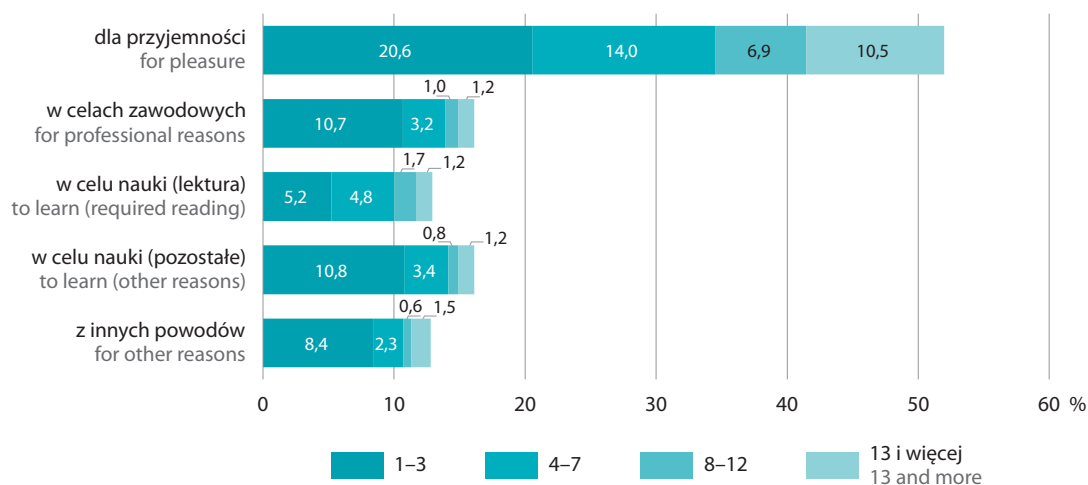
^a Respondent mógł wskazać wiele rodzajów literatury.

^a The respondent could indicate many genres of literature.

W 2024 r. 43,1% osób deklarowało, że nie przeczytało lub nie odsłuchało żadnej książki w celu związanym z nauką (lektura). Czytelność takich pozycji dotyczy – co oczywiste – przede wszystkim ludzi w wieku 15–24 lata – 66,2%. Według poziomu wykształcenia w grupie osób z pozostałym wykształceniem (w tym podstawowym), które deklarowały przeczytanie w 2024 r. co najmniej jednej lektury było 44,2%.

Ponad 39% czytelników deklarowało, że nie przeczytało lub nie odsłuchało żadnej książki w celu nauki (ale niezwiązanym z czytaniem lektur). Czytanie takich pozycji, podobnie jak w przypadku czytelnictwa związanego z lekturami, dotyczyło w przeważającej mierze osób młodych w wieku 15–24 lata (47,4%), a także osób z wykształceniem pozostałym, w tym podstawowym (27,6%), a także wyższym (24,7%).

Wykres 21. Czytający (odsluchający) książki według celu i liczby przeczytanych (odsluchanych) pozycji w 2024 r.
Chart 21. Readers (listeners) books by purpose and number of books read or listened to in 2024



Współczesne tempo życia sprawia, że wielu ludzi nie znajduje czasu na spokojną lekturę, a dostępność szybkich i łatwych form rozrywki, takich jak media społecznościowe czy seriale, wypiera tradycyjne czytanie. Dla niektórych barierą w czytaniu może być brak zainteresowania literaturą lub trudności w koncentracji, zwłaszcza w świecie pełnym bodźców. Zdarza się też, że ograniczenia finansowe lub brak dostępu do książek utrudniają rozwijanie nawyku czytania. Warto też pamiętać o osobach starszych, które z powodu problemów ze wzrokiem lub ogólnym stanem zdrowia mogą mieć trudności z czytaniem. Przeprowadzone badanie pozwala scharakteryzować grupę osób nieczytających książek i opisać deklarowane przez nich powody nieczytania.

W 2024 r. nie przeczytało lub nie odsluchowało żadnej książki 40,4% osób (w 2019 r. – 41,5%). Wśród nieczytających więcej było mężczyzn niż kobiet (52,6% wobec 29,2%), mieszkańców wsi niż mieszkańców miast (51,8% wobec 33,3%). Najwyższy odsetek osób nieczytających książek odnotowano w gospodarstwach domowych rolników (65,2%), wśród osób z wykształceniem zasadniczym (68,2%) oraz osób w wieku 65 lat i więcej (46,2%).

Wyniki badania pokazują, że wśród osób nieczytających w 2024 r. głównym powodem nieczytania był brak czasu – deklarowało go 20,0%, a w dalszej kolejności – brak zainteresowania („nie interesuje mnie to”) – wskazany przez 17,3% osób. Brak czasu i brak zainteresowania jako powód nieczytania częściej wskazywali mężczyźni (odpowiednio 26,4% i 24,7%) niż kobiety (odpowiednio 14,2% i 10,6%). Te powody także częściej były wskazywane przez mieszkańców wsi (odpowiednio 26,5% i 24,2%) niż miast (16,0% i 13,1%). U osób z wykształceniem zawodowym dominował przede wszystkim brak zainteresowania (35,1%) i nieco rzadziej brak czasu (29,6%). Osoby z wyższym wykształceniem najrzadziej wskazywały jako powód nieczytania brak zainteresowania (4,0%). Wśród osób w wieku produkcyjnym, w tym: w wieku 35–49 lat, 25–34 lata oraz 50–64 lata najwięcej wskazań dotyczyło braku czasu (odpowiednio: 29,1%; 26,5%; 23,8%). Z kolei w grupie wiekowej 65 lat i więcej częstszy niż brak czasu był brak zainteresowania czytaniem (23,8%).

5.2. Gazety codzienne i czasopisma

5.2. Newspapers and magazines

Czytelnictwo gazet i czasopism, podobnie jak książek, zmienia się w wyniku dynamicznych zmian technologicznych i kulturowych. Coraz więcej osób sięga po informacje dostępne online, co wpływa na czytelnictwo tradycyjnych mediów drukowanych. Dodatkowo, rosnąca liczba źródeł informacji w Internecie sprawia, że klasyczne czasopisma i gazety muszą konkurować nie tylko ze sobą, ale także z blogami, podcastami i mediami społecznościowymi, co znacząco wpływa na ich zasięg i popularność.

W 2024 r. czytanie gazet codziennych zadeklarowało 45,5% osób w wieku 15 lat lub więcej (wśród kobiet – 45,8% i wśród mężczyzn – 45,2%) co oznacza spadek czytelnictwa gazet aż o 19,5 p. proc. w porównaniu z 2019 r. Czytanie gazet codziennych deklarowało 48,1% mieszkańców miast (64,7% w 2019 r.) i 41,4% mieszkańców wsi (65,4% w 2019 r.). Widać zatem, że spadek czytelnictwa gazet codziennych nastąpił w większym stopniu wśród mieszkańców wsi (o 24,0 p. proc. wobec 16,6 p. proc. w miastach). Najwyższy odsetek czytających gazety odnotowano w gospodarstwach domowych emerytów i rencistów (59,1%) i w porównaniu z 2019 r. odsetek ten był niższy o 11,8 p. proc. W 2024 r. codzienne sięganie po gazety w wersji drukowanej dotyczyło jedynie 2,3% osób (4,9% w 2019 r.), a w wersji cyfrowej – 3,4% (5,5% w 2019 r.).

Tablica 11. Czytający gazety i czasopisma według częstotliwości oraz płci i grup wieku
Table 11. Newspaper and magazine readers by frequency, sex, and age group

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024	Ogółem Grand total	Mężczyźni Men	Kobiety Women	Grupy wieku / Age groups					
				15–24 lata 15–24 years	25–34	35–49	50–64	65 lat i więcej 65 years and more	
				w %		in %			
Czytający gazety Newspaper readers	A	65,0	64,7	65,2	48,3	61,0	65,8	68,7	71,6
	B	45,5	45,2	45,8	18,3	35,1	42,6	54,3	60,3
W wersji drukowanej In paper version	A	52,7	50,3	54,8	32,9	41,1	47,5	60,5	69,3
	B	33,6	31,4	35,6	8,5	20,6	25,3	43,7	54,0
w tym co najmniej raz lub kilka razy w tygodniu of which at least once or several times a week	A	27,3	26,3	28,3	9,1	14,8	22,8	33,1	45,2
	B	15,9	14,6	17,1	.	7,2 ^v	7,2	21,6	31,8
W wersji cyfrowej In digital version	A	26,0	29,0	23,2	33,2	38,1	34,7	19,8	9,4
	B	20,6	22,6	18,7	12,1	26,2	27,6	21,1	12,7
w tym co najmniej raz lub kilka razy w tygodniu of which at least once or several times a week	A	15,6	18,4	13,1	15,9	21,0	22,7	12,6	6,1
	B	12,5	14,1	11,1	4,8 ^v	10,0 ^v	17,1	13,8	10,1

Tablica 11. Czytający gazety i czasopisma według częstotliwości oraz płci i grup wieku (dok.)
Table 11. Newspaper and magazine readers by frequency, sex, and age group (cont.)

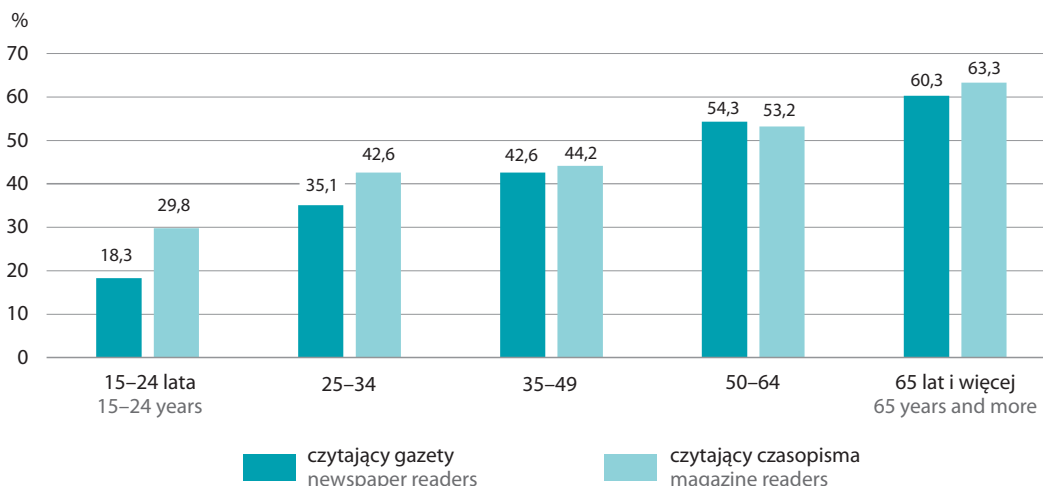
Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024		Ogółem Grand total	Mężczyźni Men	Kobiety Women	Grupy wieku Age groups				
					15–24 lata 15–24 years	25–34	35–49	50–64	65 lat i więcej 65 years and more
					w % in %				
Czytający czasopisma Magazine readers	A	67,0	57,9	75,4	53,2	65,3	65,3	71,3	73,1
	B	48,9	41,1	56,0	29,8	42,6	44,2	53,2	63,3
W wersji drukowanej In paper version	A	59,0	48,8	68,3	40,3	51,7	54,6	66,4	71,6
	B	40,9	31,5	49,5	21,9	29,8	33,6	46,1	60,6
w tym co najmniej raz lub kilka razy w miesiącu of which at least once or several times a month	A	38,4	29,2	46,9	16,3	27,9	33,4	47,0	54,7
	B	23,8	16,7	30,2		13,4 ^v	14,4	28,0	45,5
W wersji cyfrowej In digital version	A	20,9	21,2	20,6	29,5	32,4	26,6	15,3	6,9
	B	16,8	18,4	15,3	15,4	24,6	21,3	16,6	7,9
w tym co najmniej raz lub kilka razy w miesiącu of which at least once or several times a month	A	13,2	13,0	13,3	15,5	19,6	17,8	10,3	4,8
	B	9,5	10,5	8,5	5,8	13,5	11,0	10,6	6,0

Choć na wsi może występować bardziej ograniczony dostęp do prasy drukowanej w porównaniu z miastem, to w danych statystycznych nie widać różnicy w poziomie czytelnictwa dla gazet codziennych w wersji drukowanej – sięgało po nie 33,6% osób, w tym w miastach 33,7% osób, a na wsi – 33,5%. Różnice widoczne są natomiast dla wersji cyfrowej – sięgało po nią 20,6% osób, w tym 25,3% w miastach i 12,9% na wsi.

Różnice w czytelnictwie gazet związane były także z wykształceniem. Najwyższy odsetek osób czytających gazety odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym – 50,0%, a najniższy wśród osób z pozostałym wykształceniem – 29,2%. Wśród osób z wykształceniem zasadniczym najwyższy był odsetek czytających drukowane gazety (37,9%), a wśród osób z wykształceniem wyższym dominował odsetek czytających gazety cyfrowe (34,3%).

Poziom czytelnictwa gazet codziennych rósł wraz z wiekiem czytelników. Najmniej osób czytało gazety codzienne w grupie wiekowej 15–24 lata – 18,3% (w tym gazety w wersji drukowanej 8,5%, w wersji cyfrowej 12,1%) i w grupie tej odnotowano największy spadek czytelnictwa w porównaniu z 2019 r. – o 30,0 p. proc. Spadek czytelnictwa był także widoczny w pozostałych grupach wiekowych. Najmniejszy spadek czytelnictwa gazet codziennych odnotowano w grupie 65 lat i więcej (o 11,3 p. proc.). Wśród osób z tej grupy wiekowej było też zdecydowanie więcej czytelników prasy codziennej (60,3%, w tym gazet w wersji drukowanej 54,0%, w wersji cyfrowej – 12,7%). Nie dziwi fakt, że młodsze pokolenia, wychowane w cyfrowym świecie, rzadziej korzystają z drukowanych gazet, w przeciwieństwie do starszych czytelników, którzy często z przyzwyczajenia, czasem braku umiejętności cyfrowych sięgają po tradycyjne wydania prasy codziennej.

Wykres 22. Czytający gazety i czasopisma według grup wieku w 2024 r.
 Chart 22. Newspaper and magazine readers by age group in 2024



W 2024 r. odsetek czytających czasopisma był wyższy niż w przypadku gazet. Czasopisma czytało 48,9% osób, choć podobnie jak dla gazet obserwowano duży spadek (o 18,1 p. proc. w porównaniu z 2019 r.). Po czasopisma chętniej sięgały kobiety (56,0%) niż mężczyźni (41,1%). Więcej czytelników czasopism było też wśród mieszkańców miast niż wsi (odpowiednio 50,8% i 45,7%). Podobnie jak dla gazet, popularniejsze były wersje drukowane czasopism – sięgało po nie 40,9% osób, podczas gdy po wersje cyfrowe 16,8%. Wersje drukowane były tak samo popularne wśród mieszkańców miast jak i wsi (po 40,9%). W przypadku wersji cyfrowych odnotowano wyższy udział w miastach (21,3%) niż na wsi (9,5%).

Najniższy odsetek osób deklarujących czytanie czasopism występował w grupie wiekowej 15–24 lata – 29,8% i towarzyszył mu największy spadek czytelnictwa czasopism (o 23,4 p. proc. w porównaniu z 2019 r.). Najwyższy odsetek czytających czasopisma obserwowano natomiast w grupie wiekowej 65 lat i więcej (63,3%) i choć także w tej grupie wystąpił spadek czytelnictwa w porównaniu z 2019 r. to był on najniższy (o 9,8 p. proc.). Wersję drukowaną czasopism czytało 60,6% osób w wieku 65 lat i więcej, podczas gdy wśród osób w wieku 15–24 lata odsetek ten wyniósł 21,9%. Czytelnikami czasopism w wersji cyfrowej były przede wszystkim osoby w wieku 25–34 lata (24,6%).

5.3. Korzystanie z biblioteki lub czytelni

5.3. Using the library or reading room

Dostęp do książek oraz gazet czy czasopism oferują także biblioteki oraz czytelnie. Choć tradycyjne wypożyczanie książek czy czasopism nadal pozostaje istotną funkcją bibliotek, coraz większą rolę odgrywają w nich także zasoby cyfrowe, czy dostęp (także zdalny) do e-booków, audiobooków. Oferta bibliotek jest dodatkowo bezpłatna i dostosowana do różnych grup wiekowych, co odróżnia ją od sięgania po drukowane gazety i czasopisma, za które w większości przypadków trzeba zapłacić.

W 2024 r. z biblioteki lub czytelni skorzystało 25,9% osób tj. o 1,3 p. proc. więcej osób niż w 2019 r., w tym 32,6% kobiet (w 2019 r. – 30,6%) i 18,6% mężczyzn (w 2019 r. – 17,9%). Choć frekwencja w bibliotekach i czytelniach wciąż nie osiąga wysokich poziomów, to jednak niewielki wzrost ich popularności stanowi pozytywny sygnał na tle wyraźnego spadku czytelnictwa gazet i czasopism.

Spośród korzystających z biblioteki lub czytelnicy najczęściej osób korzystało z oferty biblioteki 1–3 razy w roku (9,2%) lub raz na 2–3 miesiące (7,3%). Więcej było wśród nich kobiet niż mężczyzn (10,2% kobiet uczęszczało 1–3 razy w roku, a 8,2% raz na 2–3 miesiące; mężczyźni odpowiednio 8,1% i 6,3%).

Wyższy odsetek osób korzystających z bibliotek lub czytelnicy odnotowano wśród mieszkańców miast niż wsi (28,5% wobec 21,7%). Z biblioteki lub czytelnicy korzystały głównie osoby z gospodarstw domowych pracowników na stanowiskach nierobotniczych (30,7%).

Tablica 12. Korzystający z biblioteki według częstotliwości oraz płci i grup wieku
Table 12. Library users by frequency, sex, and age group

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024	Ogółem Grand total	Mężczyźni Men	Kobiety Women	Grupy wieku Age groups					
				15–24 lata 15–24 years	25–34	35–49	50–64	65 lat i więcej 65 years and more	
				w % in %					
Ogółem Total	A	24,6	17,9	30,6	65,9	20,4	22,8	17,9	15,3
	B	25,9	18,6	32,6	70,5	19,8	22,0	19,1	18,5
w tym częściej niż raz w miesiącu (więcej niż 12 razy w roku) of which more than once a month (more than 12 times a year)	A	3,9	2,1	5,5	9,9	2,2	3,0	3,4	3,5
	B	3,7	1,2 ^v	5,9	8,4 ^v	.	2,4 ^v	2,8 ^v	4,9

Najwyższy odsetek osób korzystających z biblioteki lub czytelnicy odnotowano wśród osób uczących się lub studiujących – w grupie wiekowej 15–24 lata – 70,5% (w 2019 r. 65,9%). Odsetek ten obniżał się wraz z rosnącym wiekiem respondentów – w grupie osób w wieku 65 lat i więcej wyniósł 18,5% (w 2019 r. 15,3%). Najmłodsze osoby najczęściej korzystały z oferty biblioteki lub czytelnicy raz na 2–3 miesiące (26,9%). Biorąc pod uwagę wykształcenie, najwyższy odsetek korzystających z bibliotek lub czytelnicy (46,7%) odnotowano w grupie osób z pozostałym wykształceniem, obejmującym osoby bez wykształcenia, z wykształceniem podstawowym lub gimnazjalnym. Wysoki był także wśród osób z wykształceniem wyższym (31,7%), a najniższy w grupie osób z wykształceniem zasadniczym (8,4%).

Biblioteki wychodzą naprzeciw potrzebom odbiorców umożliwiając zamawianie książek za pośrednictwem Internetu. Z tej możliwości w 2024 r. skorzystało 23,2% tj. o 9,7 p. proc. więcej niż w 2019 r. Odsetek zamawiających książki przez Internet wyższy był wśród kobiet niż mężczyzn (25,3% wobec 21,0%) oraz mieszkańców miast niż wsi (26,4% wobec 18,0%). Najwyższy odsetek odnotowano wśród osób z wyższym wykształceniem (29,3%) oraz osób w wieku 15–24 lata (32,0%).

W spotkaniach z poetą/pisarzem/autorem książki wzięło udział 5,5% osób (4,4% w 2019 r.) Odsetek biorących udział w takich spotkaniach był wyższy wśród kobiet niż mężczyzn (6,5% wobec 4,4%) oraz mieszkańców miast niż wsi (7,2% wobec 2,7%). Jeżeli chodzi o wykształcenie, to przeważały osoby z wyższym wykształceniem (10,5%). Udział w spotkaniach z poetą/pisarzem/autorem książki nie zależy od wieku – w wynikach badania nie widać zależności – uczestniczą w nich w podobnym odsetku osoby z różnych grup wiekowych.

Rozdział 6

Chapter 6

Muzyka i teatr

Music and theatre

6.1. Słuchanie muzyki

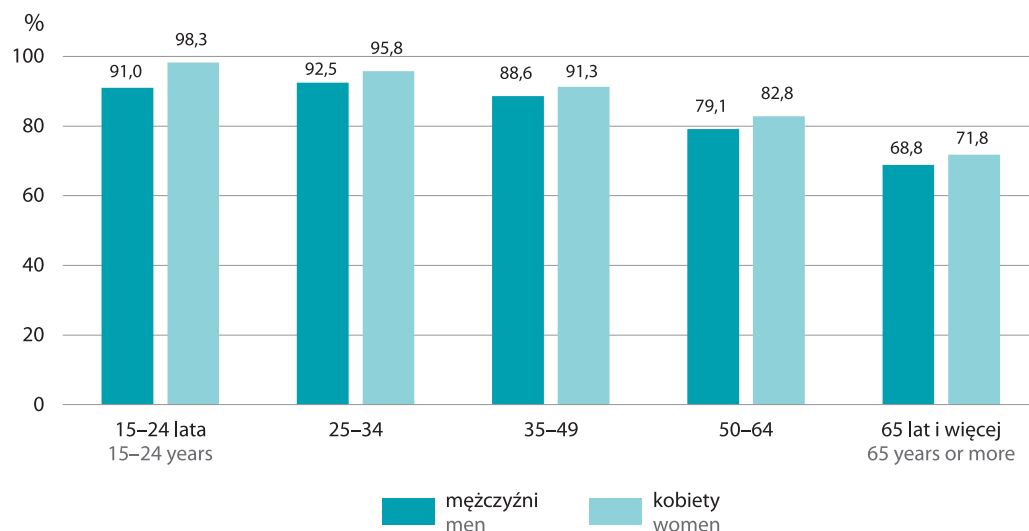
6.1. Listening to music

Muzyka jest jednym z najbardziej uniwersalnych zjawisk kulturowych towarzyszących człowiekowi w uroczystościach, codzienności i rozrywce. W wymiarze kulturowym buduje wspólnotę, wyraża wartości, emocje i tożsamość, stając się językiem, który łączy ludzi. W wymiarze rozrywkowym, dostarcza przyjemności, relaksu i energii, tworząc przestrzeń dla zabawy i ucieczki od codzienności.

W 2024 r. muzyki słuchało 84,4% osób (spadek o 4,7 p. proc. w porównaniu z 2019 r.), w tym 85,5% kobiet i 83,3% mężczyzn (odpowiednio: 88,2% kobiet i 90,1% mężczyzn w 2019 r.). Wśród mieszkańców miast odsetek osób słuchających muzyki wyniósł 87,7%, a na wsi – 79,2%.

Wykres 23. Słuchający muzyki według grup wieku i płci w 2024 r

Chart 23. Listening to music by age group and sex in 2024



Wyższy odsetek osób codziennie słuchających muzyki odnotowano wśród mieszkańców miast niż wsi. W miastach taką aktywność deklarowało 57,0% osób, podczas gdy na wsi 49,9%. Różnica widoczna była także w przypadku dłuższego czasu poświęcanego na słuchanie muzyki – ponad 4 godziny dziennie muzyki słuchało 5,1% mieszkańców miast wobec 3,6% mieszkańców wsi. Porównywalne wartości odnotowano natomiast w odniesieniu do osób słuchających muzyki raz lub kilka razy w tygodniu (21,9% w miastach i 21,0% na wsi) oraz rzadziej niż raz w tygodniu (8,8% i 8,3%).

Wśród kobiet najwyższy odsetek słuchających muzyki odnotowano w grupie osób w wieku 15–24 lata (98,3%), natomiast wśród mężczyzn najwyższy odsetek słuchaczy wystąpił w grupie osób w wieku 25–34 lata (92,5%). Najmniejsze zainteresowanie muzyką deklarowały osoby w wieku 65 lat i więcej (70,6%). Udział osób słuchających muzyki zmniejszał się wraz z wiekiem, przy czym kobiety – niezależnie od grupy wiekowej – częściej niż mężczyźni deklarowały jej słuchanie.

Wśród mężczyzn najwyższy udział osób słuchających muzyki odnotowano w grupie osób z wykształceniem wyższym (92,3%), a najniższy z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia (76,7%) oraz zasadniczym (74,0%). W przypadku kobiet zaobserwowano podobną zależność – najwyższy odsetek osób słuchających muzyki występował wśród kobiet z wykształceniem wyższym (92,9%), nieco niższy – z wykształceniem policealnym lub średnim (83,5%) oraz z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia (82,1%), a najniższy – z wykształceniem zasadniczym (79,4%).

Tablica 13. Słuchający muzyki według grup społeczno-ekonomicznych

Table 13. Listening to music by socio-economic groups

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024	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					
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions				
		w %	in %					
Ogółem Total	A	89,1	93,7	91,3	96,1	86,0	94,1	78,9
	B	84,4	87,3	83,2	90,0	80,0	92,1	76,5
Codziennie Every day	A	57,7	65,2	60,9	69,6	50,1	68,4	41,3
	B	54,3	58,5	52,4	62,7	51,1	69,6	40,0
w tym ponad 4 godziny of which more than 4 hours	A	3,6	4,1	3,5	4,8	3,4	4,6	2,5
	B	4,5	4,7	4,8 ^v	4,6	.	6,2 ^v	3,8
Raz lub kilka razy w tygodniu Once or several times a week	A	21,9	21,2	23,1	19,3	26,6	16,3	23,0
	B	21,5	21,0	21,9	20,3	22,2 ^v	18,4	24,1
Rzadziej niż raz w tygodniu Less than once a week	A	9,5	7,3	7,3	7,3	9,4	9,5	14,6
	B	8,6	7,8	8,8	7,0	.	4,1 ^r	12,3

W porównaniu z 2019 r. odsetek osób słuchających muzyki zmniejszył się we wszystkich typach gospodarstw domowych. Najwyższy odnotowano wśród osób pracujących na własny rachunek (92,1%), a najniższy – emerytów i rencistów (76,5%).

6.2. Uczestnictwo w wydarzeniach muzycznych i teatralnych

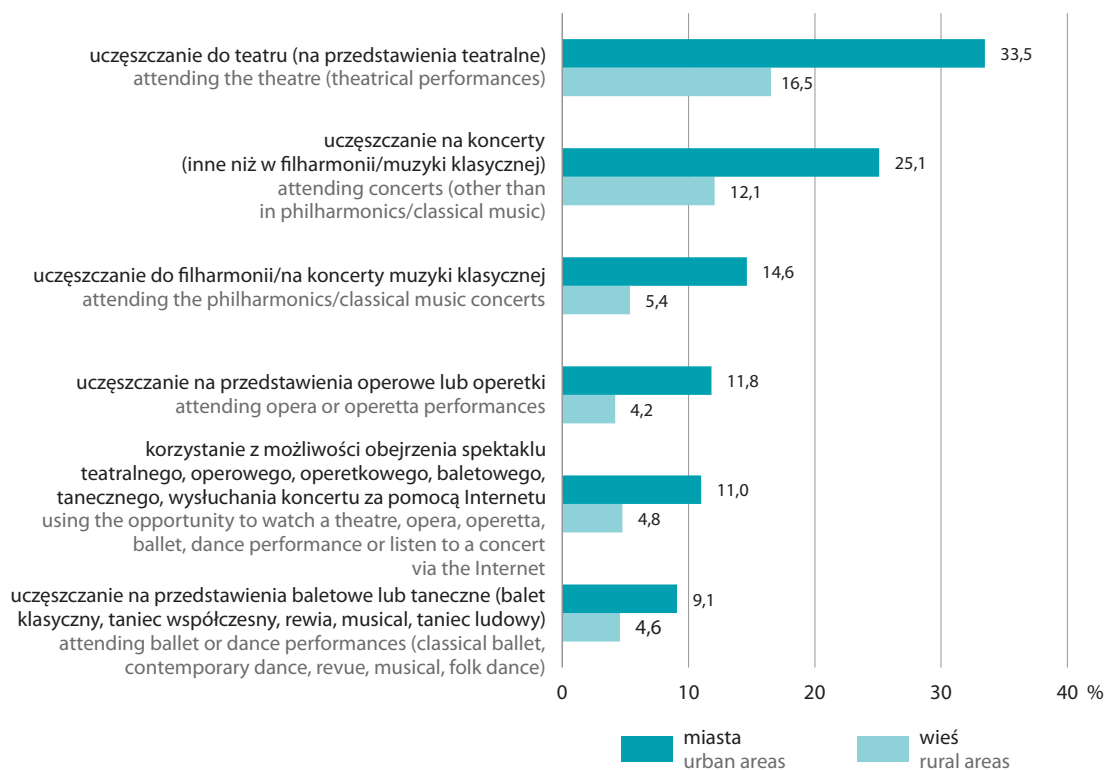
6.2. Participation in music and theatre events

Uczestnictwo w wydarzeniach muzycznych i teatralnych rozwija wrażliwość estetyczną i emocjonalną, pozwala doświadczyć kultury bezpośrednio, „na żywo”, sprzyja integracji i przeżyciom zbiorowym, a także może poszerzać horyzonty, uczyć nowych sposobów myślenia i percepcji świata.

Stosunkowo niska frekwencja w wydarzeniach muzycznych i teatralnych w 2024 r. może świadczyć o wielu zjawiskach społecznych, ekonomicznych i kulturowych. Na przedstawienia operowe lub operetki uczęszczało 8,9% badanych, co oznacza wzrost o 3,1 p. proc. w porównaniu z 2019 r. Odsetek ten był wyższy wśród kobiet (10,0%) niż wśród mężczyzn (7,7%); w 2019 r. wynosił odpowiednio 6,8% i 4,7%. Zbliżone wyniki odnotowano w przypadku przedstawień baletowych i tanecznych – ogółem uczestniczyło w nich 7,4% osób, przy czym uczestnictwo częściej deklarowały kobiety (8,5%) niż mężczyźni (6,1%). W porównaniu z 2019 r. odsetek uczęszczających na przedstawienia baletowe i taneczne wzrósł o 1,7 p. proc.

Większym zainteresowaniem cieszyły się koncerty muzyki klasycznej w filharmoniach – 11,1% osób zadeklarowało udział w koncertach tego typu (o 2,8 p. proc. więcej niż w 2019 r.), przy czym odsetek ten był wyższy wśród kobiet (11,9%) niż wśród mężczyzn (10,2%). Największą popularnością cieszyły się natomiast koncerty muzyki innych gatunków niż klasyczna odbywające się poza filharmonią – uczestniczyło w nich 20,2% osób (19,0% w 2019 r.). Odsetek uczestniczących w tego rodzaju koncertach był wyższy wśród kobiet niż mężczyzn (21,0% wobec 19,2%).

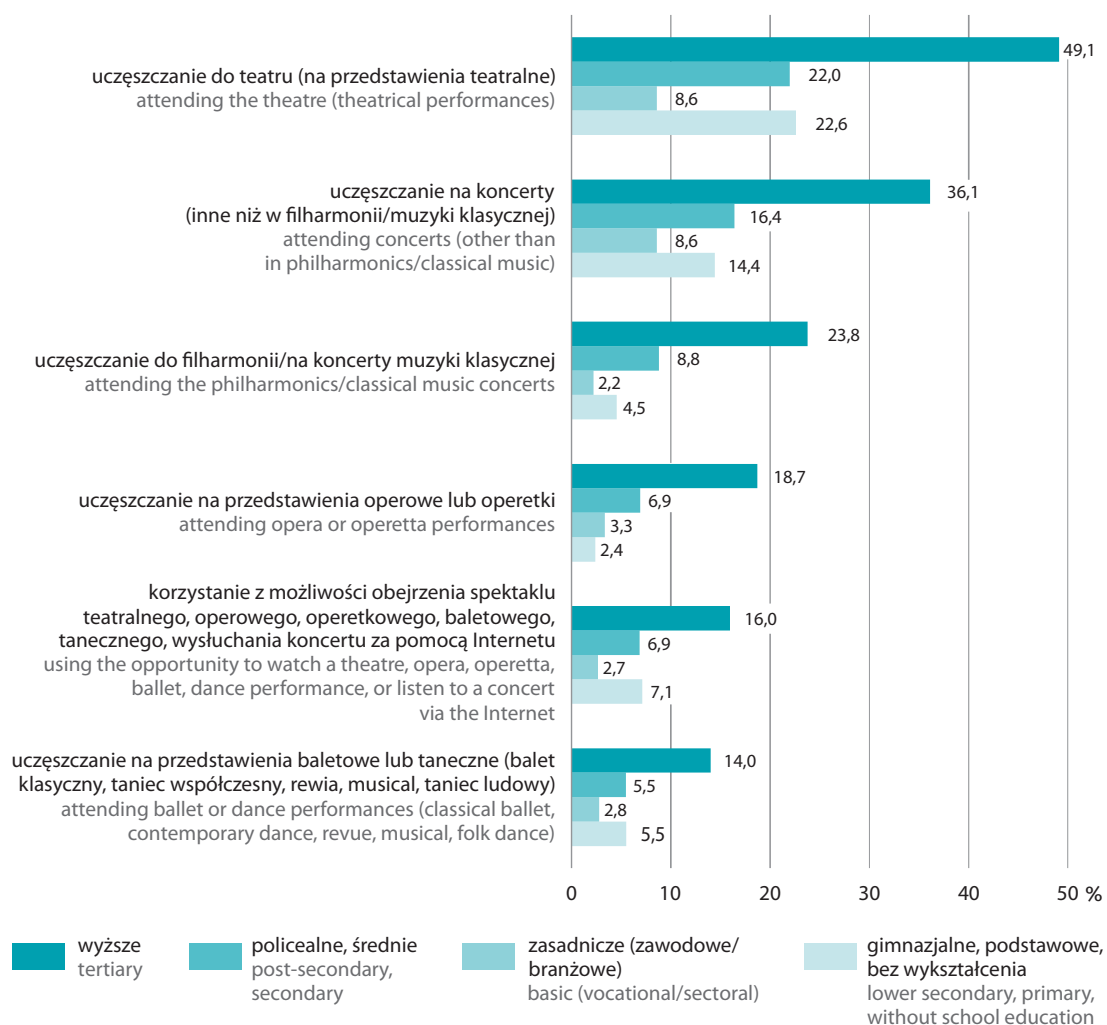
Wykres 24. Uczęszczający do teatrów i instytucji muzycznych według miejsca zamieszkania w 2024 r.
Chart 24. Attending theatres and music institutions by place of residence in 2024



Najwyższy odsetek osób odnotowano w przypadku uczęszczania do teatru. Ponad ¼ badanych (27,0%) uczęszczała na przedstawienia teatralne (o 6,8 p. proc. więcej w porównaniu z 2019 r.), przy czym udział kobiet przewyższał udział mężczyzn (31,5% wobec 22,1%). W 2024 r. z możliwości obejrzenia różnego rodzaju wydarzeń teatralnych czy muzycznych za pośrednictwem Internetu skorzystało 8,6% osób (9,3% kobiet i 7,9% mężczyzn).

W 2024 r., najwyższy odsetek osób uczestniczących w wydarzeniach muzycznych i teatralnych, niezależnie od rodzaju wydarzenia, odnotowano w grupie osób z wykształceniem wyższym. Natomiast najniższe odsetki odnotowano w przypadku osób z wykształceniem zasadniczym (poza uczestnictwem w przedstawieniach operowych lub operetkach, gdzie jeszcze niższy wskaźnik obserwowano wśród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia).

Wykres 25. Uczęszczający do teatrów i instytucji muzycznych według poziomu wykształcenia w 2024 r.
Chart 25. Attending theatres and music institutions by level of education in 2024



Wśród najmłodszych osób (15–24 lata) w 2024 r. najmniej popularne były przedstawienia operowe i operetkowe (2,8%), natomiast największym zainteresowaniem cieszyły się spektakle teatralne (33,0%). W nieco starszej grupie wiekowej (25–34 lata) najczęściej wybierano koncerty inne niż muzyki klasycznej (29,6%), choć wysoki był również odsetek uczestników przedstawień teatralnych (28,6%). Podobny rozkład preferencji zaobserwowano w grupie osób w wieku 35–49 lat – 25,0% osób uczestniczyło w koncertach innych niż muzyki klasycznej, a 33,1% w spektaklach teatralnych. W grupie wiekowej 50–64 lata wartości te wyniosły odpowiednio 17,1% i 23,9%. Co istotne, osoby w wieku 50–64 lata wyróżniały się najwyższym odsetkiem uczestnictwa w przedstawieniach operowych lub operetkach (12,3%). Najstarsza grupa wiekowa (65 lat i więcej) najmniejszy udział deklarowała w badanych wydarzeniach. Jeśli jednak uczestniczyła w nich, to najczęściej wybierała spektakle teatralne (19,0%).

Rozdział 7

Chapter 7

Uczestnictwo w wybranych formach rozrywki

Participation in selected forms of entertainment

Rozrywka stanowi integralny element życia codziennego, wpływając na sposób spędzania wolnego czasu oraz wspierając relacje międzyludzkie. W badaniu uczestnictwa ludności w kulturze zadano pytania odnoszące się do wybranych form rozrywki. Ankietowane osoby odpowiadały na następujące pytania:

- Jak często był(-a) Pan/Pani na imprezie estradowej lub kabaretowej?
- Czy był(-a) Pan/Pani w wesołym miasteczku lub parku rozrywki?
- Jak często chodził(-a) Pan/Pani potańczyć (do dyskoteki, klubu, na dancing)?
- Czy uczestniczył(-a) Pan/Pani w festiwalu, np. muzycznym, filmowym, teatralnym, folklorystycznym?

W 2024 r. w imprezach estradowych lub kabaretowych uczestniczyło 24,1% osób (o 4,5 p. proc. więcej niż w 2019 r.), przy czym 23,7% uczestniczyło w nich nie częściej niż cztery razy w roku. Wśród mężczyzn odsetek ten wyniósł 23,2%, a wśród kobiet 24,9%. Najwyższy udział w tego typu wydarzeniach odnotowano w grupie wiekowej 25–34 lata (30,8%) oraz wśród osób z wykształceniem wyższym (32,3%). Najniższy udział dotyczył osób w wieku 65 lat i więcej (13,1%) oraz osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia (16,9%). Odsetek uczęszczających na imprezy estradowe i kabaretowe był wyższy wśród mieszkańców miast (26,7%) niż wśród osób mieszkających na wsi (19,7%). Najwyższy udział zanotowano w makroregionie północno-zachodnim (30,5%), a najniższy w makroregionie południowym (17,7%). W gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek odnotowano najwyższy odsetek osób uczestniczących w imprezach estradowych lub kabaretowych – 34,1%.

Tablica 14. Uczestniczący w wybranych formach rozrywki według grup społeczno-ekonomicznych
Table 14. Participating in selected forms of entertainment by socio-economic groups

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024	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					
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions				
		w %	in %					
Imprezy estradowe lub kabaretowe Stage or cabaret events	A	19,6	22,7	17,3	28,1	10,9	26,6	13,7
	B	24,1	25,5	19,4	29,7	14,8 ^v	34,1	19,5
Wesołe miasteczka, parki rozrywki Amusement, funfairs parks	A	21,9	27,6	24,7	30,7	19,1	31,6	7,8
	B	26,7	31,2	29,5	32,5	22,4 ^v	34,9	15,2
Dyskoteki, kluby, dancingi Discos, clubs or dance halls	A	26,3	32,5	28,7	36,4	27,0	36,3	9,6
	B	21,3	25,4	22,9	27,2	17,4 ^v	29,1	10,7
Festiwale Festivals	A	10,1	11,8	6,6	17,1	5,8	12,0	7,0
	B	18,5	21,3	19,5	22,5	10,5 ^v	22,4	12,3

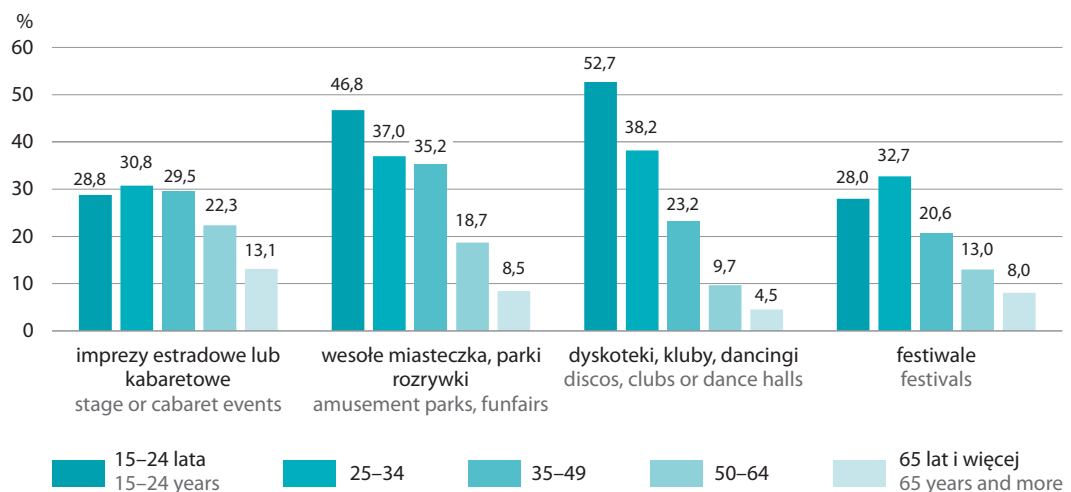
Wesołe miasteczka lub parki rozrywki odwiedziło 26,7% osób (o 4,8 p. proc. więcej niż w 2019 r.), 28,0% mężczyzn i 25,6% kobiet. Wyższy odsetek odnotowano wśród mieszkańców miast (29,5%) niż wsi (22,3%). Najwyższy odsetek uczęszczających ogółem do wesołych miasteczek lub parków rozrywki był wśród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia (33,3%), zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet (odpowiednio 33,3% i 33,4%). Z kolei najniższy zanotowano w grupie osób z wykształceniem zasadniczym – 18,7%, zarówno wśród mężczyzn jak i u kobiet (odpowiednio 20,7% i 16,1%). Wśród odwiedzających wesołe miasteczka lub parki rozrywki przeważały osoby w wieku 15–24 lata (46,8%). Najniższy odsetek osób odwiedzających wesołe miasteczka lub parki rozrywki zanotowano w grupie wiekowej 65 lat i więcej – 8,5%. W makroregionie obejmującym województwo mazowieckie odnotowano najwyższy udział (30,3%), natomiast najniższy w makroregionie południowym (24,7%). Wesołe miasteczka i parki rozrywki cieszyły się największym zainteresowaniem wśród gospodarstw domowych osób pracujących na własny rachunek (34,9%), a najmniejszym – wśród emerytów i rencistów (15,2%).

W 2024 r. do dyskotek, klubów lub na dancingu uczęszczało 21,3% osób (o 5,0 p. proc. mniej niż w 2019 r.), z czego 17,3% nie częściej niż cztery razy w roku. Tego rodzaju aktywność deklarowało 21,6% mężczyzn i 21,0% kobiet. Wyższy odsetek uczestników odnotowano wśród mieszkańców miast (23,7%) niż wśród mieszkańców wsi (17,4%). Najwyższy odsetek uczestniczących w imprezach tanecznych odnotowano w grupie osób w wieku 15–24 lata (52,7%) i z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia (28,3%). Aktywność w tej formie rozrywki zmniejszała się wraz ze spadkiem wieku. W przekroju terytorialnym najwyższy udział osób uczęszczających do dyskotek, klubów i na dancingu odnotowano w makroregionie północno-zachodnim (23,7%), a najniższy w makroregionie wschodnim (17,8%). W gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek odnotowano najwyższy odsetek osób uczestniczących w imprezach tanecznych – 29,1%.

W festiwalach (m.in. muzycznych, filmowych, teatralnych, folklorystycznych) uczestniczyło w 2024 r. 18,5% osób (o 8,3 p. proc. więcej niż w 2019 r.). Udział w festiwalach częściej deklarowali mężczyźni (20,3%) niż kobiety (16,8%). Wyższy odsetek uczestników odnotowano wśród mieszkańców miast (19,8%) niż wśród mieszkańców wsi (16,3%). Najwyższy udział zanotowano w makroregionie wschodnim (21,5%), najniższy w makroregionie południowo-zachodnim (14,1%). Osoby z wykształceniem wyższym stanowiły największą grupę uczestników (25,2%), a najmniejszy udział miały osoby z wykształceniem zasadniczym (13,5%). Pod względem wieku najwyższy odsetek uczestników festiwali odnotowano w grupie osób w wieku 25–34 lata (32,7%), natomiast najniższy w grupie 65 lat i więcej (8,0%). Festiwale cieszyły się największym zainteresowaniem wśród gospodarstw domowych osób pracujących na własny rachunek (22,4%), a najmniejszym – wśród rolników (10,5%).

Wykres 26. Uczestniczący w wybranych formach rozrywki według grup wieku

Chart 26. Participating in selected forms of entertainment by age group



Rozdział 8

Chapter 8

Zwiedzanie

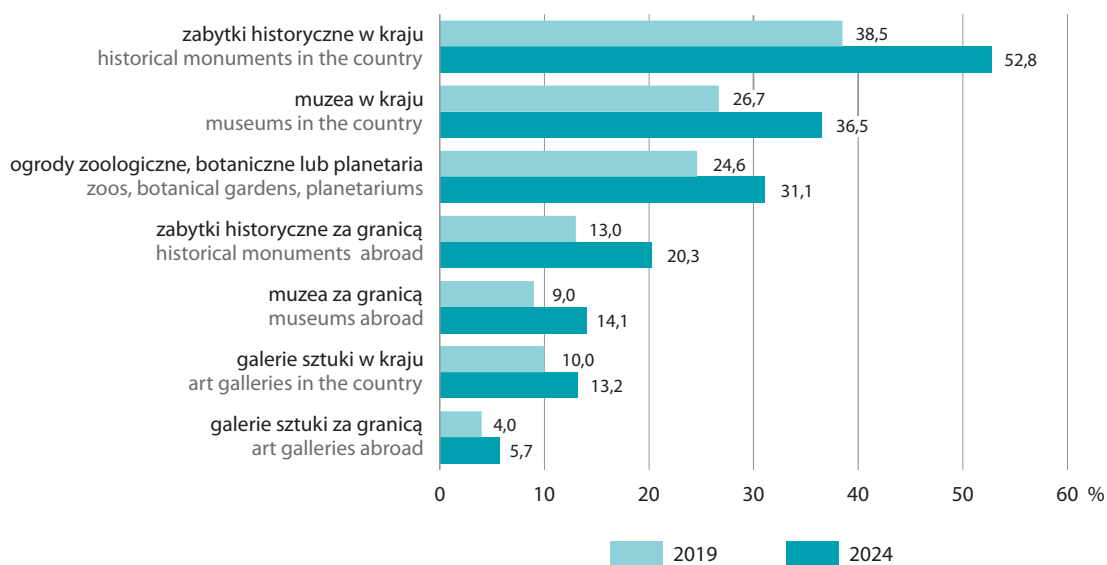
Visiting

Muzea, galerie sztuki, instytucje paramuzealne, a także zabytki historyczne (m.in. zamki, pałace, kościoły, zespoły parkowe) stanowią ważne elementy krajobrazu kulturowego. Są miejscami prezentacji dorobku artystycznego, naukowego czy historycznego oraz umożliwiają bezpośredni kontakt z dziedzictwem kulturowym zarówno materialnym, jak i niematerialnym. Odgrywają ważną rolę w edukacji i wychowaniu, a jednocześnie są miejscem umożliwiającym ciekawe spędzanie czasu i odpoczynek.

W badaniu uczestnictwa ludności w kulturze respondenci pytani byli o zwiedzanie muzeów, galerii sztuki oraz zabytków historycznych zarówno w kraju, jak i za granicą, a także o odwiedzanie ogrodów zoologicznych, botanicznych i planetariów.

W porównaniu z 2019 r. odnotowano wzrost odsetka osób zwiedzających, niezależnie od rodzaju zwiedzanego obiektu. Szczególnie widoczny wzrost nastąpił w przypadku zabytków historycznych i muzeów w kraju – odsetek zwiedzających wzrósł odpowiednio o 14,3 p. proc. oraz 9,8 p. proc. Zabytki historyczne i muzea w kraju były równocześnie najbardziej popularnymi obiektami zwiedzania – w 2024 r. zabytki historyczne odwiedziła co druga osoba, a muzeum – co trzecia. Niewiele mniejszym zainteresowaniem cieszyły się także ogrody zoologiczne, botaniczne i planetaria, które odwiedziła blisko co trzecia osoba (w 2019 r. – co czwarta). Z kolei najmniejszą popularnością cieszyły się galerie sztuki za granicą, które w 2024 r. odwiedziło 5,7% osób.

Wykres 27. Zwiedzanie w kraju i za granicą
Chart 27. Visiting in the country and abroad



8.1. Zabytki i muzea

8.1. Historical monuments and museums

W 2024 r. zabytki historyczne w kraju zwiedziło 52,8% osób (38,5% w 2019 r.), a za granicą – 20,3% (13,0% w 2019 r.). Zdecydowana większość zwiedzała zabytki historyczne nie częściej niż cztery razy w ciągu roku (w kraju 48,2% osób, za granicą 18,7%). W kraju wyższy odsetek zwiedzających zabytki historyczne odnotowano wśród kobiet (54,8%) niż wśród mężczyzn (50,6%), natomiast w przypadku zwiedzania obiektów za granicą proporcje były bardziej zbliżone – 19,9% kobiet wobec 20,7% mężczyzn.

Odsetek zwiedzających zabytki historyczne zarówno w kraju, jak i za granicą, zdecydowanie wyższy był w przypadku mieszkańców miast niż wsi. W 2024 r., niezależnie od klasy wielkości miejscowości, co najmniej połowa mieszkańców miast zadeklarowała zwiedzanie zabytków historycznych w kraju, podczas gdy na wsi odsetek ten wyniósł 40,9%. Należy zaznaczyć, że w przypadku największych miast (500 tys. mieszkańców i więcej) odsetek zwiedzających wyniósł 72,0%, podczas gdy w mniejszych miastach był zdecydowanie niższy. Natomiast zwiedzanie zabytków historycznych za granicą zadeklarował co czwarty mieszkaniec miasta (25,5%), podczas gdy wśród mieszkańców wsi odsetek ten wyniósł 11,8%. W porównaniu z 2019 r., odsetek osób deklarujących zwiedzanie zabytków historycznych w kraju wzrósł o co najmniej 10 p. proc. we wszystkich klasach wielkości miejscowości, natomiast za granicą – około 1,5-krotnie.

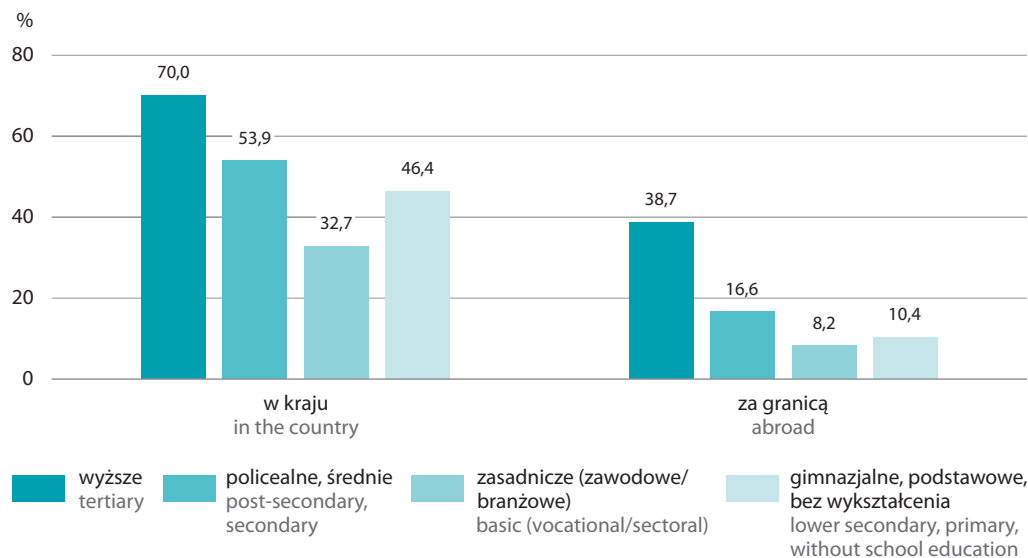
Tablica 15. Zwiedzający zabytki historyczne według płci i miejsca zamieszkania
Table 15. Visitors of historical monuments by sex and place of residence

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024		Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Miasta	Wieś
		Grand total	Men	Women	Urban areas	Rural areas
		w % in %				
W kraju In the country	A	38,5	36,5	40,4	43,6	30,2
	B	52,8	50,6	54,8	60,1	40,9
w tym 1–4 razy w roku of which 1–4 times a year	A	34,8	32,1	37,2	38,7	28,4
	B	48,2	45,7	50,5	54,0	38,8
Za granicą Abroad	A	13,0	12,9	13,2	16,0	8,2
	B	20,3	20,7	19,9	25,5	11,8
w tym 1–4 razy w roku of which 1–4 times a year	A	11,9	11,7	12,2	14,4	7,9
	B	18,7	19,1	18,3	23,2	11,3

Najwyższy odsetek osób zwiedzających zabytki historyczne w kraju odnotowano wśród osób w wieku 25–34 lata (62,1%), przy czym w kolejnych przedziałach wiekowych wskaźnik ten systematycznie zmniejszał się i wśród osób w wieku 65 lat i więcej wyniósł 37,0%. Natomiast w przypadku zwiedzania za granicą najwyższy odsetek odnotowano wśród osób w średnim wieku, tj. 35–49 lat (27,6%).

W 2024 r. zwiedzanie zabytków historycznych w kraju zadeklarowało 70,0% osób posiadających wykształcenie wyższe (o 8,7 p. proc. więcej niż w 2019 r.), natomiast w przypadku zagranicy odsetek ten wyniósł 38,7% (o 10,2 p. proc. więcej niż w 2019 r.). Najniższe wskaźniki odnotowano wśród osób z wykształceniem zasadniczym – 32,7% w kraju (23,1% w 2019 r.) i 8,2% za granicą (5,7% w 2019 r.).

Wykres 28. Zwiedzający zabytki historyczne według poziomu wykształcenia w 2024 r.
Chart 28. Visitors of historical monuments by level of education in 2024



W 2024 r. funkcjonowały 982 muzea i oddziały muzealne, które zaprezentowały w kraju 2,8 tys. wystaw stałych oraz 4,6 tys. wystaw czasowych.

Muzea w kraju zwiedziło 36,5% osób (26,7% w 2019 r.), natomiast za granicą – 14,1% (9,0% w 2019 r.). Odsetek zwiedzających muzea zarówno w kraju, jak i za granicą, był wyższy w przypadku kobiet niż mężczyzn (w kraju – 39,4% wobec 33,5%; za granicą – 14,2% wobec 13,8%) oraz mieszkańców miast niż wsi (w kraju – 42,1% wobec 27,4%; za granicą – 18,7% wobec 6,4%). W porównaniu z 2019 r. odsetek zwiedzających muzea w kraju wśród mieszkańców miast wzrósł o 10,8 p. proc., a wśród mieszkańców wsi – o 8,2 p. proc. W przypadku zwiedzania muzeów za granicą odsetki te wzrosły odpowiednio o 7,7 p. proc. oraz 0,9 p. proc.

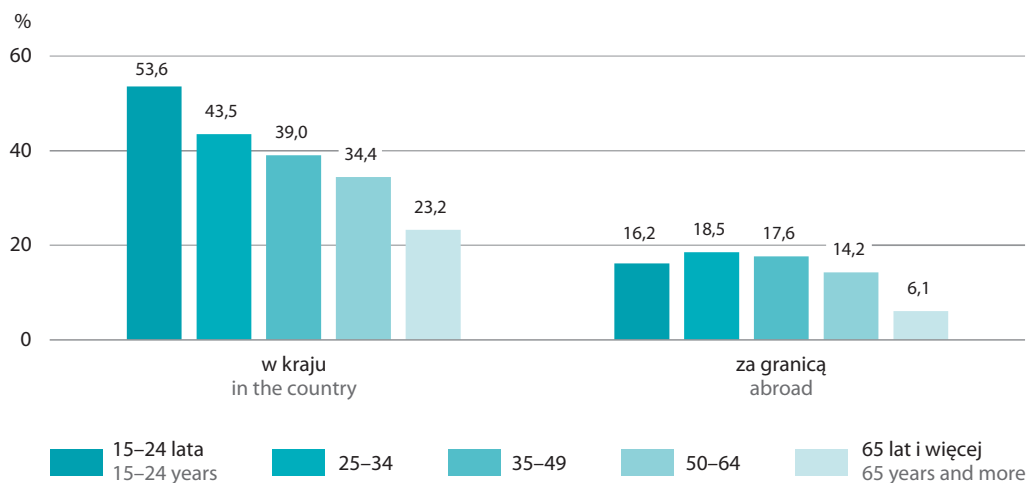
Tablica 16. Zwiedzający muzea według płci i miejsca zamieszkania
Table 16. Visitors of museums by sex and place of residence

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024		Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Miasta	Wieś
		Grand total	Men	Women	Urban areas	Rural areas
		w % in %				
W kraju In the country	A	26,7	25,0	28,2	31,3	19,2
	B	36,5	33,5	39,4	42,1	27,4
w tym 1–4 razy w roku of which 1–4 times a year	A	24,9	23,5	26,3	28,8	18,6
	B	34,8	31,9	37,5	40,0	26,4
Za granicą Abroad	A	9,0	8,6	9,3	11,1	5,5
	B	14,1	13,8	14,2	18,7	6,4
w tym 1–4 razy w roku of which 1–4 times a year	A	8,2	7,8	8,6	10,1	5,2
	B	13,0	13,0	13,0	17,1	6,2

W 2024 r. najwyższy odsetek osób deklarujących zwiedzanie muzeów w kraju odnotowano w najmłodszej badanej grupie wiekowej, tj. wśród osób w wieku 15–24 lata (53,6%). W kolejnych grupach wiekowych wskaźnik ten systematycznie zmniejszał się, osiągając poziom 23,2% wśród osób w wieku 65 lat i więcej – był więc ponad dwukrotnie niższy niż w przypadku osób w wieku 15–24 lat.

Wykres 29. Zwiedzający muzea według grup wieku w 2024 r.

Chart 29. Visitors of museums by age group in 2024



Odsetek osób z wykształceniem wyższym zwiedzających muzea w kraju był ponad trzy razy wyższy niż w przypadku osób z wykształceniem zasadniczym i wyniósł 55,4% (46,0% w 2019 r.). Stosunkowo wysoki odsetek (37,9%) odnotowano również wśród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia. Najwyższy odsetek zwiedzających muzea w kraju odnotowano w przypadku gospodarstw domowych pracowników na stanowiskach nierobotniczych (50,0%), a najniższy – gospodarstw domowych emerytów i rencistów (27,4%).

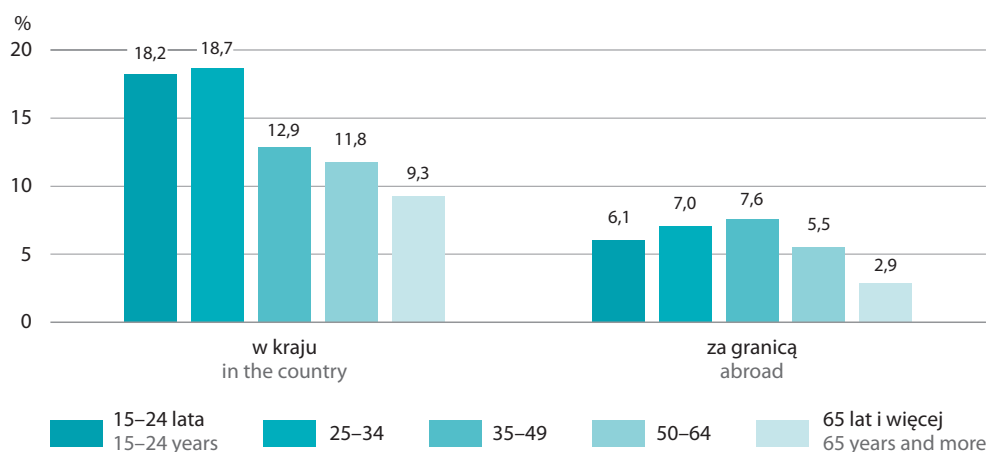
8.2. Galerie sztuki

8.2. Art galleries

W 2024 r. galerie sztuki w kraju odwiedziło 13,2% osób, a za granicą – 5,7%. Pomimo że w porównaniu z 2019 r. odsetki te wzrosły odpowiednio o 3,2 p. proc. oraz 1,8 p. proc., to galerie sztuki cieszyły się mniejszym zainteresowaniem zwiedzających niż zabytki historyczne czy muzea.

Kobiety częściej niż mężczyźni deklarowały zwiedzanie galerii sztuki zarówno w kraju (14,5% wobec 11,7%), jak i za granicą (6,2% wobec 5,3%). Najwyższy odsetek zwiedzających w kraju odnotowano w przypadku osób w wieku 25–34 lata (18,7%). Z kolei odsetek zwiedzających galerie sztuki za granicą najwyższy był w przypadku osób w wieku 35–49 lat (7,6%).

Wykres 30. Zwiedzający galerie sztuki według grup wieku w 2024 r.
 Chart 30. Visitors of art galleries by age group in 2024



Galerie sztuki są zlokalizowane głównie w dużych miastach, co znajduje odzwierciedlenie w odsetku zwiedzających w zależności od miejsca zamieszkania. Odsetek zwiedzających galerie sztuki w kraju był ponad 3,5-krotnie wyższy wśród mieszkańców miast niż wsi, a w przypadku największych miast różnica była jeszcze większa (28,1% w miastach o liczbie mieszkańców 500 tys. i więcej wobec 5,2% na wsi).

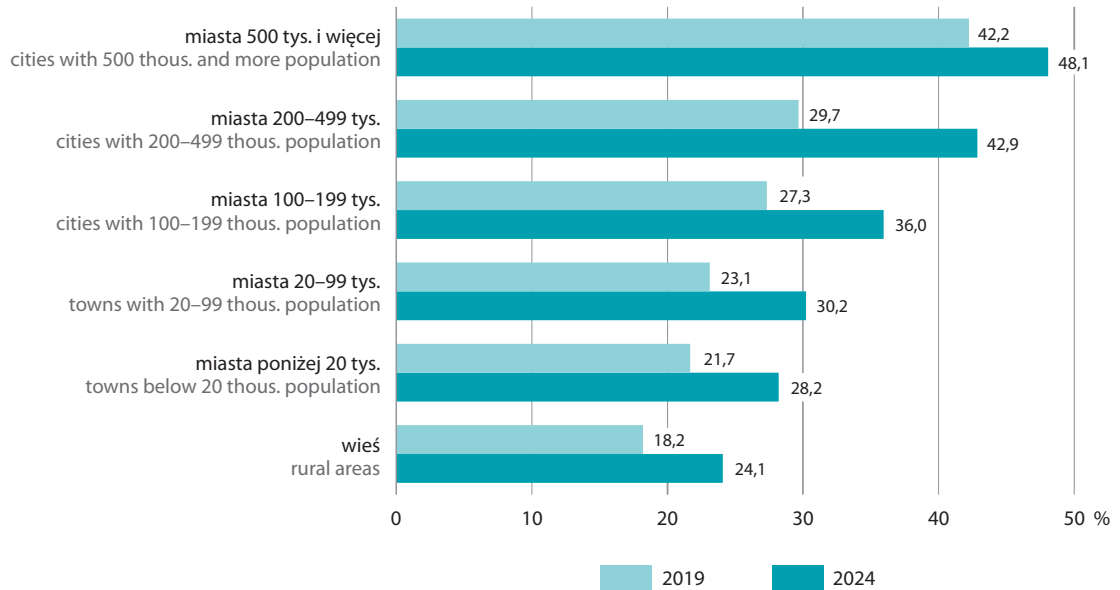
W 2024 r. galerie sztuki w kraju odwiedziła co czwarta osoba z wyższym wykształceniem (25,1%). Dla osób z wykształceniem policealnym i średnim odsetek ten wyniósł 10,4%, natomiast wśród osób z wykształceniem zasadniczym – 3,1%. W przypadku galerii sztuki za granicą odsetek zwiedzających z wyższym wykształceniem wyniósł 13,1%, podczas gdy wśród osób z niższym poziomem wykształcenia nie przekroczył 5%.

8.3. Ogrody zoologiczne, botaniczne i planetaria

8.3. Zoos, botanical gardens or planetariums

W 2024 r. z oferty ogrodów zoologicznych, botanicznych i planetariów skorzystało 31,1% osób – o 6,5 p. proc. więcej niż w 2019 r. Odsetek zwiedzających był wyższy w przypadku kobiet niż mężczyzn (33,5% wobec 28,4%) i różnica ta była większa niż pięć lat wcześniej (25,9% wobec 23,2% w 2019 r.). Odsetek zwiedzających był również wyższy w miastach niż na wsi (35,3% wobec 24,1%), przy czym im mniejsze miasto, tym odsetek ten był niższy.

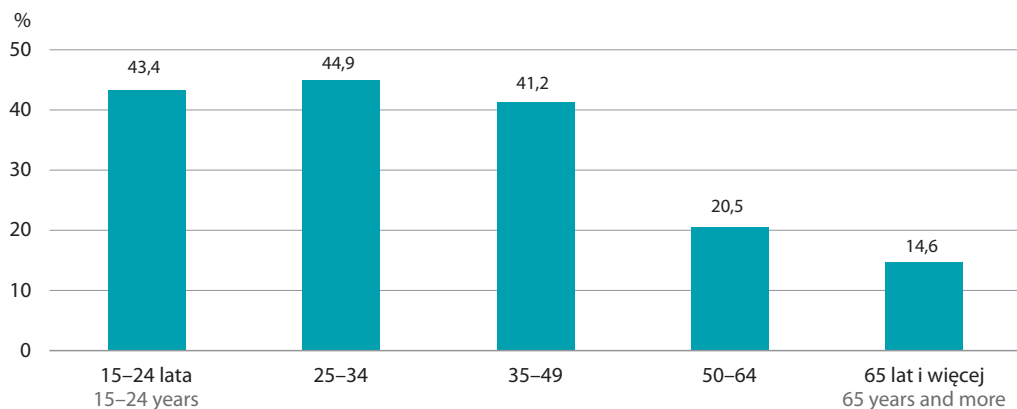
Wykres 31. Zwiedzający ogrody zoologiczne, botaniczne i planetaria według klasy miejscowości zamieszkania
 Chart 31. Visitors of zoos, botanical gardens or planetariums by class of locality



Najwyższy odsetek zwiedzających ogrody zoologiczne, botaniczne i planetaria odnotowano wśród osób z wykształceniem wyższym (45,1%). W przypadku osób z wykształceniem policealnym i średnim odsetek ten wyniósł 27,7%, natomiast zasadniczym – 18,1%.

Zwiedzanie tego typu placówek było najpopularniejsze wśród osób w wieku 25–34 lata (44,9%), przy czym podobny poziom uczestnictwa odnotowano również w pozostałych grupach wiekowych do 49. roku życia. Wśród osób w wieku 50 lat i więcej odsetek ten był już ponad dwukrotnie niższy.

Wykres 32. Zwiedzający ogrody zoologiczne, botaniczne i planetaria według grup wieku w 2024 r.
 Chart 32. Visitors of zoos, botanical gardens or planetariums by age group in 2024



Rozdział 9

Chapter 9

Korzystanie z oferty kulturalnej lokalnych placówek

Taking advantage of the cultural offer provided by local entities

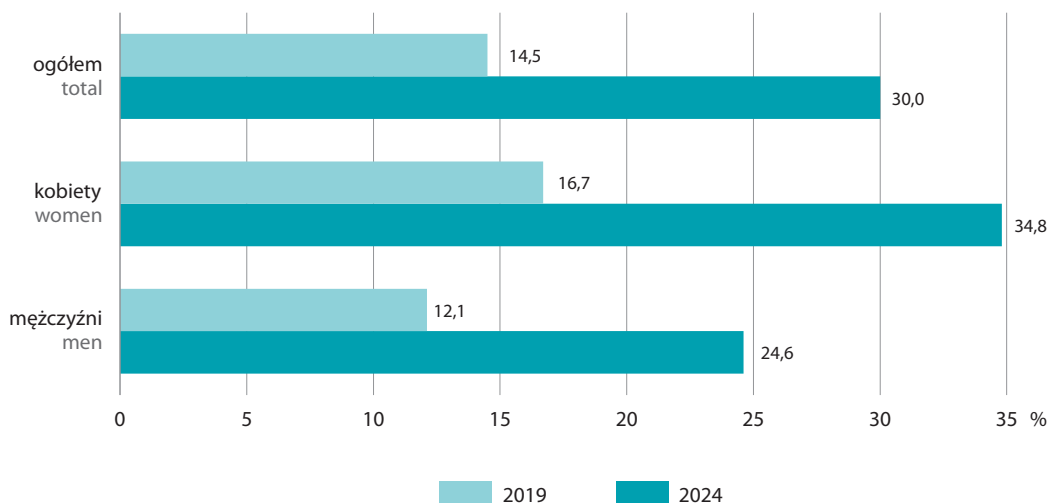
9.1. Korzystanie z oferty kulturalnej lokalnych placówek i formy aktywności kulturalnej

9.1. Taking advantage of the cultural offer provided by local entities and forms of cultural activity

Lokalne placówki kultury, takie jak domy i ośrodki kultury, biblioteki oraz ośrodki sportu i rekreacji, odgrywają istotną rolę w aktywizowaniu mieszkańców poprzez organizację różnorodnych wydarzeń, warsztatów i zajęć. Szczególne znaczenie ma oferta kulturalna, która sprzyja rozwijaniu pasji, integracji społecznej oraz podnoszeniu jakości życia w lokalnych społecznościach.

W 2024 r. z oferty kulturalnej lokalnej placówki skorzystało 30,0% osób i w porównaniu z 2019 r.⁴ odsetek ten był dwukrotnie wyższy (14,5%). Korzystanie z oferty kulturalnej tych placówek deklarowało 34,8% kobiet i 24,6% mężczyzn.

Wykres 33. Korzystający z oferty kulturalnej lokalnych placówek według płci
Chart 33. Users of cultural offer provided by local entities by sex

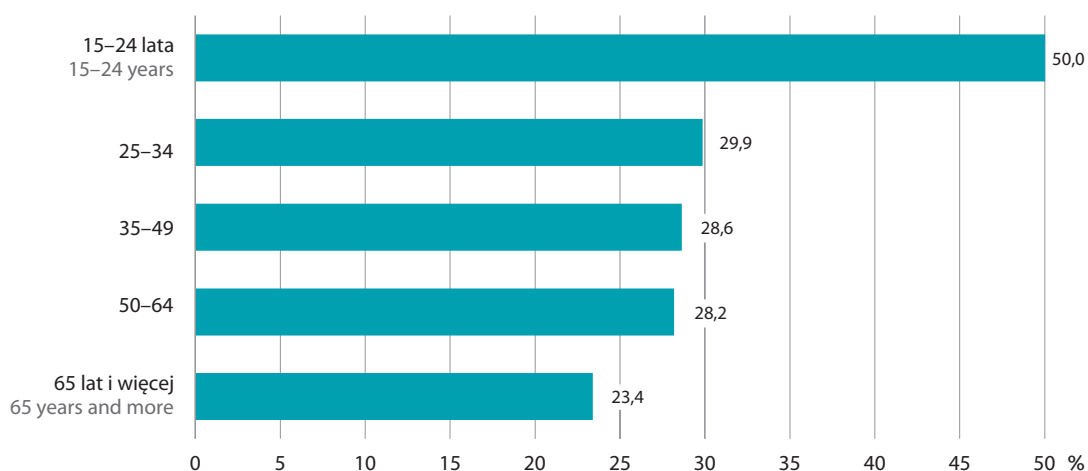


Odsetek korzystających z oferty kulturalnej lokalnych placówek był wyższy wśród mieszkańców miast niż wsi (33,2% wobec 24,7%), przy czym najwyższy odsetek odnotowano w przypadku małych miast (44,7%).

³ W 2019 r. pytanie dotyczyło uczęszczania do lokalnych placówek, a w 2024 r. – korzystania z oferty kulturalnej lokalnej placówki.

W 2024 r. z oferty takiej skorzystała co druga osoba w wieku 15–24 lata (50,0%). W starszych grupach wiekowych odsetek korzystających był wyraźnie niższy, a wśród osób w wieku 65 lat i więcej odnotowano najniższy poziom (23,4%). Najwyższy udział korzystających był wśród osób z wykształceniem gimnazjalnym, podstawowym i bez wykształcenia (40,4%), natomiast najniższy odsetek odnotowano w przypadku osób z wykształceniem zasadniczym (24,4%). Najwyższy odsetek korzystających z oferty kulturalnej lokalnych placówek odnotowano wśród osób z gospodarstw domowych pracowników na stanowiskach nierobotniczych (33,0%), a najniższy – gospodarstw domowych rolników (23,0%)

Wykres 34. Korzystający z oferty kulturalnej lokalnych placówek według grup wieku w 2024 r.
Chart 34. Users of cultural offer provided by local entities by age group in 2024

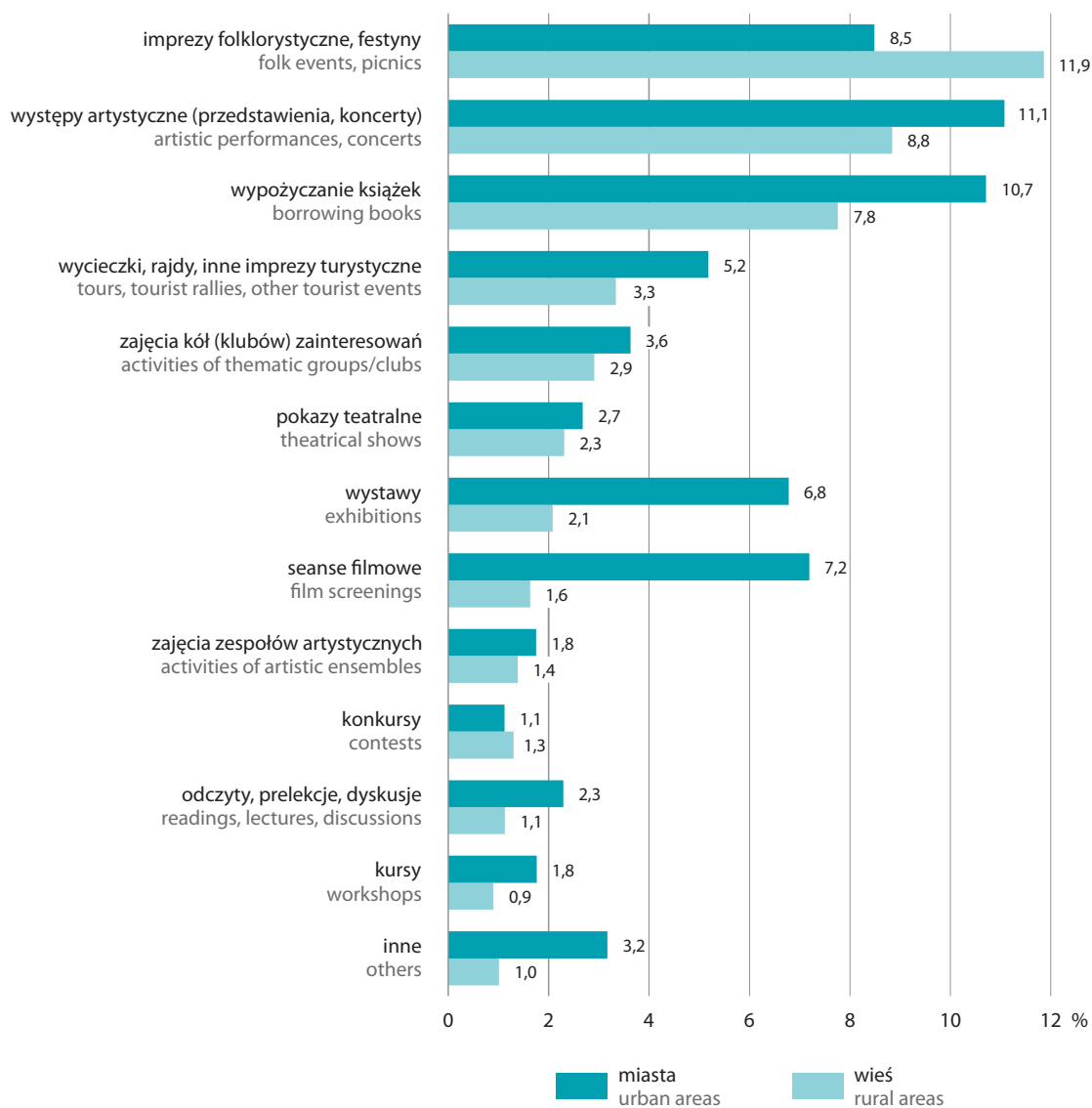


Na pytanie *W jakich formach aktywności kulturalnej brał(-a) Pan/Pani udział?*⁵ najczęściej osób wskazywało występy artystyczne, takie jak przedstawienia czy koncerty (10,2% osób). Podobny odsetek odnotowano także w przypadku imprez folklorystycznych i festynów (9,8%) oraz wypożyczania książek (9,6%). Ogólnie więcej kobiet niż mężczyzn deklaroowało uczestnictwo we wszystkich analizowanych formach aktywności kulturalnej. Wśród kobiet największą popularnością cieszyło się wypożyczanie książek (13,1%), natomiast wśród mężczyzn występy artystyczne (7,9%). Na udział w występach artystycznych wskazywali głównie mieszkańcy miast (11,1%), natomiast mieszkańcy wsi – na udział w imprezach folklorystycznych i festynach (11,9%).

Najwięcej osób z najmłodszej grupy wiekowej (15–24 lata) wskazywało wypożyczanie książek (28%). W kolejnych grupach wiekowych (25–34 lata oraz 35–49 lat) najwięcej osób deklaroowało udział w imprezach folklorystycznych i festynach, a wśród osób w wieku 50 lat i więcej – w występach artystycznych.

⁵ Pytanie z możliwością wielokrotnego wyboru.

Wykres 35. Udział w formach aktywności kulturalnej według miejsca zamieszkania w 2024 r.
 Chart 35. Participation in cultural activities by place of residence in 2024



Głównym powodem rezygnacji z oferty kulturalnej lokalnej placówki był brak czasu – odpowiedź tą wskazało 32,3% osób. Dużo osób wskazywało również brak zainteresowania (22,9%) oraz brak oferty dopasowanej do indywidualnych zainteresowań (10,7%). Natomiast tylko 1,6% osób podało trudności finansowe jako przyczynę rezygnacji.

9.2. Ocena sieci placówek i ich oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania

9.2. Assessment of the network of cultural entities and their offer in the place of residence

W ramach oceny sieci lokalnych placówek i ich oferty kulturalnej, osoby ankietowane były pytane o stopień zadowolenia z:

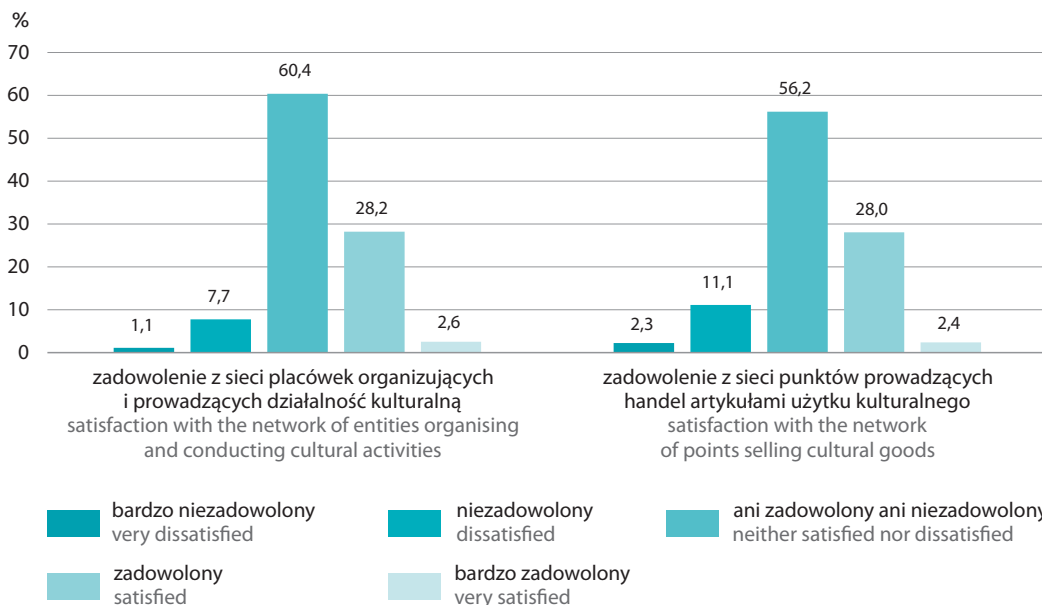
- sieci placówek organizujących i prowadzących działalność kulturalną w miejscu zamieszkania,
- sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego (kiosk z prasą, księgarnia, sklep muzyczny itp.) w miejscu zamieszkania,
- oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania,
- oferty kulturalnej dostępnej przez Internet oferowanej przez placówki kulturalne.

Ponad połowa osób wykazała neutralny stosunek (*ani zadowolony ani niezadowolony*) wobec sieci placówek organizujących i prowadzących działalność kulturalną w miejscu zamieszkania (60,4%), jak i sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego (56,2%). Pozytywną ocenę (*zadowolony i bardzo zadowolony*) wyrażało więcej kobiet niż mężczyzn (w przypadku sieci placówek – 34,5% wobec 26,7%, punktów handlowych – 33,2% wobec 27,5%). Zdecydowanie wyższy odsetek zadowolonych osób odnotowano wśród mieszkańców miast niż wsi, zwłaszcza w przypadku oceny sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego (39,7% wobec 15,3%). W przypadku sieci placówek organizujących i prowadzących działalność kulturalną w miejscu zamieszkania, wraz ze wzrostem wieku zmniejszała się odsetek osób deklarujących zadowolenie, natomiast rósł odsetek osób wyrażających neutralną ocenę.

W porównaniu z 2019 r. odsetek osób niezadowolonych z sieci placówek organizujących i prowadzących działalność kulturalną w miejscu zamieszkania zmniejszył się o 5,7 p. proc. na rzecz postaw neutralnych – odsetek osób ani zadowolonych ani niezadowolonych wzrósł o 5,4 p. proc. Odsetek osób zadowolonych utrzymał się na podobnym poziomie. Natomiast w przypadku sieci punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego, w 2024 r. odnotowano spadek ocen pozytywnych na rzecz neutralnych – odsetek osób zadowolonych zmniejszył się o 7,6 p. proc., a ani zadowolonych ani niezadowolonych wzrósł o 8,9 p. proc.

Wykres 36. Ocena sieci placówek organizujących i prowadzących działalność kulturalną oraz punktów prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego w miejscu zamieszkania w 2024 r.

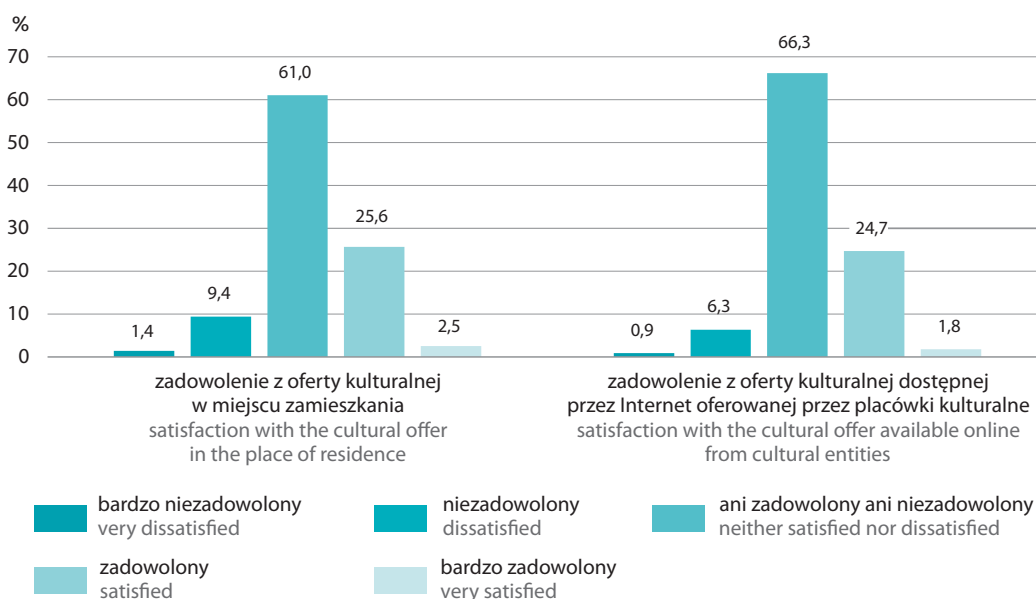
Chart 36. Assessment of the network of entities organising and conducting cultural activities and points selling cultural goods in the place of residence in 2024



Oceny dotyczące oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania były bardzo podobne jak w przypadku sieci placówek organizujących i prowadzących działalność kulturalną. Ofertę kulturalną w miejscu zamieszkania neutralnie oceniło 61,0% osób, pozytywnie 28,2%, a negatywnie 10,8%. W tym przypadku pozytywną ocenę również wyrażało więcej kobiet niż mężczyzn (30,9% wobec 25,1%) oraz więcej mieszkańców miast niż wsi (36,2% wobec 15,1%). W porównaniu z 2019 r. zmniejszył się odsetek osób zarówno zadowolonych, jak i niezadowolonych (odpowiednio o 4,4 p. proc. i 6,9 p. proc.), a wzrósł odsetek osób wyrażających neutralną ocenę (o 11,4 p. proc.).

Obszarem, który nie został poddany ocenie w poprzedniej edycji badania, a o który zapytano w 2024 r. było zadowolenie z oferty kulturalnej udostępnianej przez Internet przez placówki kulturalne. W porównaniu z oceną tradycyjnej oferty kulturalnej odsetek osób neutralnie oceniających był wyższy o 5,2 p. proc., natomiast osób zadowolonych i niezadowolonych był niższy odpowiednio o 1,7 p. proc. oraz 3,6 p. proc. Co ciekawe, wśród osób z najmłodszej grupy wiekowej (15–24 lata) odsetek osób zadowolonych z oferty kulturalnej dostępnej przez Internet był wyższy o 10,2 p. proc. w porównaniu z tradycyjną ofertą kulturalną lokalnych placówek, natomiast wśród osób z najstarszej grupy wiekowej (65 lat i więcej) było dokładnie odwrotnie – odsetek był niższy o 10,1 p. proc.

Wykres 37. Ocena oferty kulturalnej w 2024 r.
 Chart 37. Assessment of cultural offer in 2024



Osoby niezadowolone z sieci placówek organizujących i prowadzących działalność kulturalną oraz z oferty kulturalnej w miejscu zamieszkania, zapytano o przyczyny tego niezadowolenia. W przypadku sieci placówek wskazywano przede wszystkim na brak w najbliższej okolicy placówek, z których osoba chciałaby w rzeczywistości skorzystać (7,2%) oraz problemy z dojazdem, związane ze zbyt dużą odległością placówek kulturalnych od miejsca zamieszkania (2,4%). Natomiast w przypadku oferty kulturalnej, jako przyczynę niezadowolenia najwięcej osób wskazywało brak oferty dopasowanej do zainteresowań (8,8%).

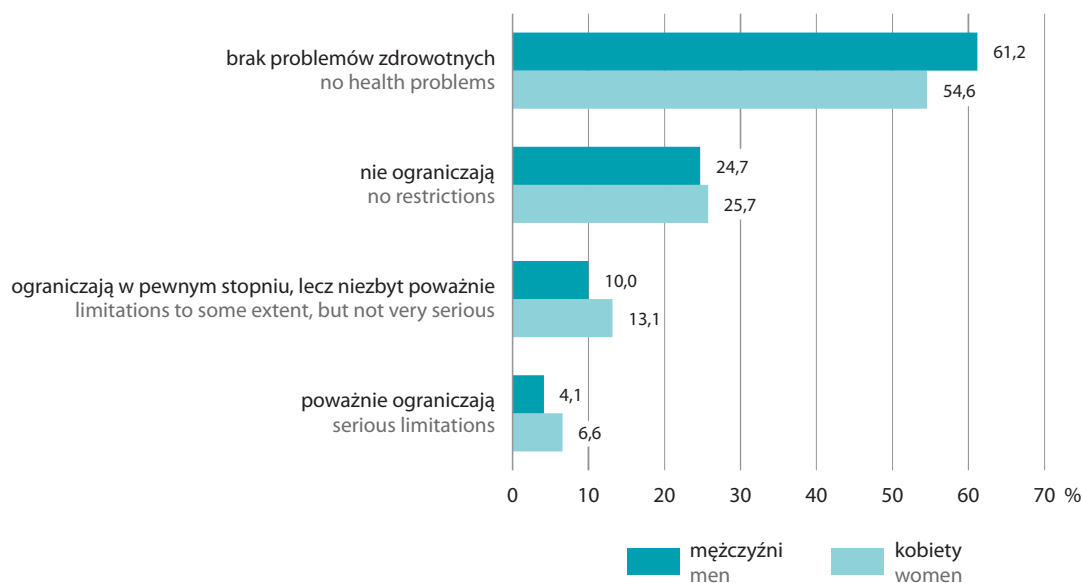
9.3. Ocena wpływu problemów zdrowotnych na aktywność kulturalną

9.3. Assessment of the impact of health problems on taking part in cultural activity

Stan zdrowia jest istotnym czynnikiem wpływającym na udział w życiu kulturalnym. W celu zbadania jego wpływu, respondentom zadano pytanie, czy w badanym roku doświadczyli problemów zdrowotnych ograniczających ich aktywność kulturalną, a jeśli tak – w jakim stopniu.

Ponad połowa osób wskazała na brak problemów zdrowotnych, które w jakikolwiek sposób wpływały na ich aktywność kulturalną (57,7%). Co czwarta osoba przyznała, że problemy zdrowotne nie są czynnikiem ograniczającym aktywność kulturalną (25,2%), a 11,6% osób wskazało, że problemy zdrowotne ograniczają ich aktywność kulturalną w pewnym stopniu, ale niezbyt poważnie. Natomiast problemy zdrowotne poważnie ograniczały aktywność kulturalną 5,4% osób. Więcej mężczyzn niż kobiet deklarowało brak problemów zdrowotnych, z kolei więcej kobiet niż mężczyzn zgłaszało ograniczenia aktywności kulturalnej z ich powodu.

Wykres 38. Wpływ problemów zdrowotnych na aktywność kulturalną według płci w 2024 r.
 Chart 38. Impact of health problems on cultural activity by sex in 2024



Czynnikiem, który istotnie różnicował odpowiedzi dotyczące wpływu problemów zdrowotnych na aktywność kulturalną był wiek pytaných osób. Wraz z wiekiem rósł odsetek osób wskazujących na ograniczenia aktywności kulturalnej ze względu na zdrowie, zmniejszał się natomiast odsetek osób wskazujących brak problemów zdrowotnych. Wśród młodych osób odsetek przyznających się do problemów zdrowotnych mających wpływ na ich aktywność kulturalną był marginalny, podczas gdy blisko połowa osób w wieku 65 lat i więcej stwierdziła, że ograniczenia aktywności kulturalnej ze względu na zdrowie występowały (48,7%).

Rozdział 10

Chapter 10

Działalność amatorska i hobbystyczna

Amateur and hobby activities

Działalność amatorska i hobbystyczna pozwala ludziom rozwijać pasje i umiejętności oraz wspiera kreatywność, innowacyjność i samorealizację. Stanowi istotny wymiar uczestnictwa w kulturze, ponieważ pozwala każdemu – niezależnie od wieku, płci czy wykształcenia – współtworzyć i kształtować treści kulturowe. Dzięki niej kultura staje się dostępna i różnorodna, a społeczeństwo bardziej otwarte, zaangażowane i twórcze.

W 2024 r. odnotowano zainteresowanie różnymi formami aktywności, które podejmowane były zarówno indywidualnie, jak i w grupie, m.in. w domu, szkole, w instytucji kultury lub innych placówkach.

Tablica 17. Realizujący wybrane formy działalności hobbystycznej według płci i miejsca zamieszkania
Table 17. People engaged in selected forms of hobby by sex and place of residence

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024		Ogółem	Mężczyźni	Kobiety	Miasta	Wieś
		Grand total	Men	Women	Urban areas	Rural areas
		w %		in %		
Fotografia amatorska Amateur photography	A	4,4	4,3	4,5	5,7	2,4
	B	4,1	4,1	4,1	5,1	2,4 ^v
Grafika komputerowa Computer graphics	A	3,0	5,1	1,1	3,6	2,1
	B	2,2	3,9	0,6 ^v	2,2 ^v	2,1 ^v
Plastyka (malarstwo, rzeźba, tkactwo itp.) Art (painting, sculpture, weaving etc.)	A	4,1	0,9	7,1	4,4	3,7
	B	5,2	1,5 ^v	8,6	5,9	4,0
Muzyka (gra na instrumencie, śpiew – solowy, chórny) Music (playing an instrument, singing – solo, choral)	A	3,0	3,4	2,7	3,9	1,5
	B	4,7	4,8	4,6	5,5	3,3
Taniec Dancing	A	3,7	2,0	5,3	4,4	2,6
	B	4,0	1,2 ^v	6,7	4,6	3,1
Majsterkowanie (budowa modeli, mechanika itp.) Tinkering (model building, mechanics, etc.)	A	9,6	18,6	1,3	8,6	11,2
	B	5,7	10,9	0,9 ^v	6,2	4,7

W każdej z analizowanych form aktywności hobbystycznej odnotowano wyższy poziom zaangażowania wśród mieszkańców miast niż wsi. Wśród kobiet aktywnych w zajęciach hobbystycznych najczęściej uczęszczało na zajęcia plastyczne (8,6%), a wśród mężczyzn dominowało majsterkowanie (10,9%).

Najpopularniejszą formą działalności hobbystycznej było majsterkowanie. Odsetek mężczyzn zajmujących się majsterkowaniem stanowił 10,9% wobec 0,9% kobiet. Najwyższy odsetek majsterkowiczów wśród mężczyzn odnotowano w gospodarstwach domowych pracujących na stanowiskach nierobotniczych (14,2%). Więcej mężczyzn zajmowało się majsterkowaniem w miastach (11,8%) niż na wsi (9,4%). Najwyższy odsetek osób uprawiających majsterkowanie odnotowano w makroregionie północnym – 7,0%, a najniższy – w makroregionie województwo mazowieckie (4,4%).

Fotografią amatorsko zajmowało się 4,1% zarówno mężczyzn jak i kobiet. Odsetek mężczyzn zajmujących się fotografią w miastach był wyższy niż na wsi (odpowiednio 5,1% i 2,4%). Wśród osób interesujących się fotografią, najwyższy odsetek stanowiły osoby z wykształceniem wyższym (6,9%), a pod względem wykształcenia i płci dominowali mężczyźni z wyższym wykształceniem (7,5%).

Grafiką komputerową zajmowało się 2,2% osób (3,9% mężczyzn i 0,6% kobiet), w miastach 2,2%, a na wsi – 2,1%. Najwyższy odsetek osób podejmujących tego typu działalności odnotowano w grupie wiekowej 15–24 lata (6,8%) oraz wśród osób z wyższym wykształceniem (2,9%).

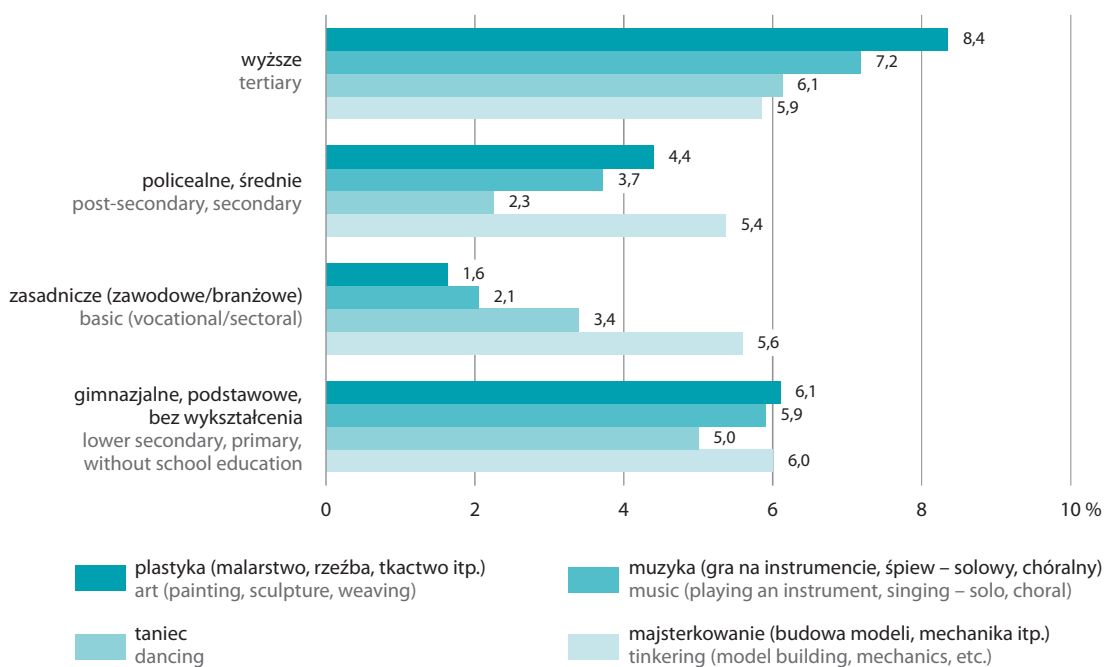
Muzyką (grą na instrumencie, śpiewem) – indywidualnie lub grupowo – zajmowało się 4,7% osób (4,8% mężczyzn i 4,6% kobiet), 5,5% mieszkańców miast i 3,3% osób mieszkających na wsi. Najwyższy odsetek osób zajmujących się hobbystycznie muzyką odnotowano u osób w wieku 25–34 lata (7,8%) oraz wśród osób z wykształceniem wyższym (7,2%).

Tańcem w wolnym czasie zajmowało się 4,0% osób (1,2% mężczyzn i 6,7% kobiet). Odsetek osób zajmujących się tańcem był wyższy w miastach (4,6%) niż na wsi (3,1%).

Sztukami plastycznymi (takimi jak malarstwo, rzeźba, tkactwo itp.) zajmowało się 5,2% osób (1,5% mężczyzn wobec 8,6% kobiet). W miastach odsetek interesujących się sztuką plastyczną ukształtował się na poziomie 5,9% osób, a na wsi 4,0%. Przeważały gospodarstwa domowe pracowników na stanowiskach nierobotniczych – 6,6% osób. Najwyższy odsetek osób pasjonujących się plastyką odnotowano wśród osób z wyższym wykształceniem – 8,4%, a najniższy – 1,6% w grupie osób z wykształceniem zasadniczym.

Na pisanie m.in. pamiętnika, bloga, wierszy itp. poświęciło czas 1,7% osób (1,4% mężczyzn i 1,9% kobiet). Odsetek osób zajmujących się pisaniem był najwyższy w miastach (2,3%), a pod względem wykształcenia wśród osób z wykształceniem wyższym (3,3%).

Wykres 39. Realizujący wybrane formy działalności hobbystycznej według poziomu wykształcenia w 2024 r.
Chart 39. People engaged in selected forms of hobby by level of education in 2024



Kolekcjonerstwem (numizmatyką, filatelistyką itp.) pasjonowało się 1,5% osób, więcej w miastach (1,9%), głównie byli to mężczyźni (2,5%). Pod względem typu gospodarstwa domowego, najwyższy odsetek osób zajmujących się kolekcjonerstwem zanotowano w gospodarstwach domowych pracowników na stanowiskach nierobotniczych (2,9%).

Odsetek osób posiadających profile w mediach społecznościowych o charakterze artystycznym, kulturalnym lub rekreacyjnym stanowił 1,1%, z przewagą kobiet (1,3%) mieszkających w miastach (1,8%).

Odsetek osób niezainteresowanych różnymi formami aktywności indywidualnej lub grupowej (hobby) wyniósł 69,8% (68,8% mężczyzn i 70,7% kobiet). W miastach brak zainteresowania różnorodnymi formami aktywności deklarowało – 65,9%, a na wsi 76,1%. Najwyższy odsetek niezainteresowanych różnymi formami aktywności indywidualnej lub grupowej (hobby) odnotowano wśród osób w wieku 65 lat i więcej (77,4%), natomiast najniższy w grupie wiekowej 15–24 lata (56,6%).

W 2024 r. odsetek osób aktywnie uczestniczących w stowarzyszeniach działających na rzecz kultury (towarzystwo miłośników miasta, koło gospodyń wiejskich itp.) wyniósł 4,1% (2,5% mężczyzn i 5,5% kobiet). Większy odsetek odnotowano na wsi (4,6%) niż w miastach (3,7%). Najwyższy odsetek uczestniczących aktywnie w stowarzyszeniach działających na rzecz kultury odnotowano wśród osób z wykształceniem policealnym, średnim ogólnokształcącym, zawodowym lub branżowym – 5,2%, szczególnie wśród kobiet (7,3%). Najwyższy odsetek stanowiły kobiety w wieku 50–64 lata (8,3%).

W aktywnym uczestnictwie w działalności kulturalnej (twórczej) poprzez dzielenie się efektami własnej twórczości z innymi na żywo lub w Internecie (m.in. muzyką, artykułami, książkami, poezją, obrazami, grafiką itp.) brało udział 5,5% osób. Najwyższy odsetek odnotowano w przypadku dzielenia się muzyką – 1,8% (2,2% mężczyzn i 1,4% kobiet).

Rozdział 11

Chapter 11

Wydatki gospodarstw domowych na kulturę

Household expenditure on culture

11.1. Udział wydatków na kulturę w budżetach gospodarstw domowych

11.1. 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 2024 r. wyniosły 481,68 zł. W porównaniu z 2023 r. ich nominalna wartość wzrosła o 86,16 zł, tj. 21,8%. Udział wydatków na kulturę w wydatkach ogółem gospodarstw domowych nie zmienił się znacząco w porównaniu z rokiem poprzednim (2,1% w 2024 r. i 2,0% w 2023 r.).

Tablica 18. Przeciętne wydatki na kulturę na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych i ich udział w przeciętnych wydatkach ogółem gospodarstw domowych według grup społeczno-ekonomicznych

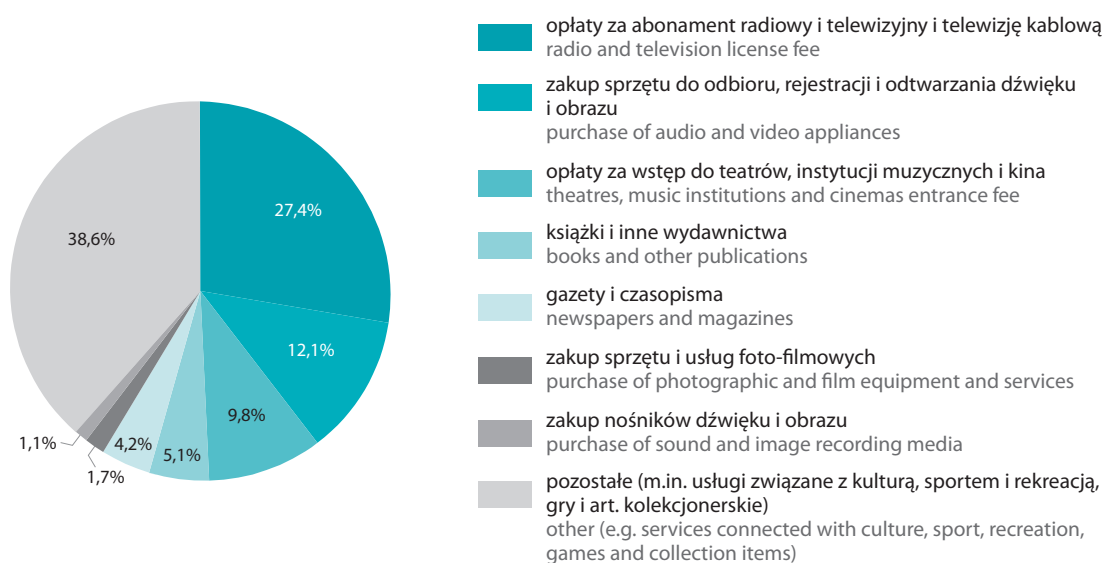
Table 18. Average per capita yearly expenditure on culture in households and the share in average total expenditure of households by socio-economic group

Wyszczególnienie Specification A – 2023 B – 2024	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					
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions				
w zł in PLN								
Przeciętne wydatki na kulturę na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych Average per capita yearly expenditure on culture in households	A	395,52	391,80	242,88	516,84	294,36	566,64	359,88
	B	481,68	489,24	285,12	660,12	191,88	807,00	385,32
w % in %								
Udział wydatków na kulturę w wydatkach ogółem gospodarstw domowych Share of expenditure on culture in average total expenditure of households	A	2,0	2,0	1,5	2,4	2,0	2,5	1,7
	B	2,1	2,2	1,6	2,6	1,2	3,1	1,6

Przeciętnie najczęściej (zarówno nominalnie, jak i w stosunku do całości wydatków) na kulturę wydawali członkowie gospodarstw domowych utrzymujących się z pracy na własny rachunek, najmniej natomiast rolnicy. W porównaniu z 2023 r. największy wzrost kwoty przeciętnych wydatków na kulturę zaobserwowano w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek (o 42,4%), a w następnej kolejności w gospodarstwach domowych pracowników na stanowiskach nierobotniczych (o 27,7%). Ponadto w gospodarstwach domowych (rolników, emerytów i rencistów) udział wydatków na kulturę zmniejszył się w porównaniu z 2023 r. Dodatkowo w gospodarstwach domowych rolników obniżyła się nominalna wartość przeciętnych wydatków na kulturę o 65,2%.

Wykres 40. Udział wydatków na wybrane artykuły i usługi kulturalne w przeciętnych wydatkach na kulturę na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych w 2024 r.

Chart 40. Share of expenditure on selected cultural goods and services in average per capita expenditure on culture per year in households in 2024



11.2. Wydatki gospodarstw domowych na zakup książek

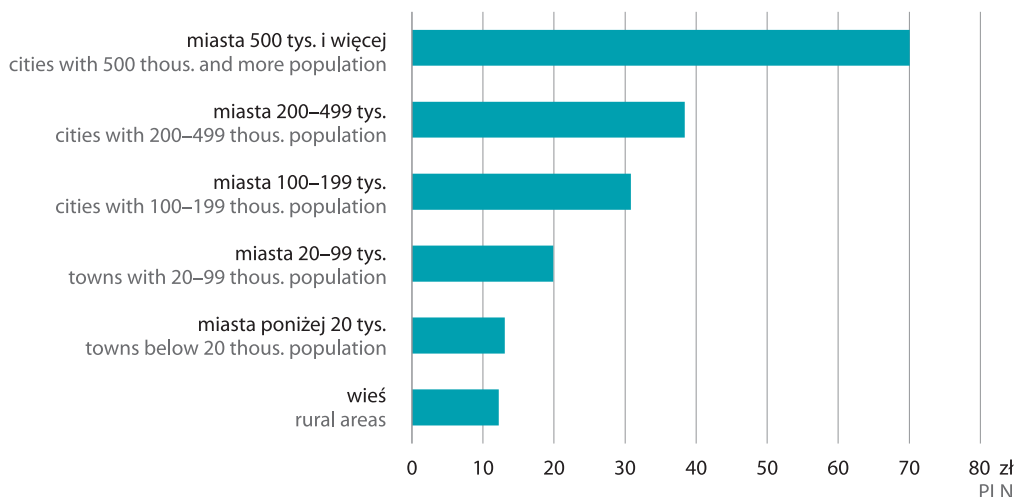
11.2. Household expenditure on books

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup książek i innych wydawnictw (niebędących podręcznikami do nauki) w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2024 r. wyniosły 24,36 zł, co stanowiło 5,1% wszystkich wydatków na kulturę. Wydatki te były najniższe w gospodarstwach domowych rolników (odpowiednio 5,76 zł i 3,0%), a najwyższe w gospodarstwach domowych pracowników na stanowiskach nierobotniczych (odpowiednio 40,68 zł i 6,2%).

W przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego, przeciętne roczne wydatki na zakup książek wahały się między 12,24 zł w gospodarstwach domowych funkcjonujących na wsi, a 70,08 zł w gospodarstwach domowych w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców.

Wykres 41. Przeciętne wydatki na zakup książek i innych wydawnictw na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych według klasy wielkości miejscowości w 2024 r.

Chart 41. Average yearly expenditure on books and other publications per capita in households by class of locality in 2024



11.3. Wydatki gospodarstw domowych na zakup i prenumeratę prasy

11.3. Household expenditure on purchase and subscription of newspapers

W 2024 r. przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego na zakup gazet i czasopism w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego wynosiły 20,28 zł, co stanowiło 4,2% wszystkich wydatków na kulturę. W miastach gospodarstwa domowe wydały na gazety i czasopisma 24,96 zł na osobę (tj. 4,2% ogólnych wydatków na kulturę gospodarstw domowych w miastach), a gospodarstwa domowe na wsi – 13,20 zł na osobę (tj. również 4,2% wydatków na kulturę tej grupy gospodarstw domowych).

W poszczególnych grupach społeczno-ekonomicznych gospodarstw domowych wydatki na prasę były bardzo zróżnicowane: od 8,40 zł na osobę w gospodarstwach domowych pracowników najemnych na stanowiskach robotniczych i 9,00 zł na osobę w gospodarstwach domowych rolników, poprzez 14,40 zł na osobę w gospodarstwach domowych pracowników najemnych na stanowiskach nierobotniczych i 15,00 zł na osobę w gospodarstwach domowych osób pracujących na własny rachunek, do 33,24 zł na osobę w gospodarstwach domowych rencistów i 51,48 zł na osobę w gospodarstwach domowych emerytów. W strukturze wydatków różnice te nie były tak duże i w poszczególnych grupach gospodarstw domowych wynosiły odpowiednio: 2,9%, 4,7%, 2,2%, 1,9%, 9,7% i 13,3% ogólnych wydatków gospodarstw domowych na kulturę.

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

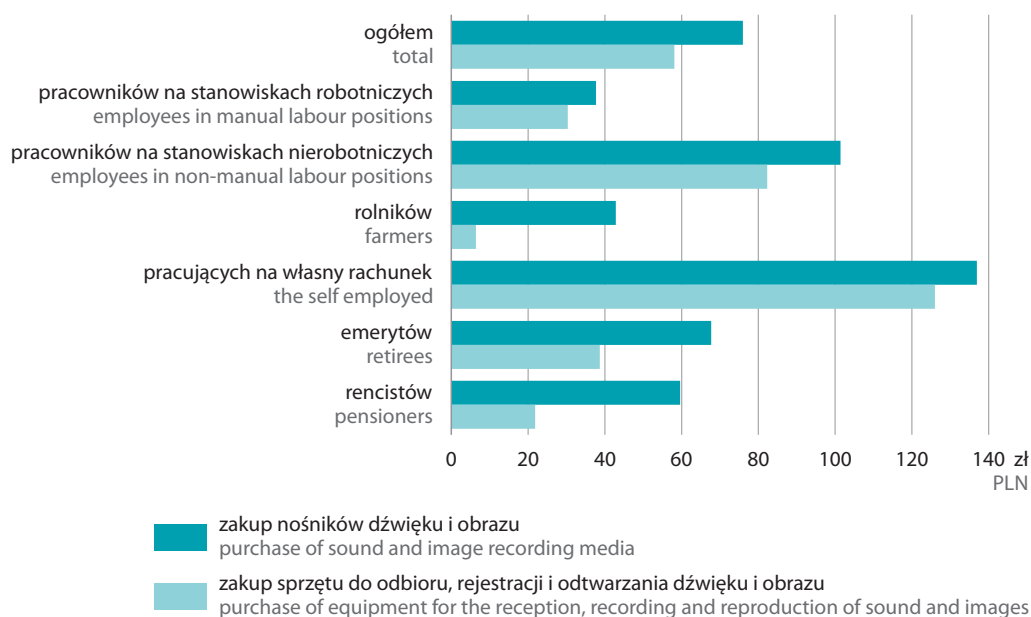
11.4. Household expenditure on purchase of audio-visual equipment and recording media

Przeciętne roczne wydatki gospodarstwa domowego w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2024 r. 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.) wyniosły 58,08 zł, natomiast na zakup nośników dźwięku i obrazu (płyty gramofonowych, płyty CD i DVD i in. nośników) przypadło 5,16 zł. Wydatki na zakup sprzętu audiowizualnego stanowiły 12,1% wszystkich wydatków na kulturę, a wydatki na nośniki dźwięku i obrazu kolejne 1,1%. W stosunku do 2023 r. odnotowano wzrost zarówno nominalnej kwoty wydatków na sprzęt audiowizualny i nośniki (odpowiednio o 20,64 zł i 0,60 zł), natomiast udziału w strukturze przeciętnych wydatków na kulturę zanotowano tylko w kategorii sprzętu audiowizualnego (o 2,6 p. proc.). Wzrostu nominalnej kwoty wydatków na sprzęt audiowizualny nie zaobserwowano jedynie w gospodarstwach domowych rolników i rencistów, natomiast wzrost nominalnej kwoty wydatków na nośniki obrazu i dźwięku nie wystąpił jedynie w gospodarstwach domowych rolników.

Najwyższe przeciętne wydatki na osobę, zarówno na sprzęt audiowizualny jak i na nośniki dźwięku i obrazu, poniosły gospodarstwa domowe pracujących na własny rachunek (odpowiednio 126,00 zł i 8,76 zł), najniższe natomiast gospodarstwa domowe rencistów (jeżeli chodzi o wydatki na sprzęt audiowizualny – 21,84 zł) oraz pracowników na stanowiskach robotniczych (w zakresie wydatków na nośniki dźwięku i obrazu – 1,80 zł).

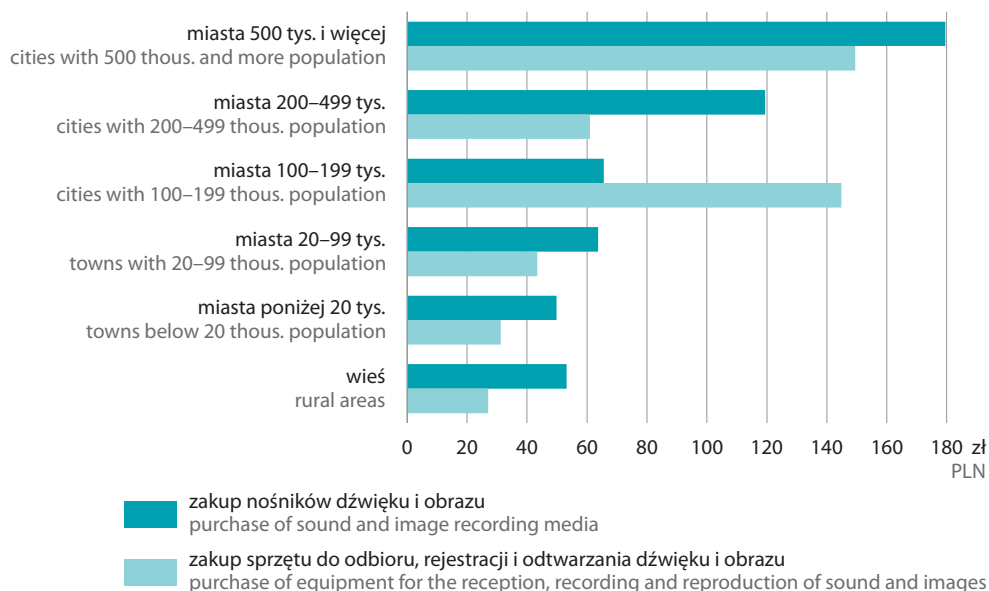
Wykres 42. Przeciętne wydatki na zakup sprzętu do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz nośników dźwięku i obrazu na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych według grup społeczno-ekonomicznych w 2024 r.

Chart 42. Average yearly expenditure on purchase of equipment for the reception, recording and reproduction of sound and images and recording media per capita in households by socio-economic group in 2024



Wykres 43. Przeciętne wydatki na zakup sprzętu do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz nośników dźwięku i obrazu na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych według klasy wielkości miejscowości w 2024 r.

Chart 43. Average yearly expenditure on purchase of equipment for the reception, recording and reproduction of sound and images and recording media per capita in households by class of locality in 2024



11.5. Wydatki gospodarstw domowych na zakup usług kulturalnych

11.5. 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 świateł i dźwięku) w przeliczeniu na 1 członka gospodarstwa domowego w 2024 r. wyniosły łącznie 47,16 zł (64,20 zł w miastach i 22,08 zł na wsi), co stanowiło 9,8% wydatków na kulturę ogółem (w miastach 10,8%, a na wsi 7,0%). Najwięcej z tego tytułu wydawały gospodarstwa domowe pracujących na własny rachunek – 86,16 zł (10,7% wydatków na kulturę). Najmniej wydające na kina, teatry i koncerty gospodarstwa domowe rencistów przeznaczyły na ten cel około 8-krotnie mniej (3,4% wydatków na kulturę).

W 2024 r. gospodarstwa domowe przeznaczyły na abonament radiowo-telewizyjny i opłaty za usługi dostarczane przez operatorów telewizji kablowej średnio 131,88 zł na 1 członka gospodarstwa domowego (w 2023 r. – 119,64 zł). W miastach kwota ta wyniosła 141,96 zł, a na wsi 117,12 zł (w 2023 r. odpowiednio 128,04 zł i 107,28 zł). Udział tych opłat w wydatkach gospodarstw domowych na kulturę ogółem wyniósł 27,4% (w 2023 r. – 30,3%), przy czym w miastach stanowił 23,9%, a na wsi 37,0% (w 2023 r. odpowiednio 23,9% i 36,5%). Wydatki gospodarstw domowych rolników na opłaty radiowo-telewizyjne wyniosły 80,28 zł i były ponad 2-krotnie niższe niż wydatki gospodarstw domowych emerytów. Udział opłat za abonament radiowo-telewizyjny i telewizję kablową w wydatkach na kulturę był najniższy w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek (16,9%), a najwyższy w gospodarstwach domowych rencistów (53,4%).

Przeciętne roczne wydatki na sprzęt i usługi fotograficzne (8,04 zł) na 1 członka gospodarstwa domowego miały niewielki udział w budżetach gospodarstw domowych i ich wydatkach na kulturę.

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

11.6. Evaluation of changes in financial possibilities to meet the needs of households related to participation in culture

Ponad $\frac{3}{4}$ gospodarstw domowych (tj. 77,3%) uznało, że ich możliwości finansowe zaspokojenia potrzeb związanych z uczestnictwem w kulturze w 2024 r. nie zmieniły się w porównaniu z poprzednim rokiem, a prawie 12% oceniło te możliwości negatywnie („pogorszyły się” lub „bardzo się pogorszyły”). Natomiast dla 6,9% gospodarstw domowych możliwości realizowania potrzeb kulturalnych poprawiły się. W miastach możliwości finansowe nie zmieniły się zdaniem 75,5% gospodarstw domowych, negatywnie oceniło je 13,1%, a pozytywnie 8,3%. Z kolei na wsi odsetek gospodarstw domowych uważających, że możliwości finansowe nie zmieniły się, wyniósł 80,9%, negatywnie oceniło zmiany 9,4%, natomiast pozytywnie 4,3%. Najbardziej stabilne oceny możliwości finansowego zaspokojenia potrzeb kulturalnych odnotowano wśród gospodarstw domowych rolników, których 91,7% stwierdziło, że ich sytuacja nie uległa zmianie w porównaniu z poprzednim rokiem. Najczęściej zmiany pozytywnie oceniano w gospodarstwach domowych osób pracujących na własnych rachunek. W 2024 r. ze względów finansowych najwięcej gospodarstw domowych zrezygnowało z wyjścia do kina (16,8%), a niewiele mniej z wyjścia do teatru, opery lub na koncert (14,2%) czy zakupu codziennej gazety lub czasopisma czy książki dla dorosłych (po 13,9%). Natomiast najniższy odsetek rezygnujących gospodarstw domowych odnotowano w odniesieniu do abonamentu na prasę w wersji cyfrowej (3,1%).

Rozdział 12

Chapter 12

Wyposażenie gospodarstw domowych związane z kulturą

Culture-related household goods

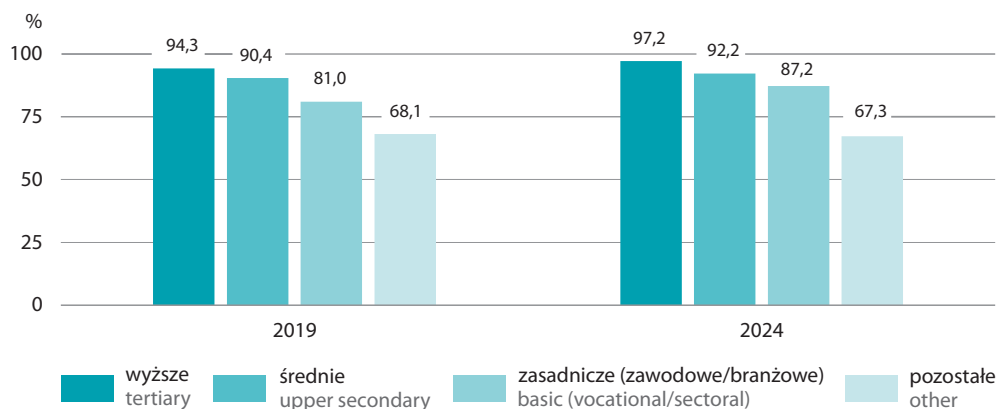
12.1. Książki

12.1. Books

Posiadanie książek może być przejawem uczestnictwa w kulturze. W 2024 r. odsetek gospodarstw domowych posiadających książki (inne niż podręczniki szkolne) wyniósł 91,0% i był wyższy niż w 2019 r. (86,4%). Odsetek gospodarstw domowych dysponujących księgozbiorem był wyższy w miastach – 92,0% niż na wsi – 89,0% (w 2019 r. odpowiednio 88,6% i 81,9%). W miastach liczących 500 tys. mieszkańców lub więcej odsetek gospodarstw domowych posiadających książki wyniósł 95,7%, a najniższy był w miastach liczących poniżej 20 tys. mieszkańców – 89,0% (w 2019 r. odpowiednio 92,5% i 86,2%).

Pod względem zgromadzonego księgozbioru wyróżniały się gospodarstwa domowe, w ramach których osoba uczestnicząca w badaniu (tzw. osoba odniesienia) miała wykształcenie wyższe (97,2%). Najniższy odsetek gospodarstw domowych posiadających książki odnotowano w grupie gospodarstw domowych, w których osoba odniesienia miała wykształcenie gimnazjalne, podstawowe lub bez wykształcenia – 67,3% (w 2019 r. 68,1%).

Wykres 44. Gospodarstwa domowe posiadające książki według poziomu wykształcenia osoby odniesienia
Chart 44. Households having books by educational level of the reference person



Tablica 19. Gospodarstwa domowe posiadające książki według wybranych rodzajów literatury oraz grup społeczno-ekonomicznych

Table 19. Households having books by selected genres of literature and socio-economic group

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024	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					
			robotniczych manual labour positions	nierobotniczych non-manual labour positions				
		w %	in %					
Ogółem Total	A	86,4	89,2	85,9	92,2	83,0	94,5	82,3
	B	91,0	93,1	88,6	96,0	92,0	95,6	87,3
Literatura piękna (beletrystyka) Belles-letters	A	73,2	75,8	67,3	83,5	57,0	83,4	70,4
	B	75,1	75,6	68,3	80,2	68,2	79,1	74,7
Słowniki, encyklopedie, leksykony lub atlasy Dictionaries, encyclopedias, lexicones or atlases	A	71,8	75,8	71,5	79,6	73,5	80,5	65,8
	B	69,6	70,0	63,9	73,9	78,7	79,2	65,8
Wydawnictwa poradnikowe Self-help publications	A	54,5	56,4	49,4	62,8	50,0	66,1	50,9
	B	50,7	49,6	40,9	55,2	45,5 ^v	55,8	52,6

Z ogółu gospodarstw domowych, 75,1% posiadało książki o tematyce beletrystycznej (literatura piękna), 69,6% – słowniki, encyklopedie, leksykony lub atlasy, 50,7% – wydawnictwa poradnikowe, 57,0% – inne książki. W miastach odsetek ten wyniósł odpowiednio: 76,8%, 69,2%, 58,7%, 51,9%, a na wsi odpowiednio: 71,6%, 70,2%, 53,8%, 48,4%.

Najwięcej książek o tematyce beletrystycznej (literatura piękna) zgromadziły gospodarstwa domowe, w których osoba odniesienia posiadała wykształcenie wyższe – 83,5% (w 2019 r. – 87,4%).

Najwyższy odsetek gospodarstw domowych, które posiadały kolekcję książek odnotowano w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek – 95,6% (w miastach – 95,1%, na wsi – 96,8%), 79,2% tego typu gospodarstw domowych deklaroowało posiadanie słowników, encyklopedii, leksykonów lub atlasów, a 79,1% pozycji literatury pięknej (beletrystyka).

Tablica 20. Gospodarstwa domowe posiadające książki według rodzaju literatury i poziomu wykształcenia osoby odniesienia

Table 20. Households having books by selected genres of literature and level of education of reference person

Wyszczególnienie Specification A – 2019 B – 2024	Ogółem Grand total	Poziom wykształcenia Level of education				
		wyższe tertiary	policealne, średnie post-secondary, secondary	zasadnicze (zawodowe/ branżowe) basic (vocational/ sectoral)	gimnazjalne, podstawowe, bez wykształcenia lower secondary, primary, without school education	
		w %	in %			
Ogółem Total	A	86,4	94,3	90,4	81,0	68,1
	B	91,0	97,2	92,2	87,2	67,3
Literatura piękna (beletrystyka) Belles-letters	A	73,2	92,7	86,3	77,9	72,4
	B	75,1	83,5	77,1	68,6	45,3
Słowniki, encyklopedie, leksykony lub atlasy Dictionaries, encyclopedias, lexicones or atlases	A	71,8	83,7	74,8	65,1	50,1
	B	69,6	77,5	71,3	62,6	45,9
Wydawnictwa poradnikowe Self-help publications	A	54,5	67,6	57,6	46,2	33,7
	B	50,7	60,3	51,4	40,4	38,1

W gospodarstwach domowych pracowników odsetek gospodarstw posiadających zbiory książek wyniósł 93,1%, rolników – 92,0%, a emerytów i rencistów – 87,3% (w 2019 r. odpowiednio 89,2%, 83,0%, 82,3%). W porównaniu z 2019 r. w prawie wszystkich grupach gospodarstw domowych odsetek gospodarstw posiadających księgozbiór zwiększył się, a tylko w grupie rencistów zmniejszył się z 73,7% w 2019 r. do 69,2% w 2024 r. W miastach najwyższy odsetek gospodarstw domowych deklarujących posiadanie książek odnotowano w grupie pracowników na stanowiskach nierobotniczych (96,0%), a na wsi w gospodarstwach pracujących na własny rachunek (96,8%). Najmniej książek posiadały gospodarstwa domowe rencistów w miastach – 78,3% oraz na wsi – 54,1%.

12.2. Sprzęt audiowizualny i komputerowy oraz nośniki dźwięku i obrazu

12.2. Audio-visual and computer equipment and recording media

Wraz ze wzrostem dostępności nowoczesnych urządzeń elektronicznych gospodarstwa domowe coraz częściej wyposażone są w urządzenia multimedialne i sprzęt audiowizualny. Umożliwia to aktywne uczestnictwo w różnych formach aktywności kulturalnej, lecz może prowadzić do ograniczania kontaktu z tradycyjnymi formami uczestnictwa w kulturze, takimi jak teatr, kino czy muzeum.

Oglądanie telewizji w gospodarstwach domowych było nadal najczęściej wybieraną formą aktywności kulturalnej i spędzania wolnego czasu. W 2024 r. posiadanie odbiornika telewizyjnego deklarowało 95,4% gospodarstw domowych, nieznacznie mniej niż w 2019 r. – 95,9%. W porównaniu z 2019 r. odsetek gospodarstw domowych w miastach posiadających telewizor nieznacznie zmniejszył się i wyniósł 93,8% (w 2019 r. – 94,6%), natomiast na wsi odsetek ten był na podobnym poziomie – 98,5% (w 2019 r. – 98,6%). Odsetek gospodarstw domowych posiadających odbiornik telewizyjny był najwyższy w miastach liczących do 20 tys. mieszkańców i wyniósł 97,7%.

Spośród grup społeczno-ekonomicznych, najwyższy odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w telewizor obserwowano wśród gospodarstw domowych rolników (99,2%), a najniższy w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek (91,2%), w 2019 r. odpowiednio 99,7% i 94,9%. W pozostałych typach gospodarstw domowych, w 2024 r. – podobnie jak w 2019 r. – odbiornik telewizyjny posiadało 94,1% gospodarstw domowych pracowników i 98,4% gospodarstw emerytów i rencistów.

W 2024 r. ponad połowa gospodarstw domowych (63,8%) posiadała dostęp do telewizji kablowej lub satelitarnej (w 2019 r. 62,6%). W porównaniu z 2019 r. zwiększył się odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej – z 11,4% w 2019 r. do 37,5% w 2024 r. Zróżnicowanie w dostępie do telewizji kablowej lub satelitarnej i naziemnej telewizji cyfrowej było widoczne w miastach i na wsi. W miastach 66,6% gospodarstw domowych deklarowało dostęp do telewizji kablowej lub satelitarnej, a 31,9% miało dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej (w 2019 r. odpowiednio 66,8% i 9,5%). Natomiast na wsi odsetek ten wyniósł odpowiednio 58,1% i 48,6% (w 2019 r. – 53,8% i 15,1%).

Tablica 21. Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny według miejsca zamieszkania

Table 21. Selected audio-visual equipment in households by place of residence

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Grand total		Miasta Urban areas		Wieś Rural areas	
	2019	2024	2019	2024	2019	2024
			w %	in %		
Odbiornik telewizyjny Television receiver	95,9	95,4	94,6	93,8	98,6	98,5
Telewizja kablowa lub satelitarna Cable or satellite television	62,6	63,8	66,8	66,6	53,8	58,1
Naziemna telewizja cyfrowa Digital terrestrial television	11,4	37,5	9,5	31,9	15,1	48,6
Komputer osobisty, laptop, tablet Personal computer, laptop, tablet	72,8	78,9	74,0	79,8	70,4	77,2
Smartfon Smartphone	72,1	89,9	73,9	90,3	68,2	89,1

Dostęp do telewizji kablowej lub satelitarnej posiadało 66,1% gospodarstw domowych pracowników, podczas gdy dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej zadeklarowało 51,2% gospodarstw domowych rolników (najwyższe odsetki spośród wszystkich grup społeczno-ekonomicznych), w 2019 r. odpowiednio 66,6% i 18,2%.

Radio, radiomagnetofon, radio z odtwarzaczem płyt kompaktowych lub radiomagnetofon z odtwarzaczem płyt kompaktowych, wieżę, gramofon posiadało w 2024 r. 64,9% gospodarstw domowych (w 2019 r. 63,9%), w miastach 61,7%, podczas gdy na wsi 71,1%. Podobnie jak w 2019 r., najwyższy odsetek gospodarstw domowych posiadających wyżej wymieniony sprzęt odnotowano w 2024 r. w gospodarstwach domowych rolników – 74,3% oraz emerytów i rencistów – 73,0%, w 2019 r. odpowiednio 76,8%, 69,2%.

W porównaniu z 2019 r. wystąpił wzrost odsetka gospodarstw domowych posiadających komputer osobisty, laptop, tablet z 72,8% do 78,9% w 2024 r. Najwyższy odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w tego rodzaju sprzęt odnotowano w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek – 97,2%, a najniższy w gospodarstwach domowych rencistów – 39,9% (w 2019 r. odpowiednio 93,8% i 34,0%). W 2024 r. zwiększył się odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w wyżej wymieniony sprzęt o 5,8 p. proc. w miastach i wynosił 79,8%, a na wsi o 6,8 p. proc. – 77,2% (w 2019 r. wynosił odpowiednio 74,0% i 70,4%).

Wzrósł odsetek gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu na komputerze lub w telefonie. W 2024 r. 89,5% badanych gospodarstw domowych deklarowało dostęp do Internetu (w 2019 r. – 80,2%). Zarówno w miastach (z 81,5% do 89,9%) jak i na wsi (z 77,5% do 88,7%) zwiększył się odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w dostęp do Internetu w porównaniu z 2019 r. Urządzenie z dostępem do Internetu posiadało 98,1% gospodarstw domowych pracujących na własny rachunek, 97,7% gospodarstw domowych pracowników, 94,1% gospodarstw domowych rolników oraz 73,0% gospodarstw domowych emerytów i rencistów (w 2019 r. odpowiednio: 97,4%, 95,5%, 89,8%, 52,2%). Uwagę zwraca znaczny wzrost (w porównaniu z 2019 r.) odsetka gospodarstw domowych posiadających dostęp do Internetu – o 20,8 p. proc. w gospodarstwach domowych emerytów i rencistów oraz o 4,3 p. proc. w gospodarstwach domowych rolników.

W porównaniu z 2019 r. odnotowano wzrost odsetka gospodarstw domowych wyposażonych w smartfony. W 2024 r. smartfon posiadało 89,9% gospodarstw domowych (90,3% w miastach i 89,1% na wsi), w 2019 r. odpowiednio: 72,1%, 73,9%, 68,2%. W gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek (97,2%) oraz w gospodarstwach domowych pracowników (97,0%) odnotowano najwyższy odsetek posiadających smartfon (w 2019 r. odpowiednio 89,5% i 88,9%).

W 2024 r., w porównaniu z 2019 r., wzrósł odsetek gospodarstw domowych wyposażonych w konsole do gier (z 14,4% do 20,1%). Najwięcej tego rodzaju sprzętu posiadały gospodarstwa domowe pracujących na własny rachunek – 35,7%, wzrost o 9,6 p. proc. (w 2019 r. 26,1%), a najmniej gospodarstwa domowe emerytów i rencistów – 4,7%, w 2019 r. – 2,4%.

12.3. Instrumenty muzyczne

12.3. Musical instruments

W 2024 r., podobnie jak w 2019 r., wśród badanych gospodarstw domowych 20,6% posiadało co najmniej jeden instrument muzyczny (w miastach – 21,2%, a na wsi – 19,3%). Najwięcej gospodarstw domowych deklarowało posiadanie gitary – 11,1%, przy czym instrument ten cieszył się większą popularnością w miastach (11,9%) niż na wsi (9,4%).

Najwyższy odsetek gospodarstw domowych posiadających co najmniej jeden instrument muzyczny odnotowano w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek – 29,6%, (w miastach – 31,3%, na wsi – 25,8%), a najniższy w gospodarstwach domowych emerytów i rencistów – 13,1% (w miastach – 13,4%, na wsi – 12,4%). Spośród gospodarstw domowych posiadających co najmniej jeden instrument muzyczny, najwyższy odsetek wykazały gospodarstwa domowe, w których osoba odniesienia miała wykształcenie wyższe – 30,4%, a 16,4% tego typu gospodarstw domowych zadeklarowało posiadanie gitary.

Tablica 22. Gospodarstwa domowe posiadające instrumenty muzyczne według miejsca zamieszkania w 2024 r.
Table 22. Musical instrument in households by place of residence 2024

Wyszczególnienie Specification	Ogółem Grand total	Miasta Urban areas	Wieś Rural areas
	w % in %		
Akordeon lub harmonia Accordion or concertina	1,4	1,2 ^v	1,7 ^v
Fortepian lub pianino Grand piano or upright piano	5,3	5,6	4,6
Gitara Guitar	11,1	11,9	9,4
Instrument dęty (flet, saksofon, trąbka) Wind instrument (flute, saxophone, trumpet)	5,3	5,9	4,2
Instrument perkusyjny Percussion instrument	1,4 ^v	1,8 ^v	.
Skrzypce Violin	1,1 ^v	1,0 ^v	.
Inny instrument muzyczny Other music instrument	3,2	3,1	3,4 ^v

12.4. Dzieła sztuki i antyki oraz przedmioty rękodzieła artystycznego

12.4. Works of art and antiques and artistic handicraft items

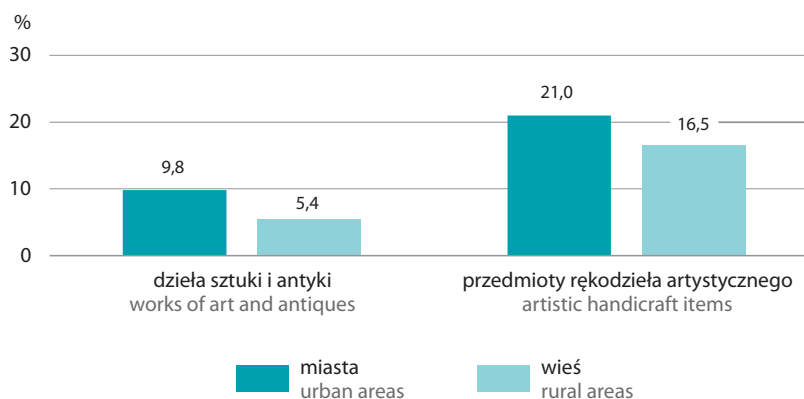
W 2024 r. odsetek gospodarstw domowych posiadających dzieła sztuki i antyki wyniósł 8,3% (w 2019 r. – 6,7%), a posiadających przedmioty rękodzieła artystycznego – 19,5% (w 2019 r. – 14,6%). W miastach 9,8% gospodarstw domowych zadeklarowało posiadanie dzieł sztuki i antyków, co stanowiło wzrost o 2,3 p. proc. w porównaniu z 2019 r., a przedmioty rękodzieła artystycznego wykazało 21,0% gospodarstw domowych (wzrost o 5,5 p. proc.). Natomiast na wsi odsetek gospodarstw domowych, które posiadały dzieła sztuki i antyki pozostał na podobnym poziomie (5,4%) w porównaniu z 2019 r., a odsetek gospodarstw domowych posiadających przedmioty rękodzieła artystycznego wzrósł o 3,8 p. proc. z 12,7% do 16,5%.

Najwięcej zbiorów dzieł sztuki i antyków (14,2%) oraz przedmiotów rękodzieła artystycznego (27,5%) posiadały gospodarstwa domowe pracujących na własny rachunek (w 2019 r. odpowiednio 10,9% i 20,9%). W miastach 16,1% gospodarstw domowych pracujących na własny rachunek posiadało kolekcję dzieł sztuki i antyków, a 30,1% kolekcję przedmiotów rękodzieła artystycznego. Na wsi 21,5% gospodarstw domowych pracujących na własny rachunek wykazało posiadanie przedmiotów rękodzieła artystycznego. Najwyższy odsetek gospodarstw domowych posiadających dzieła sztuki i antyki (15,1%) oraz przedmioty rękodzieła artystycznego (29,6%) odnotowano w grupie gospodarstw domowych, w których osoba odniesienia miała wykształcenie wyższe.

W 2024 r., podobnie jak w 2019 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 8,0% dla przedmiotów rękodzieła artystycznego i 1,5% dla dzieł sztuki i antyków (w 2019 r. odpowiednio 6,4% i 1,0%). Najwyższy odsetek gospodarstw domowych, w których zakupiono przedmioty rękodzieła artystycznego obejmował gospodarstwa domowe pracujących na własny rachunek – 13,8% (w 2019 r. 12,5%), w tym w miastach odsetek ten wyniósł 16,5% (w 2019 r. 14,1%).

Wykres 45. Gospodarstwa domowe posiadające dzieła sztuki i antyki oraz przedmioty rękodzieła artystycznego według miejsca zamieszkania w 2024 r.

Chart 45. Works of art and antiques and artistic handicraft items in households by place of residence in 2024



Uwagi metodologiczne (ogólne)

Publikacja została opracowana na podstawie wyników badania ankietowego na temat uczestnictwa ludności w kulturze przeprowadzonego w kwietniu 2025 r. Badanie zostało zrealizowane na próbie gospodarstw domowych biorących udział w badaniu budżetów gospodarstw domowych w 1. kwartale 2025 r. i było kolejnym badaniem w cyklu badań modułowych. Badanie ankietowe *Uczestnictwo ludności w kulturze* jest badaniem przeprowadzanym 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 dziedzinie kultury oraz korzystaniu ze współczesnych środków komunikacji masowej, jak również o ocenie możliwości korzystania z oferty kulturalnej i realizacji własnych zainteresowań.

Charakterystyka metody badawczej

Badanie modułowe *Uczestnictwo ludności w kulturze* zostało przeprowadzone bezpośrednio po zakończeniu wywiadu kwartalnego na kwestionariuszu BR-04 (*Informacje uzupełniające o gospodarstwie domowym*) z gospodarstwami domowymi w kwietniu 2025 r. przez ankierów zatrudnionych w urzędach statystycznych, realizujących badanie budżetów gospodarstw domowych w terenie. Zastosowanie takiej metody pozwala na wykorzystanie w celach analitycznych wybranych 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 badania⁶ 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 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.

⁶ Szczegółowy opis metodologii badania budżetów gospodarstw domowych, w tym doboru próby do badania, zamieszczany jest corocznie w publikacji GUS „Budżety gospodarstw domowych w...”.

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 czterech działów i był wypełniany w oparciu o informacje dotyczące całego badanego gospodarstwa domowego, przekazane przez tzw. osobę odniesienia⁷. Zawarte w nim pytania dotyczyły: charakterystyki gospodarstwa domowego (Dział 1.) i realizacji wywiadu (Dział 4.), posiadania w gospodarstwie domowym książek i czasopism (Dział 2.) oraz innych artykułów i przedmiotów kulturalnych (instrumentów muzycznych, dzieł sztuki i antyków oraz przedmiotów rękodzieła artystycznego). Na koniec pytano o opinie na temat zaspokojenia potrzeb kulturalnych gospodarstwa domowego w kontekście możliwości finansowych gospodarstwa domowego (Dział 3.).

Dział 1. kwestionariusza (5 pytań) odnosił się do danych identyfikujących gospodarstwo domowe, w tym na temat głównego źródła utrzymania gospodarstwa domowego oraz liczby osób w wieku 15 lat lub więcej – w tym osób, z którymi przeprowadzono wywiad indywidualny.

Pytania zawarte w Dziale 2. „Książki i czasopisma w gospodarstwie domowym” (3 pytania), dotyczyły posiadanych przez gospodarstwo domowe książek (innych niż podręczniki szkolne), zakupu gazet i czasopism oraz prenumeraty prasy. Pytania związane z zakupem wydawnictw nieperiodycznych dotyczyły 4. kwartału 2024 r., natomiast odnoszące się do prenumeraty gazet i czasopism – całego 2024 r.

W Dziale 3. „Inne informacje o gospodarstwie domowym” (5 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. Pytano również o występowanie sytuacji, w których w gospodarstwie domowym w 2024 r. musiano zrezygnować z zakupu artykułów użytku kulturalnego oraz uczestniczenia w różnych formach aktywności z obszaru kultury ze względów finansowych. Jedno z pytań dotyczyło oceny możliwości finansowych zaspokojenia potrzeb kulturalnych gospodarstwa domowego w porównaniu z sytuacją sprzed roku.

Dział 4. (3 pytania) dotyczył realizacji wywiadu. W przypadku, gdy wywiad nie został przeprowadzony, odnotowywano przyczynę nieprzeprowadzenia wywiadu.

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), „Tradycje, zwyczaje” (2 pytania), „Telewizja, film, radio” (6 pytań), „Korzystanie z Internetu” (2 pytania), „Czytelnictwo” (10 pytań), „Muzyka, teatr” (8 pytań), „Rozrywka, życie towarzyskie” (4 pytania), „Zwiedzanie” (4 pytania), „Oferta kulturalna lokalnej placówki, działalność amatorska i hobbystyczna” (10 pytań) miały charakter merytoryczny. Podobnie jak w przypadku kwestionariusza dla gospodarstwa domowego dwa działy miały charakter techniczny: Dział 1. „Charakterystyka osoby” (2 pytania) i Dział 11. „Realizacja wywiadu” (3 pytania).

Dział 2. „Kultura” dotyczył skojarzeń respondenta ze słowem „kultura”, oceny ważności kultury dla respondenta i cech, jakimi powinien się odznaczać człowiek kulturalny.

W Dziale 3. „Tradycje, zwyczaje” respondent był pytany o kultywowanie tradycji w najbliższej rodzinie (przekazy ustne, język, zwyczaje itd.) oraz o ich indywidualne znaczenie dla osoby badanej.

⁷ Osobą odniesienia jest osoba, która ukończyła 16 lat i osiąga najwyższy dochód spośród wszystkich członków gospodarstwa domowego.

Dział 4. „Telewizja, film, radio” obejmował pytania związane z korzystaniem z telewizji, radia oraz innych niż telewizja form odpłatnego dostępu do filmów przez Internet. Pytania w tym dziale dotyczyły również częstotliwości uczęszczania do kina i oglądania różnej kategorii filmów oraz programów emitowanych zarówno w telewizji, jak i poza nią.

Dział 5. „Korzystanie z Internetu” dotyczyły częstotliwości korzystania z Internetu. Pytano także o to, czy i w jakim celu respondenci korzystali z Internetu w celach kulturalnych.

W Dziale 6. „Czytelnictwo” respondent pytany był o to, czy przeczytał lub odsłuchał minimum jedną książkę w 2024 r., a jeżeli nie, to z jakiego powodu tego nie zrobił. W przypadku, kiedy respondent przeczytał lub odsłuchał minimum jedną książkę, proszony był o wskazanie skąd ją miał i jakiej dziedziny dotyczyła (literatura piękna, naukowa, fachowa, popularno-naukowa itd.) oraz o przybliżoną liczbę przeczytanych/odsłuchanych książek i powody dla których po nie sięgał. Pytania odnosiły się również do częstotliwości czytania gazet codziennych i czasopism (zarówno w wersji drukowanej, jak i cyfrowej) oraz korzystania z biblioteki lub Internetu w celu zamówienia książki. Dodatkowe pytanie dotyczyło uczestnictwa w spotkaniach autorskich.

Dział 7. „Muzyka, teatr” dotyczył aktywności związanej z muzyką i teatrem. Pytania obejmowały również częstotliwość uczęszczania do teatru, filharmonii oraz na przedstawienia operowe, taneczne lub baletowe i koncerty (inne niż filharmoniczne). Respondent pytany był, jak często słucha muzyki. Dodatkowe pytanie dotyczyło uczestnictwa w spotkaniach z artystą (aktorem, muzykiem, kompozytorem, plastykiem).

W Dziale 8. „Rozrywka, życie towarzyskie” osoby ankietowane odpowiadały na pytania o to, jak często uczęszczały na imprezy estradowe lub kabaretowe, do wesołego miasteczka lub parku rozrywki, oraz czy chodziły potańczyć (do dyskoteki, klubu lub na dancing), a także o udział w festiwalach (np. muzycznych, filmowych, teatralnych itp.).

W Dziale 9. „Zwiedzanie” pytania odnosiły się do częstotliwości zwiedzania zabytków historycznych, muzeów lub galerii sztuki w kraju i za granicą, a także o chodzenie do ogrodu zoologicznego, botanicznego lub planetarium.

Dział 10. „Oferta kulturalna lokalnej placówki, działalność amatorska i hobbystyczna” odnosił się do korzystania z oferty lokalnej placówki np. domu czy ośrodka kultury, biblioteki, ośrodka sportu i rekreacji. Respondent pytany był o korzystanie z różnych form uczestnictwa w ofercie tych instytucji (a w przypadku niekorzystania o powody), a także określenie poziomu zadowolenia z sieci placówek kulturalnych, do jakich ma dostęp w miejscu zamieszkania, sieci punktów handlowych prowadzących handel artykułami użytku kulturalnego czy oferty kulturalnej dostępnej w miejscu zamieszkania oraz przez Internet. Pytano także o formy działalności hobbystycznej, jakim badany poświęca czas oraz o aktywne uczestnictwo w stowarzyszeniach działających na rzecz kultury, a także dzielenie się efektami własnej twórczości z innymi. Pytano także o występowanie problemów zdrowotnych i ich wpływ na ograniczenie aktywności kulturalnej respondentów.

Zintegrowanie badania modułowego z badaniem podstawowym budżetów gospodarstw domowych umożliwiło wykorzystanie części zebranych informacji:

- o grupie społeczno-ekonomicznej (gospodarstwa domowe pracowników, rolników, pracujących na własny rachunek, emerytów i rencistów oraz gospodarstwa domowe utrzymujące się z niezarobkowych źródeł – nieprezentowane w niniejszej publikacji);
- o miejscu zamieszkania (klasa wielkości miejscowości: wieś oraz miasta pogrupowane według liczby mieszkańców);

- o cechach indywidualnych członków gospodarstwa domowego (wiek, płeć, wykształcenie);
- o wyposażeniu gospodarstwa domowego (np. w komputer z dostępem do Internetu czy urządzenie do odbioru telewizji satelitarnej lub kablowej);
- o wydatkach gospodarstwa domowego związanych z kulturą.

Informacje uzupełniające, dotyczące prezentacji wyników badania

Wyniki badania ankietowego zrealizowanego na próbie gospodarstw domowych 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 2024 r. Badanie budżetów gospodarstw domowych dostarcza także szczegółowych informacji o strukturze demograficzno-społecznej gospodarstw domowych, tj. o liczbie, wieku, płci, wykształceniu, niepełnosprawności, aktywności ekonomicznej osób wchodzących w skład badanego gospodarstwa domowego⁸. W opracowaniu stosowana jest Klasyfikacja wydatków na towary i usługi konsumpcyjne oparta na Klasyfikacji COICOP 2013 (*Classification of Individual Consumption by Purpose*, Klasyfikacja Spożycia Indywidualnego według Celu). Wśród kilkunastu podstawowych grup wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych wyodrębnia się grupę wydatków związanych z rekreacją, sportem i kulturą. W skład tej grupy wchodzi wydatki na aktywność typowo kulturalną, rekreacyjną oraz sportową, a także łącznie na aktywność kulturalno-rekreacyjno-sportową, z których nie można wydzielić 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/sport, których nie można wyłączyć.

Ujęte w niniejszej publikacji wydatki na aktywność uznawaną za typowo kulturalną, określane dalej jako „wydatki na kulturę”, obejmują:

- zakup sprzętu do odbioru, nagrywania i odtwarzania dźwięku oraz sprzętu do odbioru, nagrywania i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz pozostałego sprzętu i akcesoriów do odbioru, nagrywania i odtwarzania dźwięku i obrazu;
- zakup przenośnych odtwarzaczy dźwięku i obrazu;
- zakup sprzętu fotograficznego i kinematograficznego oraz akcesoriów do sprzętu fotograficznego i kinematograficznego, a także opłaty za usługi fotograficzne;
- zakup nośników informacji nagranych oraz do nagrywania;
- zakup instrumentów muzycznych;
- zakup gier i artykułów kolekcjonerskich;
- zakup książek beletrystycznych oraz pozostałych książek takich jak: przewodniki, słowniki itp.;
- zakup gazet i czasopism;

⁸ Więcej na temat Badania budżetów gospodarstw domowych można znaleźć w corocznej publikacji GUS „Budżety gospodarstw domowych w...”.

- wstęp do kina, teatru, na koncerty, do muzeum, do ogrodu zoologicznego, opłaty w bibliotekach itp.;
- opłaty radiowo-telewizyjne;
- opłaty za wypożyczanie sprzętu i akcesoriów związanych z kulturą;
- opłaty za naprawę sprzętu audiowizualnego, fotograficznego i do przetwarzania informacji oraz pozostałe usługi związane z kulturą.

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 domowe 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 domowe pracujących na stanowiskach robotniczych i na stanowiskach nierobotniczych;
- **gospodarstwa domowe 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 poza indywidualnym gospodarstwem rolnym, bądź wykonywanie wolnego zawodu; oznacza to, że dochód uzyskiwany z poszczególnych źródeł dodatkowych jest niższy od dochodów uzyskiwanych z gospodarstwa indywidualnego w rolnictwie;
- **gospodarstwa domowe pracujących na własny rachunek** (poza indywidualnym gospodarstwem rolnym) – 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 poszczególnych dodatkowych źródeł jest niższy od dochodów z pracy na własny rachunek poza gospodarstwem indywidualnym w rolnictwie (włącznie z dochodem z wykonywania wolnego zawodu);
- **gospodarstwa domowe 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 z poszczególnych źródeł dodatkowych jest niższy od dochodów uzyskiwanych z emerytur i rent; prezentowane w publikacji także w podziale na gospodarstwa domowe emerytów i gospodarstwa rencistów;
- **gospodarstwa domowe 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 800+”, 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 poza indywidualnym gospodarstwem rolnym, 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. Ze względu na małą liczebność gospodarstw domowych w tej grupie oraz jej duże wewnętrzne zróżnicowanie dane o gospodarstwach domowych 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 domowych członków korpusu dyplomatycznego państw obcych. Gospodarstwa domowe obywateli obcego państwa zamieszkujące w Polsce stale lub przez dłuższy czas i posługujące się językiem polskim biorą udział w badaniu.

W badaniu uczestnictwa ludności w kulturze w 2024 r. osoby ankietowane (zgodnie z nazewnictwem i podziałem zastosowanym w badaniu podstawowym budżetów gospodarstw domowych) pogrupowano według następujących poziomów uzyskanego przez nie wykształcenia: wyższe, policealne, średnie ogólnokształcące, średnie zawodowe, zasadnicze zawodowe, gimnazjalne, podstawowe, bez wykształcenia. Natomiast na potrzeby prezentacji danych w niniejszej publikacji przyjęto podział na cztery poziomy wykształcenia:

- wykształcenie wyższe,
- wykształcenie policealne, średnie (ogólnokształcące, zawodowe/branżowe),
- wykształcenie zasadnicze (zawodowe/branżowe),
- wykształcenie gimnazjalne, podstawowe, bez wykształcenia.

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

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

Dane o wydatkach gospodarstw domowych na kulturę w 2024 r. pochodzące z corocznych badań zestawiono w części opisowej z danymi za 2023 r. Natomiast dane pochodzące z realizowanego w cyklu 5-letnim badania modułowego uczestnictwa ludności w kulturze w 2024 r. porównano, tam gdzie to możliwe, z wynikami poprzedniego badania z 2019 r.

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

Metoda uogólniania wyników badania modułowego

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

W celu zmniejszenia błędu związanego z losowością próby oraz obciążenia wynikającego z braków odpowiedzi przyjęta została metoda, która uwzględnia:

- prawdopodobieństwa wyboru mieszkań i gospodarstw domowych,
- strukturę populacji gospodarstw domowych i osób według bieżących danych demograficznych.

W związku z powyższym obliczone zostały kolejno następujące wagi:

- $w1$ - waga z losowania,
- $w2$ – waga uwzględniająca strukturę demograficzną gospodarstw domowych i ludności.

Waga $w1$ dla gospodarstw domowych wynika z przyjętego planu losowania próby. Waga ta jest równa odwrotności prawdopodobieństwa wyboru mieszkania, w którym zamieszkuje zbadane gospodarstwo domowe.

Wagi z losowania $w1$ nie odwzorowują w sposób zadowalający badanej populacji w zakresie struktury ludności i wielkości gospodarstw domowych. Dlatego następnym etapem było obliczenie wag $w2$ na podstawie wag $w1$. W tym celu zastosowano metodę kalibracji wag. Jako zmienne dodatkowe wykorzystano informacje o liczbie gospodarstw domowych według 5 klas wielkości tj. 1-osobowe, 2-osobowe, 3-osobowe, 4-osobowe oraz o 5 osobach i więcej, w podziale na miasto i wieś. Dla ludności wykorzystano informację o płci, grupie wieku (10 grup wieku). Wartości tych zmiennych pochodziły z bieżących szacunków demograficznych. Są to te same wartości, które były użyte do kalibracji wag w badaniu Budżetów Gospodarstw Domowych za 2024 r.

Celem kalibracji jest jak najmniejsze „poprawienie” wagi $w1$ tak, aby iloraz ostatecznej wagi $w2$ do wagi $w1$ był jak najbliższy jedności, a jednocześnie, aby uogólnienia za pomocą ostatecznych wag odtwarzały ustalone dane zewnętrzne.

Problem kalibracji można sformułować wprowadzając tzw. funkcję odległości $G\left(\frac{w2}{w1}\right)$, która będzie kontrolowała odchylenia ilorazu wag od jedynki. Wagi „kalibrowane” $w2$ są rozwiązaniem następującego problemu optymalizacji z ograniczeniami:

$$\text{minimum: } \sum_j w1_j G\left(\frac{w2_j}{w1_j}\right),$$

przy ograniczeniach:

$$\sum_j w2_j x_{rj} = X_r, (r = 1, 2, \dots, p)$$

gdzie:

j – numer gospodarstwa domowego,

p – liczba zmiennych pomocniczych przyjętych do kalibracji,

X_r – wartość globalna dla zmiennej pomocniczej r ,

x_{rj} – wielkość cechy r w gospodarstwie j -tym.

Sformułowany wyżej problem optymalizacji rozwiązywany jest za pomocą odpowiednich metod numerycznych, które iteracyjnie doprowadzają do rozwiązania przybliżonego. W praktycznym rozwiązywaniu tego problemu mogą być stosowane różne postaci funkcji odległości G . Przy obliczaniu wag dla badania uczestnictwa w kulturze użyto metody opartej na funkcji sinusa hiperbolicznego, ze względu na wykazaną w praktyce własność uzyskiwania rozkładów wag kalibrowanych bardzo blisko skupionych wokół wartości wyjściowych. Dodatkowo zastosowano tzw. obcinanie wag (ang. *trimming*). Zabieg ten miał na celu ograniczenie rozrzutu wag, który mógłby skutkować nadmiernym wzrostem wariancji (pogorszeniem precyzji) estymatorów. W powyższy sposób otrzymano wagi dla gospodarstw domowych.

Z uwagi na występujące braki odpowiedzi indywidualnych utworzono następnie wagi dla osób. Wagi te zostały obliczone w oparciu o wskaźniki odpowiedzi w grupach płci i wieku. Dla każdej osoby waga została obliczona przez pomnożenie wagi dla gospodarstwa domowego, do którego ta osoba należała, przez odwrotność wskaźnika odpowiedzi w danej grupie płci i wieku.

Błędy losowe i nielosowe

Błąd w badaniach statystycznych rozumiany jest jako różnica między wartością uzyskaną w badaniu a wartością rzeczywistą. Wyróżnia się ogólnie dwa podstawowe rodzaje błędów: losowe i nielosowe.

Błędy losowe występują tylko w badaniach opartych na próbie. Występują one, ponieważ w badaniu reprezentacyjnym na podstawie próby wnioskuje się o całej populacji. Otrzymane z tej próby wyniki po uogólnieniu na całą zbiorowość mogą dać wyniki różniące się od wyników, jakie można by uzyskać z badania pełnego. Dlatego też po przeprowadzeniu badania określa się stopień precyzji otrzymanych wyników, a dokładniej sprawdza się, w jakim stopniu uzyskane oceny parametrów reprezentują całą zbiorowość. Miarą precyzji jest błąd standardowy. Na potrzeby oceny precyzji badania uczestnictwo ludności w kulturze dla kluczowych zmiennych wyliczono estymatory frakcji oraz błędy standardowe.

Błędy nielosowe nie są związane z losowaniem i powstają z różnych innych przyczyn na wszystkich etapach badania. Występują w badaniach prowadzonych metodą reprezentacyjną, jak również w badaniach pełnych.

Charakterystyka gospodarstw domowych

W badaniu modułowym *Uczestnictwo ludności w kulturze* wzięło udział 3397 (93,0%) spośród 3651 wylosowanych do badania budżetów gospodarstw domowych w 1. kwartale 2025 r. Zbadano 2083 gospodarstwa domowe w miastach (61,3% ogółu zbadanych gospodarstw) oraz 1314 (38,7%) na wsi. Przeciętny czas trwania wywiadu wyniósł 19 minut.

W badanej zbiorowości gospodarstw domowych przeważały gospodarstwa domowe pracowników, które stanowiły 45,8% ogółu gospodarstw domowych, dla których głównym źródłem utrzymania była praca najemna. Kolejną pod względem liczebności grupę gospodarstw domowych stanowiły gospodarstwa domowe emerytów i rencistów – 40,1%. Najmniejszy udział miały gospodarstwa domowe utrzymujące się z niezarobkowych źródeł utrzymania (2,1%). Warto podkreślić, że wśród gospodarstw domowych na wsi gospodarstwa domowe rolników (6,7%) były na czwartym miejscu pod względem ich liczności.

Tablica 23. 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	45,8	2,8	9,2	40,1	2,1
Miasta	100,0	46,1	0,3	9,7	41,7	2,2
Wieś	100,0	45,2	6,7	8,4	37,7	2,1

Wśród zbadanych gospodarstw domowych w miastach przeważały gospodarstwa domowe pracowników, pracujących na własny rachunek, emerytów i rencistów oraz utrzymujących się z niezarobkowych źródeł. Na wsi dominowały gospodarstwa domowe rolników (92,6%).

Tablica 24. 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	61,8	7,4	64,9	63,7	62,5
Wieś	38,2	92,6	35,1	36,3	37,5

Charakterystyka członków gospodarstw domowych

W wylosowanych do badania gospodarstwach domowych było łącznie 8956 osób. Zbadane gospodarstwa domowe liczyły łącznie 8338 członków, w tym 6992 osoby w wieku 15 lat lub więcej. Wywiad przeprowadzono z 5003 osobami (71,6% zbiorowości przewidzianej do badania). W miastach mieszkało 57,6% zbadanej grupy, a na wsi – 42,4% osób badanych. Przeciętny czas trwania wywiadu wyniósł 34 minuty.

W zbiorowości badanych członków gospodarstw domowych przeważały kobiety (60,9%) zarówno w miastach (61,9%), jak i na wsi (59,6%). Warto odnotować, że przewaga liczebna kobiet nad mężczyznami była wyższa w miastach niż na wsi i wyniosła odpowiednio 23,7 p. proc. i 19,3 p. proc.

Tablica 25. Członkowie gospodarstw domowych według miejsca zamieszkania

Wyszczególnienie	Ogółem	Miasta						Wieś
		razem	poniżej 20 tys.	20–99 tys.	100–199 tys.	200–499 tys.	500 tys. i więcej	
	w odsetkach							
Ogółem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kobiety	60,9	61,9	64,3	60,2	59,0	63,9	62,4	59,6
Mężczyźni	39,1	38,1	35,7	39,8	41,0	36,1	37,6	40,4

Najliczniejszą grupę stanowiły osoby w wieku 65 lat i więcej (32,6%) zarówno wśród kobiet (19,5%), jak i mężczyzn (13,1%). Wśród mieszkańców wsi przeważały osoby wieku 50–64 lat (30,7%), natomiast w miastach osoby w wieku 65 lat i więcej (35,3%).

Tablica 26. 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	6,3	9,0	26,5	25,6	32,6
Kobiety	60,9	3,3	5,7	16,3	16,1	19,5
Mężczyźni	39,1	2,9	3,3	10,2	9,5	13,1

W badanej zbiorowości najwięcej osób zadeklarowało posiadanie wykształcenia średniego (35,3%). W miastach dominowało wykształcenie wyższe (37,3%), natomiast na wsi wykształcenie średnie (32,9%). Odsetek osób z wykształceniem wyższym w miastach był około dwukrotnie wyższy niż osób mieszkających na wsi.

Tablica 27. Członkowie gospodarstw domowych według poziomu wykształcenia i miejsca zamieszkania

Wyszczególnienie	Ogółem	Poziom wykształcenia			
		wyższe	policealne, średnie	zasadnicze (zawo- dowe/branżowe)	gimnazjalne, podstawowe, bez wykształcenia
	w odsetkach				
Ogółem	100,0	29,8	35,3	23,6	11,4
Miasta	100,0	37,3	37,0	17,8	7,8
Wieś	100,0	19,5	32,9	31,4	16,2

Zarówno wśród kobiet (22,4%) jak i mężczyzn dominowało wykształcenie średnie (12,9%). Odsetek kobiet posiadających wykształcenie wyższe był około dwukrotnie wyższy niż wśród mężczyzn.

Tablica 28. Członkowie gospodarstw domowych według poziomu wykształcenia i płci

Wyszczególnienie	Ogółem	Poziom wykształcenia			
		wyższe	policealne, średnie	zasadnicze (zawo- dowe/branżowe)	gimnazjalne, podstawowe, bez wykształcenia
	w odsetkach				
Ogółem	100,0	29,8	35,3	23,6	11,4
Kobiety	60,9	19,8	22,4	11,7	7,1
Mężczyźni	39,1	10,0	12,9	11,9	4,3

Osoby pracujące przeważały wśród mężczyzn (56,4%), mieszkających zarówno w miastach, jak i na wsi (odpowiednio 58,2% i 54,0%). Odnotowano również większy odsetek pracujących wśród osób mieszkających w miastach (50,9%) niż na wsi (47,1%).

Methodological notes (general)

The publication was prepared on the basis of the results of a survey on participation in culture conducted in April 2025. The survey was carried out on a sample of households participating in the household budget survey in the first quarter of 2025 and was another survey in a series of modular surveys. The *Participation in culture* survey is conducted every five years.

Research objectives

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, the use of cultural offers, the development of artistic and hobby interests in the field of culture, and the use of modern means of mass communication, as well as an assessment of the possibilities of using cultural offers and pursuing one's own interests.

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

Characteristics of the research method

The modular survey on *Participation in culture* was conducted immediately after the quarterly interview using the BR-04 questionnaire (*Supplementary information on households*) questionnaire with households in April 2025 by interviewers employed by statistical offices conducting household budget surveys in the field. The use of this method allows selected information obtained from respondents in the household budget survey to be used for analytical purposes without repeating the same questions (e.g., about income or household composition).

Representative household budget surveys use a monthly rotation method, which means that different households are surveyed each month throughout the year. The sampling scheme for the household budget survey used a two-stage, stratified sampling scheme with different probabilities of selection at the first stage. The first-stage sampling units were statistical regions or groups of regions, and at the second stage, dwellings were selected.

The first-stage sampling frame consisted of lists of statistical areas compiled for the purposes of the National Census, updated annually to reflect changes resulting from the administrative division of the country, new construction, and losses in old buildings or changes in the use of premises. For each area, information on address characteristics and data on the number of dwellings were recorded in the sampling frame.

The modular survey is integrated with the basic household budget survey through the household number and linked to data collected in questionnaire BR-01a (*Household Statistical Card*) on the household and its members, questionnaire BR-04 (*Supplementary Information on the Household*) and with household expenditure compiled on the basis of the *Household Budget Booklet* – BR-01.

Research tools

The research tools consisted of two questionnaires: DS-58G *Culture in Households. Household Questionnaire* and DS-58I *Participation in Culture. Individual Questionnaire*.

The household questionnaire (DS-58G) consisted of four sections and was completed based on information about the entire household surveyed, provided by the so-called reference person⁹. The questions contained therein concerned: household characteristics (Section 1) and the conduct of the interview (Section 4), the possession of books and magazines in the household (Section 2), and other cultural items and objects (musical instruments, works of art and antiques, and handicrafts). Finally, respondents were asked for their opinions on the satisfaction of the household's cultural needs in the context of the household's financial possibilities (Section 3).

Section 1 of the questionnaire (5 questions) concerned data identifying the household, including the main source of income and the number of persons aged 15 or more, including those who were interviewed individually.

The questions in Section 2, "Books and magazines in the household" (3 questions), concerned books owned by the household (other than school textbooks), the purchase of newspapers and magazines, and newspaper subscriptions. Questions related to the purchase of non-periodical publications concerned the fourth quarter of 2024, while those related to newspaper and magazine subscriptions concerned the whole of 2024.

In Section 3, "Other information about the household" (5 questions), respondents were asked about having musical instruments (piano or upright piano, accordion or concertina, violin, guitar, flute, and other instruments) and the ownership and purchase of works of art, antiques, and handicrafts. Respondents were also asked about situations in which their household had to give up purchasing cultural goods and participating in various cultural activities in 2024 for financial reasons. One of the questions concerned the assessment of the household's financial possibility to satisfy its cultural needs compared to the situation a year earlier.

Section 4 (3 questions) concerned the conduct of the interview. If the interview was not conducted, the reason for not conducting the interview was recorded.

The tool used to survey household members aged 15 and over was an individual questionnaire with the symbol DS-58I *Participation in culture*, consisting of 11 sections. Sections: "Culture" (3 questions), "Traditions, customs" (2 questions), "Television, film, radio" (6 questions), "Internet use" (2 questions), "Reading habits" (10 questions), "Music, theatre" (8 questions), "Entertainment, social life" (4 questions), "Sightseeing" (4 questions), "Cultural offers of local institutions, amateur and hobby activities" (10 questions) were substantive in nature. As in the case of the household questionnaire, two sections were technical in nature: Section 1. "Characteristics of the person" (2 questions) and Section 11. "Conducting the interview" (3 questions).

Section 2, "Culture" concerned the respondent's associations with the word "culture" their assessment of the importance of culture, and the characteristics that a cultured person should possess.

In Section 3, "Traditions, customs" respondents were asked about the cultivation of traditions in their immediate family (oral traditions, language, customs, etc.) and their individual significance for the respondent.

Section 4, "Television, film, radio" included questions related to the use of television, radio, and forms of paid access to films via the Internet other than television. Questions in this section also concerned the frequency of going to the cinema and watching various categories of films and programs broadcast both on television and elsewhere.

⁹The reference person is the person who is at least 16 years old and has the highest income among all household members.

Section 5, "Internet use" concerned the frequency of Internet use. Respondents were also asked whether and for what purpose they used the Internet for cultural purposes.

In Section 6, "Reading habits" respondents were asked whether they had read or listened to at least one book in 2024, and if not, why not. If the respondent had read or listened to at least one book, they were asked to indicate where they got the book and what genre it concerned (belles-lettres, scientific, professional, popular science, etc.), as well as the approximate number of books read/listened to and the reasons for reading them. The questions also referred to the frequency of reading daily newspapers and magazines (both in print and digital form) and using the library or the Internet to order books. An additional question concerned participation in author meetings.

Section 7, "Music, theatre" concerned activities related to music and theatre. The questions also covered the frequency of attending the theatre, concert halls, and opera, dance, or ballet performances and concerts (other than in philharmonic). Respondents were asked how often they listened to music. An additional question concerned participation in meetings with artists (actors, musicians, composers, visual artists).

In Section 8 "Entertainment, social life" respondents answered questions about how often they attended stage or cabaret events, went to amusement parks or funfairs, went dancing (to discos, clubs, or dance halls), as well as participated in festivals (e.g., music, film, theatre, etc.).

In Section 9, "Visiting" the questions concerned the frequency of visiting historical monuments, museums, or art galleries in the country and abroad, as well as going to zoos, botanical gardens, or planetariums.

Section 10, "Cultural offers of local institutions, amateur and hobby activities" referred to the use of local institutions such as community centres, libraries, and sports and recreation centres. Respondents were asked about their use of various forms of participation in the offers of these institutions (and, if they did not use them, the reasons why), as well as to rate their level of satisfaction with the network of cultural institutions available in their place of residence, the network of retail outlets selling cultural goods, and the cultural offers available in their place of residence and online. Respondents were also asked about the types of hobbies they engage in, their active participation in cultural associations, and sharing the results of their creative work with others. They were also asked about health problems and their impact on limiting the cultural activities of respondents.

The integration of the modular survey with the basic household budget survey made it possible to use some of the information collected in the household budget survey:

- socio-economic group (households of: employees, farmers, the self-employed, retirees and pensioners, and households living on non-earned income – not presented in this publication),
- place of residence (size class of locality: rural areas and towns grouped by number of residents),
- individual characteristics of household members (age, sex, education),
- household equipment (e.g., computer with Internet access, satellite or cable TV receiver),
- household expenditure on culture.

Supplementary information concerning the presentation of the study results

The results of the survey conducted on a sample of households participating in the household budget survey were generalised to the entire population of households.

Data on average household expenditure and household durable goods come from representative household budget surveys conducted in 2024. The household budget survey also provides detailed information on the demographic and social structure of households, i.e., the number, age, sex, education, disability, and economic activity of the members of the surveyed household¹⁰. The study uses the Classification of expenditures on consumer goods and services based on COICOP 2013 (*Classification of Individual Consumption by Purpose*). Among the dozen or so basic groups of household consumption expenditures, a group of expenditures related to recreation, sports, and culture is distinguished. This group includes expenditure on typical cultural, recreational, and sports activities, as well as combined cultural, recreational, and sports activities, from which it is not possible to separate distinct subgroups covering only one type of activity. For this reason, "total cultural" expenditures may be overstated, as they are calculated together with recreation/sports expenditures that cannot be excluded.

The expenditure on activities considered typically cultural, hereinafter referred to as "cultural expenditure," included in this publication covers:

- the purchase of equipment for receiving, recording, and reproducing sound, as well as equipment for receiving, recording, and reproducing sound and images, and other equipment and accessories for receiving, recording, and reproducing sound and images,
- purchase of portable audio and video players,
- purchase of photographic and cinematographic equipment and accessories for photographic and cinematographic equipment, as well as fees for photographic services,
- purchase of recorded and recording media,
- purchase of musical instruments,
- purchase of games and collectibles,
- purchase of belles-lettres books and other books such as guidebooks, dictionaries, etc.,
- purchase of newspapers and magazines,
- admission to the cinema, theatre, concerts, museums, zoos, library fees, etc.,
- radio and television fees,
- fees for renting cultural equipment and accessories,
- fees for repairing audio-visual, photographic, and information processing equipment, and other cultural services.

¹⁰ More information on household budget surveys can be found in the annual publication of the Statistics Poland entitled "Household budgets in ...".

The cultural expenditure discussed here does not include household expenditure related to Internet use, which is classified under "Communication" according to the COICOP classification.

Since 2005, the household budget survey has classified households according to five basic socio-economic groups of the country's population. These are:

- **households of employees** – households whose sole or main (predominant) source of income is employment in the public or private sector; an additional source of income for these households may be a pension, disability pension, or other non-earned income, self-employment on an individual farm and outside an individual farm, or freelance work; this means that income from additional sources is lower than income from paid employment; also presented in the publication broken down into households manual labour positions and non-manual labour positions,
- **households of farmers** – households whose sole or main (predominant) source of income is income from an individual farm used for agricultural purposes; an additional source of income for these households may be a pension, disability pension, or other non-earned income, salaried employment, self-employment outside the individual farm, or freelance work; this means that the income obtained from individual additional sources is lower than the income obtained from the individual farm;
- **households of the self-employed** (outside individual farm in agriculture) – households whose sole or main (predominant) source of income is self-employment outside individual agricultural holdings or the exercise of a liberal profession; additional sources of income may include: salaried employment, use of an individual farm in agriculture, retirement pension, disability pension, or other non-earned income; this means that the income obtained from individual additional sources is lower than the income from self-employment outside an individual farm in agriculture (including income from a liberal profession);
- **households retirees and pensioners** – households whose sole or main (predominant) source of income is a pension or disability pension; additional sources of income may include: other non-earned income apart from pensions or disability pensions (e.g., income from property, family allowances and supplements, gifts), salaried employment, self-employment on an individual farm and outside an individual farm, or freelance work; this means that the income obtained from individual additional sources is lower than the income obtained from pensions; also presented in the publication broken down into households of retirees and households of pensioners;
- **households living on non-earned income** – households whose sole or main (predominant) source of income is non-earned income other than a pension or disability benefit, e.g., unemployment benefits, cash and non-cash benefits granted under the Social Assistance Act, housing allowances, family allowances and supplements, the "Family 800+" child benefit, alimony, donations, income from property ownership and rental; additional sources of income for these households may include: employment, pension, self-employment outside the individual farm, freelance work, or use of an individual farm in agriculture; this means that income from additional sources is lower than income from non-earned sources other than pensions or disability benefits. Due to the small number of households in this group and its high internal diversity, data on households living on non-earned income are not published in this publication.

The presented results of the household budget survey do not include households residing in collective accommodation facilities, i.e., student dormitories, social welfare homes, and others, as well as households of members of the diplomatic corps of foreign countries. Households of foreign nationals residing in Poland permanently or for a long period of time and speaking Polish participate in the survey.

In the 2024 survey on participation in culture, respondents (in accordance with the nomenclature and classification used in the basic household budget survey) were grouped according to the following levels of education attained: tertiary, post-secondary, general secondary, vocational secondary, basic vocational, lower secondary, primary, and no education. For the purposes of presenting the data in this publication, however, a division into four levels of education was adopted:

- tertiary,
- post-secondary, secondary (general, vocational/sectoral)
- basic (vocational/sectoral)
- lower secondary, primary, and without education

The publication presents a breakdown by age group: 15–24, 25–34, 35–49, 50–64, and 65 and more.

The division by size class adopts the generally accepted urban and rural classification, with urban areas divided into the following classes: towns below 20,000 population, towns with 20,000–99,000 population, cities with 100,000–199,000 population, cities with 200,000–499,000 population, and cities with 500,000 or more population.

Data on household expenditure on culture in 2024, derived from annual surveys, are compared in the descriptive section with data for 2023. Data from the 5-year modular survey on population participation in culture in 2024 are compared, where possible, with the results of the previous survey from 2019.

Due to rounding, in some cases the sums of the components may differ slightly from the "total" figures provided.

Method of generalising modular survey results

The results of the survey, conducted on a sample of households participating in the Household Budget Survey, were generalised to the entire household population.

To reduce sampling error and the bias resulting from non-response, a method was adopted that takes into account:

- the probabilities of selecting apartments and households,
- the population structure of households and individuals according to current demographic data.

Therefore, the following weights were calculated:

- $w1$ – sampling weight,
- $w2$ – weight taking into account the demographic structure of households and the population.

The weight $w1$ for households results from the adopted sampling plan. This weight is equal to the inverse of the probability of selecting the apartment in which the surveyed household resides.

The sampling weights $w1$ do not satisfactorily reflect the studied population in terms of population structure and household size. Therefore, the next step was to calculate the weights $w2$ based on the weights $w1$. For this purpose, a weight calibration method was used. The following additional variables were used on the number of households by size: 1-person, 2-person, 3-person, 4-person, and 5 or more, broken down into urban and rural areas. Information on sex and age group (10 age groups) was used for the population. The values of these variables were derived from current demographic estimates. These are the same values used to calibrate the weights in the 2024 Household Budget Survey.

The goal of calibration is to "correct" the weight w_1 as little as possible, so that the ratio of the final weight w_2 to the weight w_1 is as close to unity as possible, while at the same time ensuring that generalisations using the final weights reproduce the established external data.

The calibration problem can be formulated by introducing a so-called distance function $G\left(\frac{w_2}{w_1}\right)$, which will control the deviations of the weight ratio from unity. The "calibrated" weights w_2 are the solution to the following constrained optimisation problem:

$$\text{minimum: } \sum_j w_{1j} G\left(\frac{w_{2j}}{w_{1j}}\right),$$

with the constraints:

$$\sum_j w_{2j} x_{rj} = X_r, (r = 1, 2, \dots, p)$$

where:

j – household number,

p – number of auxiliary variables used for calibration,

X_r – global value for auxiliary variable r ,

x_{rj} – value of feature r in household j .

The optimisation problem formulated above is solved using appropriate numerical methods that iteratively arrive at an approximate solution. Various forms of the distance function G can be used in practical solutions to this problem. A method based on the hyperbolic sine function was used to calculate the weights for the cultural participation study, due to its demonstrated practice-based property of obtaining distributions of calibrated weights very closely centered around the initial values. Additionally, so-called "weight trimming" was applied. This procedure aimed to limit the dispersion of the weights, which could result in an excessive increase in the variance (decreased precision) of the estimators. This method yielded weights for the households.

Due to individual non-response rates, individual weights were then created. These weights were calculated based on the response rates for each age group and sex. For each individual, the weight was calculated by multiplying the weight for the household to which the individual belonged by the inverse of the response rate for that age group and sex.

Random and non-random errors

In statistical research, error is defined as the difference between the value obtained in the study and the true value. Two basic types of error are generally distinguished: random and non-random.

Random errors occur only in sample-based studies. They occur because in a representative study, inferences are made about the entire population based on a sample. The results obtained from this sample, when generalised to the entire population, may yield results that differ from those obtained from a full study. Therefore, after conducting the study, the degree of precision of the obtained results is determined, or more precisely, the degree to which the obtained parameter estimates represent the entire population is examined. The standard error is a measure of precision. To assess the precision of the study participation in culture, fraction estimates and standard errors were calculated for key variables.

Non-random errors are unrelated to sampling and arise from various other causes at all stages of the study. They occur in both sample-based studies and full studies.

Characteristics of households

The modular survey *Participation in culture* was completed by 3,397 (93.0%) of the 3,651 households randomly selected for the survey in the first quarter of 2025. A total of 2,083 households in urban areas (61.3% of all households surveyed) and 1,314 (38.7%) in rural areas were surveyed. The average interview duration was 19 minutes.

The surveyed population of households was dominated by households of employees, which accounted for 45.8% of all households whose main source of income was paid employment. The next largest group of households were retirees and pensioners – 40.1%. Households living on non-earned income had the smallest share (2.1%). It is worth noting that among rural households, households of farmers (6.7%) ranked fourth in terms of size.

Table 23. Households by socio-economic group and place of residence

Specification	Grand total	Households of:				
		employees	farmers	the self-employed	retirees and pensioners	living on non-earned income
	in percentage					
Total	100.0	45.8	2.8	9.2	40.1	2.1
Urban areas	100.0	46.1	0.3	9.7	41.7	2.2
Rural areas	100.0	45.2	6.7	8.4	37.7	2.1

Among the surveyed urban households, the majority were households of employees, of the self-employed, of retirees and pensioners, and those living on non-earned income. Households of farmers dominated in rural areas (92.6%).

Table 24. Household diversity by socio-economic groups and place of residence

Specification	Households of:				
	employees	farmers	the self-employed	retirees and pensioners	living on non-earned income
	in percentage				
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Urban areas	61.8	7.4	64.9	63.7	62.5
Rural areas	38.2	92.6	35.1	36.3	37.5

Characteristics of household members

The sampled households comprised a total of 8,956 individuals. The surveyed households had a total of 8,338 members, including 6,992 individuals aged 15 or older. Interviews were conducted with 5,003 individuals (71.6% of the study population). 57.6% of the respondents lived in urban areas, while 42.4% lived in rural areas. The average interview duration was 34 minutes.

Women predominated among the surveyed household members (60.9%), both in urban areas (61.9%) and rural areas (59.6%). It is worth noting that the numerical predominance of women over men was higher in urban areas than in rural areas, reaching 23.7 percentage points and 19.3 percentage points, respectively.

Table 25. Household members by place of residence

Specification	Grand total	Urban areas						Rural areas
		total	Below 20,000 population	20–99 thousands population	100–199 thousands population	200–499 thousands population	500 thousands or more population	
		in percentage						
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Women	60.9	61.9	64.3	60.2	59.0	63.9	62.4	59.6
Men	39.1	38.1	35.7	39.8	41.0	36.1	37.6	40.4

The largest group consisted of persons aged 65 and more (32.6%), both among women (19.5%) and men (13.1%). Among rural residents, people aged 50–64 (30.7%) predominated, while in urban areas, the majority were people aged 65 and more (35.3%).

Table 26. Household members by age group and sex

Specification	Grand total	Age groups				
		15–24 years	25–34	35–49	50–64	65 years and more
		in percentage				
Total	100.0	6.3	9.0	26.5	25.6	32.6
Women	60.9	3.3	5.7	16.3	16.1	19.5
Men	39.1	2.9	3.3	10.2	9.5	13.1

In the surveyed population, the majority of people declared having a secondary education (35.3%). In urban areas, tertiary education predominated (37.3%), while in rural areas, secondary education predominated (32.9%). The percentage of people living in urban areas with a tertiary education was approximately twice as high as that of those living in rural areas.

Table 27. Household members by level of education and place of residence

Specification	Grand total	Level of education			
		tertiary	post-secondary, secondary	basic (vocational/sectoral)	lower secondary, primary, without school education
		in percentage			
Total	100.0	29.8	35.3	23.6	11.4
Urban areas	100.0	37.3	37.0	17.8	7.8
Rural areas	100.0	19.5	32.9	31.4	16.2

Secondary education was the most common level of education among both women (22.4%) and men (12.9%). The percentage of women with tertiary education was approximately twice as high as that of men.

Table 28. Household members by education and sex

Specification	Grand total	Level of education			
		tertiary	post-secondary, secondary	basic (vocational/sectoral)	lower secondary, primary, without school education
		in percentage			
Total	100.0	29.8	35.3	23.6	11.4
Women	60.9	19.8	22.4	11.7	7.1
Men	39.1	10.0	12.9	11.9	4.3

Working persons predominated among men (56.4%), living in both urban and rural areas (58.2% and 54.0%, respectively). A higher percentage of working persons was also recorded among urban residents (50.9%) than among rural residents (47.1%).