

*Raport został opracowany na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego jako jeden z **Raportów o Stanie Kultury**, podsumowujących zmiany, jakie dokonały się w sektorze kultury w Polsce w ciągu ostatnich dwudziestu lat.*

*Treści zawarte w Raportach o Stanie Kultury odzwierciedlają wyłącznie poglądy ich autorów.*

*Raporty o Stanie Kultury obejmują następujące obszary tematyczne:*

- *Raport o stanie i zróżnicowaniach kultury miejskiej;*
- *Raport o finansowaniu i zarządzaniu instytucjami kultury;*
- *Raport o systemie ochrony dziedzictwa kulturowego;*
- *Raport o muzeach;*
- *Raport o wzornictwie;*
- *Raport o rynku dzieł sztuki;*
- *Raport o książce;*
- *Raport o teatrze;*
- *Raport o tańcu współczesnym;*
- *Raport o kinematografii;*
- *Raport o szkolnictwie artystycznym;*
- *Raport o edukacji kulturalnej;*
- *Raport o digitalizacji dóbr kultury;*
- *Raport o mediach audiowizualnych;*
- *Raport o promocji kultury polskiej za granicą.*

Wojciech Burszta, Mirosław Duchowski, Barbara Fatyga, Jacek Nowiński, Mirosław  
Pęczak, Elżbieta Anna Sekuła, Tomasz Szlendak

przy współpracy Alberta Hupy i Piotra Majewskiego

**RAPORT O STANIE I ZRÓŻNICOWANIACH KULTURY MIEJSKIEJ W  
POLSCE**

**Warszawa, marzec 2009**

Raport opracowany na zlecenie Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, jako jeden  
z Raportów o Stanie Kultury.

## Spis treści

- 1. Wstęp – o przyjętej koncepcji kultury w kulturoznawczej perspektywie badawczej** (Barbara Fatyga, Wojciech J. Burszta)
- 2. Tożsamość kulturowa** (Wojciech J. Burszta)
  - 2.1. Wymiary tożsamości kulturowej**
    - 2.1.1. Patriotyzm i tradycja
    - 2.1.2. Wielokulturowość
    - 2.1.3. Tożsamość typu *insert*
  - 2.2. Wnioski
  - 2.3. Rekomendacje
- 3. Świadomość kulturalna jako świadomość kulturowa. Analiza dyskursów o „człowieku kulturalnym” i „kulturze”** (Barbara Fatyga)

Cel analiz i hipoteza

  - 3.2. Wyniki analiz**
    - 3.2.1. Wzorzec człowieka kulturalnego
    - 3.2.2. Dyskursy o kulturze (współautor Albert Hupa)
- 4. Gust estetyczny** (Mirośław Duchowski, Elżbieta Anna Sekuła)
  - 4.1. Czy (cicha) rewolucja kulturowa u bram?
  - 4.2. Dynamika gustu estetycznego
  - 4.3. Końcowy wniosek z badania gustu estetycznego
  - 4.4. Rekomendacje
- 5. Czas wolny** (Barbara Fatyga na podstawie tekstu Mirośława Pęczaka)
  - 5.1. Zmiana sposobu rozumienia i badania czasu wolnego: czas wolny *versus* czas dla siebie

**5.2. Treściowa zawartość kategorii i subkategorii czasu wolnego oraz zróżnicowania sposobów spędzania czasu wolnego**

**5.3. Wnioski**

**5.4. Rekomendacje**

**6. Aktywność kulturalna (Barbara Fatyga na podstawie tekstu Tomasza Szlendaka)**

**6.1. Charakterystyka społecznego uczestnictwa w kulturze**

**6.1.1. Potencjalni odbiorcy kultury**

**6.1.2. Typy ludzi aktywnych we współczesnej kulturze**

**6.2. Konsekwencje „śmietnika symbolicznego” dla zachowań kulturalnych**

**6.3. Zrekonstruowany w badaniach model powinnościowy aktywności kulturalnej**

**7. Instytucje kultury (Barbara Fatyga na podstawie tekstu Jacka Nowińskiego)**

**7.1. Definicja instytucji kultury i ich wstępna charakterystyka**

**7.2. Główne zmiany w obszarze instytucji kultury w okresie 1989-2008**

**7.3. Wnioski z badań**

**7.3.1. Stan infrastruktury**

**7.3.2. Pracownicy instytucji kultury**

**7.3.3. Działalność instytucji kultury**

**7.3.4. Praktyka ewaluacyjna, sponsoring a wyniki badań**

**7.3.5. Odbiorcy działań: ich postrzeganie przez profesjonalistów a ich opinie o instytucjach kultury**

**8. Wykorzystana literatura**

## **1. Wstęp – o przyjętej koncepcji kultury w kulturoznawczej perspektywie badawczej (Barbara Fatyga, Wojciech J. Burszta)**

Raport ten zawiera wyniki badań empirycznych, przeprowadzonych pod kierunkiem Wojciecha Burszty, przez interdyscyplinarny zespół badawczy z kilku ośrodków akademickich i jednej biblioteki w Polsce, na zlecenie Narodowego Centrum Kultury. Całe to złożone, kilkumodułowe przedsięwzięcie badawcze zostało zrealizowane między majem a grudniem 2008 r.<sup>1</sup>

Przedstawiany tu projekt badawczy jest nietypowy pod kilkoma względami, które warto wymienić.

Po pierwsze, próbujemy nawiązać do tradycji badań kultury w naszym kraju – bogatej, ale w okresie tzw. transformacji ustrojowej w zasadzie zerwanej. (Nie bez kozery autorzy odnoszą się bądź bezpośrednio, bądź pośrednio do modelu badania kultury Antoniny Kłoskowskiej i jej uczniów). Z drugiej strony jednak można by rzec, iż nasze nawiązania do tradycji badawczej (ale i do aktualnych koncepcji kultury) częściej są ich krytyką i kontestacją niż kontynuacją. Drugim takim „dwuznacznym patronem” raportu jest przede wszystkim Pierre Bourdieu, którego pojęcia (jak doxa, przemoc symboliczna czy kapitał kulturowy) i pewne konceptualizacje (jak choćby koncepcja gustu estetycznego) wielokrotnie tu wykorzystujemy. Nie podzielamy wszelako (bo nie możemy) jego mocno już dzisiaj – a zwłaszcza w warunkach polskich – anachronicznej wizji kultury wtopionej w hierarchiczną strukturę stabilnego społeczeństwa. Często, chociaż nie bezkrytycznie, odwołujemy się również do koncepcji kanoniczności kultury Andrzeja Szpocińskiego. Kolejnym naszym

---

<sup>1</sup> Próba 22 miast do badania na podstawie którego powstał raport, została dobrana przez prof. prof. W. Bursztę, B. Fatygę i dr M. Pęczaka, po analizie ich wstępnych charakterystyk kulturowych (między innymi szczegółowych danych o miastach i ofercie działających w nich instytucji zamieszczonych w Internecie). W próbie tej znalazły się: Szczecin, Świnoujście, Poznań, Gorzów Wielkopolski, Wrocław, Polkowice/Lubin, Trójmiasto (reprezentowane przez Sopot), Elbląg, Łódź, Żyrardów, Katowice, Mikołów, Kraków, Wadowice, Rzeszów, Radom, Warszawa, Płońsk, Białystok, Supraśl, Olsztyn, Szczytno. W każdym z miast przeprowadzono średnio po 10 wywiadów z pracownikami instytucji kultury i z mieszkańcami. W efekcie analizie poddano 207 wywiadów.

patronem teoretycznym jest Jerzy Kmita, który proponuje badaczom, by w opozycji do trendów dominujących na przykład w tzw. studiach kulturowych poszukiwali wspólnej płaszczyzny, a nie budowali kolejne podziały oparte na przesłance, że kultura tworzy nade wszystko „różnice”, i tylko one w istocie się liczą. Otóż – *avant la lettre* – uprzedzamy, że na absolutyzowanie różnic nie pozwolił nam – po prostu – zebrany materiał empiryczny. Warto też dodać, iż – zdaniem Kmity – kultura winna być traktowana serio jako rzeczywistość *vorhanden*, żeby odwołać się do tradycji Martina Heideggera, przypomnianej ostatnio przez Zygmunta Baumana<sup>2</sup>. Kmita nie kryje długu, jaki zaciągnął u antropologów społeczno-kulturowych (na przykład u Warda Goodenougha i – szerzej – u tych badaczy inspirowanych ideami niemieckich nauk o kulturze, którzy tworzą konceptualizację świata ludzkiej intencjonalności). Wbrew temu, co możemy przeczytać w pismach niektórych dzisiejszych „koneserów zróżnicowania”, za jakich uchodzą antropolodzy, autor ten nie uważa kultury za pojęcie podejrzanе i mało przydatne. Jest stronnikiem i obrońcą takiego rozumienia kultury, sytuującego ją w sferze wiedzy, przekonań, kodów poznawczych, które w szczególności mogą przyjmować postać sądów normatywnych i dyrektywalnych. Kultura jest rzeczywistością mentalną, która charakteryzuje kategorialnie wyodrębnione społeczności. Taką też koncepcję kultury podzielają (oczywiście, w ogólnym zarysie) autorzy tego raportu. Z analitycznego punktu widzenia na jej całokształt składają się zespoły dziedzin techniczno-użytkowych (instrumentalna sfera kultury) oraz kultura symboliczna, którą Kmita woli teraz nazywać (i słusznie) „kulturą operowania symbolami”.

Otwiera się tutaj pole do precyzowania takiego ramowego **ujęcia kultury jako wiedzy** w najogólniejszym rozumieniu<sup>3</sup>. Podobnie jak Kmita, nie widzimy powodu, dla którego mielibyśmy rezygnować zarówno z ramowej charakterystyki kultury, jak i z jej szczegółowych, wielostronnych interpretacji. Jak sobie wyobrażamy, dzisiejsze kulturoznawstwo, jeśli nie ma się ograniczać do fajerwerków „różnicowania”, musi

---

<sup>2</sup> Pierwszy szkic książki *Konieczne serio ironisty* (Kmita 2008) kończy się taką oto deklaracją autora, dotyczącą tego, czym zajmie się on w szkicu kolejnym: „Zmierzam mianowicie do prezentacji obszaru, na który w swoim czasie wdarł się człowiek i dzięki temu zaczął *konstruować* świat i siebie samego. Obszar ten nazywam *kulturą*” (s. 36). Czyż nie odpowiada to przejściu z rzeczywistości *zuhanden* do trudu *vorhanden*?

<sup>3</sup> Zob. rozdziały o tożsamości i świadomości kulturalnej w tym raporcie.

wyraźniej łączyć namysł nad teorią z rzetelnymi studiami empirycznymi. W całej rozciągłości dotyczy to zarówno przywołanej, modnej tradycji anglosaskich *cultural studies*, jak i wielu polskich wariantów „kulturoznawstwa z przypadku”. I jeszcze uwaga ostatnia. Jak wiadomo, składowymi wiedzy o kulturze, obejmowanej mianem kulturoznawstwa, są bardzo różne sfery działań nastawionych na interpretację: kultury tożsamościowe, sztuki plastyczne, literatura, film, telewizja, media elektroniczne, architektura, „kultura konwergencji” itd. Pogłębia się tendencja do szatkowania i specjalizacji wiedzy, rutynowo jedynie klasyfikowanej jako kulturoznawcza. Kulturoznawstwo sprawia dzisiaj wrażenie dyscypliny wiedzy, której ambicją jest nade wszystko „przylegać” do rozczłonkowanej w ten sposób rzeczywistości. Na tej zasadzie bardzo łatwo zinterpretować kolejną filmową premierę, ale bardzo trudno wyjaśnić fakt, że ludzie zwykli robić pewne rzeczy w ustalony sposób, dokonywać takich a nie innych wartościowań, mimo iż rzekomo tworzą już wyłącznie „wspólnoty szatniowe” (por. w szczególności drugą część raportu poświęconą opisowi życia kulturalnego). Tu zasygnalizujmy tylko, że fakt, iż mamy do czynienia z **kсенogamią kultur** wcale nie oznacza, iż nie wypada już być (lub nie jest się) monogamicznym.

Po drugie, nawiązując do zdań kończących poprzedni wątek, trzeba jeszcze koniecznie zaznaczyć, że wyniki badań co najmniej poddają w wątpliwość wiele obiegowych, potocznych sądów o kulturze współczesnej – co, oczywiście, w całym raporcie staraliśmy się skrupulatnie wykazywać. Raport nie tylko podważa różne przeświadczenia profanów, lecz i krytycznie odnosi się do wielu mód naukowych, panujących niewątpliwie w diagnozowaniu kultury. Wiadomo na przykład, że „łatwo, lekko i przyjemnie” jest napisać diagnozę opierając się na ciągle popularnych w naszym kraju conceptach tzw. postmodernistycznych (ponowoczesnych) lub którejs z teorii kultury popularnej, spośród obecnie dyskutowanych na naukowych salonach. Łatwo jest pisać o „supermarketyzacji kultury”, o „konsumpcjonizmie w kulturze”, z lekką wyższością przyglądać się krzątaniu „zwykłych” ludzi, którzy muszą sobie radzić ze „zglobalizowaną” – *en bloc* naturalnie – kulturą popularną. Dodajmy, że niebywała kariera, jaką robią dziś w świecie wspomniane wyżej studia kulturoznawcze, tyleż zadziwia, co przyprawia o ból głowy przedstawicieli humanistyki, którzy uważają, iż kulturoznawstwo to dyscyplina wiedzy o tak nieokreślonym, a przy tym hybrydycznym charakterze, że aż dokładnie nie wiadomo, co mianowicie pragnie ona badać. Któż nie chciałby być dzisiaj profesjonalnym „znawcą kultury”, wszak to zawsze jakoś nobilituje,

zwłaszcza gdy zewsząd słyszy się, powtarzany jak mantrę sąd, że „kultura jest wszędzie”, że kultura jest ważna, że wiek XXI będzie „wiekiem kultury” (Hardt, Negri 2005).

Kiedy otworzymy wydane niedawno polskie tłumaczenie, poważnego skądinąd, podręcznika brytyjskich *cultural studies*, bez trudu znajdziemy potwierdzenie obaw wywołanych przez te modne przekonania. Widać tam bowiem niebawmy ekspansjonizm i niefrasobliwość w podejściu do badań, jakie prezentują zwolennicy „kulturowego zwrotu” w humanistyce. Cytowani autorzy powiadają, że zakresy znaczeniowe pojęcia kultury są tak zróżnicowane, iż może ono obejmować „Szekspira, ale także komiksowego Supermana, operę, ale także futbol amerykański, problem, kto zmywa naczynia w domu, ale także strukturę urzędu Prezydenta Stanów Zjednoczonych Ameryki” (Baldwin i in. 2007, s.24). Co więcej: „Istnieje coś takiego, jak kultura twojej ulicy, twojego miasta, kraju, ale kulturę znajdziemy też na drugim krańcu świata. Dzieci, nastolatki, dorośli i emeryci – wszyscy oni mają własne kultury, zarazem jednak mogą uczestniczyć w kulturze wspólnej” (tamże). Czy w sytuacji tak ogromnej proliferacji sensów pojęcia kultura warto się nim w ogóle posługiwać? Czy istnieje jakikolwiek wspólny mianownik, płaszczyzna, na której są w stanie rozpoznać się i porozumieć kulturoznawcy operujący dowolnie pojęciem aż tak ksenogamicznym, że sprawia wrażenie całkowicie wyzbytego walorów analitycznych? Potrzeba uzyskania odpowiedzi na te i inne pytania jest dobrym powodem uzasadniającym konieczność stałego monitorowania stanu kultury.

Po trzecie – metoda! Jak ognia staraliśmy się unikać pisania z tzw. głowy. Najogólniej przyjętą w raporcie metodologię można wywieść ze zmodyfikowanej na różne sposoby tradycji teorii ugruntowanej (Corbin, Strauss 1997; Konecki 2000; Fatyga 2000b). W każdym razie podstawą przeprowadzonych analiz były: solidna lektura danych, ich wielokrotne kodowanie według kategorii o różnych stopniach ogólności i – dopiero po tych zabiegach – interpretacja oparta na rozumiejącym i „gęstym” opisie. Ponieważ dołączamy, jak to już sygnalizowaliśmy, wiele aneksów, to stwierdzimy tylko jeszcze, iż sądzimy nieskromnie, że kardynalną zasadę jawności warsztatu udało się tu zachować.

Po czwarte – czas realizacji tak dużego przedsięwzięcia był absolutnie niewystarczający. Ma to oczywiście konsekwencje dla kształtu raportu: jest on raczej początkiem analiz zebranego, bardzo wartościowego materiału niż ich ostatecznym rezultatem.

Po piąte: warto zwrócić uwagę na demograficzny, społeczny i kulturowy *background* grona badaczy (nie tylko przecież autorów raportu) realizujących ten projekt. Są to ludzie albo/i młodzi, albo/i otwarci na dynamizm i zmiany kultury, czynnie w niej uczestniczący i *potrafiący korzystać* – jak mówili nasi respondenci – z rozmaitych kodów kulturowych. Stąd na przykład metaforyka i ogólniej język raportu jest realizacją słynnego postulatu Clifforda Geertza o potrzebie przejścia w języku humanistyki od dziewiętnastowiecznej metaforyki tłoków i mechanizmów do metaforyki ludycznej: „Czym dla fizyka była dźwignia, tym dla socjologii – powiada Geertz – mogą stać się reguły szachowe”. W szczególności autorzy raportu nie są już na pewno – jak dosadnie wyraża to cytowany autor „psami łańcuchowymi wysokiej kultury” (tamże, s.235), chociaż pozostają admiratorami jej najcenniejszych wartości, które w istocie rzeczy **zawsze były kontrkulturowe**.

## 2. Tożsamość kulturowa (Wojciech J. Burszta)

W naszym badaniu przyjęliśmy najbardziej ogólne, a jednocześnie dające się operacjonalizować rozumienie tożsamości kulturowej. Chodzi zatem o takie ujęcie, które odnosi ją z jednej strony do identyfikacji grupowo-terytorialnych (Skąd jestem? Z jaką grupą się utożsamiam? Kto jest „swój”, a kto „obcy”?), a z drugiej do sfery identyfikacji „wyobrażonych”, kształtowanych przez doświadczenia medialne oraz uczestnictwo w kulturze nie dającej się określać w terminach tych pierwszych (ten drugi aspekt współczesnej tożsamości, coraz istotniejszy także w Polsce, Arjun Appadurai nazwał „współczesną ekumeną wyobraźni”; Appadurai 2005) – z jakimi treściami kultury się utożsamiam, a które są dla mnie obce? Pisząc o tożsamości kulturowej mamy więc na uwadze zarówno tzw. tożsamości „przenikające”, narzucone (narodowość, grupa lokalna, tradycje rodzinne, religia), jak i tożsamości złożone, sytuacyjne. Badania potwierdziły słuszność takiej drogi rozumowania, przynosząc dowody, że istotnie Polacy mają dzisiaj do wyboru wiele różnych tożsamości, zdają sobie z tego sprawę, ale nie zawsze decydują się na „balansowanie” między tymi możliwościami, co zwłaszcza dotyczy średniego i starszego pokolenia zamieszkującego środowiska małomiasteczkowe. Wyraźnie zaznaczyła się prawidłowość, że tendencja do poszukiwania tożsamości „na własną rękę”, niejako poza presją tożsamości przenikających, jest najbardziej widoczna w dużych aglomeracjach – w sposób jaskrawy w Warszawie, w

widoczny – w Krakowie, Wrocławiu, Łodzi i Poznaniu<sup>4</sup>. Co więcej, okazuje się, że odniesienie do standardowych zmiennych analizy socjologicznej nie daje już podstaw do rozstrzygnięcia o zakresie i sposobach uczestnictwa w kulturze członków różnych klas społecznych (jak chciał Pierre Bourdieu) – nie dostarcza już wiarygodnych przesłanek do przewidywania wyborów kulturalnych. Badania potwierdziły, znaną skądinąd tezę Daniela Bella, że identyfikacja społeczna, klasowo-warstwowa traci na znaczeniu i zostaje zastąpiona identyfikacją kulturalną opartą na indywidualnych wyborach zakresu i poziomu uczestnictwa w kulturze. Liczy się „smak kulturalny”, gust, styl życia i wybory obyczajowe. Mamy zatem do czynienia z autonomią aktywności kulturalnej względem usytuowania w strukturze społecznej, ale w zupełnie inny sposób niż działo się to w realiach społeczeństwa socjalistycznego. Dekompozycja cech położenia klasowego, do której doszło do roku 1989, teraz przejawia się w taki sposób, iż poziom uczestnictwa i świadomości kulturalnej ściśle wiąże się z możliwościami dostępu do oferty kulturalnej, która nie ogranicza się do instytucji, ale pozwala na indywidualne wybory treści kultury, zdecydowanie jednak zależne od mobilności społecznej i sytuacji materialnej.

Pojęcie tożsamości kulturowej jest o tyle istotne, że pozwala lepiej zrozumieć dokonywane przez współczesnych Polaków wartościowanie w sferze wyborów różnych treści kultury. Ostatnie dwadzieścia lat pokazuje bowiem, jak różnicuje się sposób korzystania z kapitału kulturowego w zależności od tego, który wymiar tożsamości jest istotniejszy: czy ten tradycyjny, lokalnie zakorzeniony, „przenikający”, czy ten bardziej otwarty, kosmopolityczny, wynikający z próby identyfikacji ze „wspólnotą wyobraźni” budowaną ponad granicami lokalnymi i narodowymi. Kapitał kulturowy traktujemy przy tym jako wiedzę i kompetencje pozwalające odwoływać się do wartości kultury symbolicznej. Może się on przejawiać w trojkiej postaci: (1) **w formie zinstytucjonalizowanej** pod postacią dyplomów i innych dokumentów zaświadczających o posiadanym wykształceniu; (2) **w formie ucieleśnionej**, wyrażającej się znajomością konwencji i form kulturowych (w tym także gustem estetycznym), znajomością języka, wzorców uprzejmości i innych nieformalnych kompetencji kulturowych (głównie w ramach socjalizacji dokonującej się w rodzinie); (3) **w formie zmateralizowanej** pod postacią posiadania przez daną osobę

---

<sup>4</sup> Zob. punkt pt. „Patriotyzm i tradycja”.

konkretnych obiektów o wartości kulturowej<sup>5</sup>. Za najistotniejszą przyjęliśmy drugą formę kapitału kulturowego, której w istocie dotyczyły przeprowadzone badania.

Podstawowa trudność wnioskowania o tożsamości kulturowej wynika z niemożności bezpośredniego zwracania się do badanych osób z pytaniami, które dotyczyłyby wspomnianych wcześniej „dwóch twarzy” ich tożsamości; można zatem powiedzieć, że wprawdzie tożsamość kulturowa respondentów jest ramą organizującą ich sądy i wartościowania, ale o treści tej ramy daje się wnioskować tylko pośrednio – na podstawie deklarowanych przez nich norm i dyrektyw, dokonywanych wyborów treści i ich uzasadnienia. **W tym rozumieniu wszystkie teksty składające się na treść raportu dotyczą w istocie zagadnienia tożsamości kulturowej.**

Wychodzimy z założenia, że tożsamość nie może być analizowana w sposób poprawny w oderwaniu od autointerpretacji dokonywanych przez ludzi – także w dziedzinie ich wyborów kulturalnych. Podążamy śladem Charlesa Taylora, który tak rozwinął tę myśl:

„Jesteśmy podmiotami jedynie dzięki temu, że pewne sprawy coś dla nas znaczą. To, czym jestem jako podmiot, moja tożsamość, jest określone zasadniczo przez sposób, w jaki rzeczy mają dla mnie znaczenie [...]. Pytanie o to, kim jest dana osoba, zadane w oderwaniu od jej interpretacji samej siebie, jest pytaniem całkowicie źle postawionym i z zasady nie istnieje na nie odpowiedź [...]. Nie jesteśmy podmiotami w sposób, w jaki jesteśmy organizmami, ani też nie mamy podmiotowości w sposób, w jaki mamy serca czy wątroby. Jesteśmy żywymi istotami wyposażonymi w te organy zupełnie niezależnie od naszego rozumienia samych siebie, naszych autointerpretacji i znaczeń, jakie mają dla nas rzeczy. Podmiotami jesteśmy natomiast o tyle, o ile poruszamy się w pewnej przestrzeni pytań” (Taylor 2001, s. 65-66).

---

<sup>5</sup> Odwołujemy się tutaj do rozumienia kapitału kulturowego zaproponowanego przez Pierre’a Bourdieu, zwłaszcza do jego definicji; zob Bourdieu 1986; por. omówienie teorii Bourdieu i próbę jej aplikacji do warunków Europy Wschodniej w pracy: Tomasz Zaryckiego *Kapitał kulturowy. Inteligencja w Polsce i w Rosji* (2008).

## 2. 1. Wymiary tożsamości kulturowej

### 2.1.1. Patriotyzm i tradycja

Dużą przesadą byłoby stwierdzenie, że polskie społeczeństwo staje się ponowoczesne z punktu widzenia wyznawanych wartości i przemian w preferencjach kulturalnych. Nieomal wszyscy badani podkreślali – różnie oczywiście rozumiany – **związek z tradycją**. Najczęściej pod mianem tradycji kryją się po prostu wyniesione z domu kompetencje kulturalne, a więc to, co nazywamy kulturą (kapitałem) ucieleśnionym. Zakłada się, że dobre, tradycyjne wychowanie w wartościach albo narodowych, albo religijnych, albo wynikających z przecięcia się tych wartości z przywiązaniem do miejsca zamieszkania, ciągle wyznacza horyzont osoby, którą można określić mianem kulturalnej. Badani pytani o to, czy mają bardziej konserwatywny czy nowoczesny stosunek do świata, wyraźnie deklarowali związek ich sposobu myślenia z tradycją, która daje oparcie w sytuacji zmieniania się wartości i treści związanych z medialną popkulturą. Osoba kulturalna to taka, która nie odcina się od tradycji, „potrafi się zachować”, odpowiednio wyrażać itd., ale także – jest otwarta na innych. Wśród wartości uznawanych za związane z tradycją (polską i lokalną w równej mierze) na pierwszym miejscu sytuuje się patriotyzm; jest to widoczne zwłaszcza – co nie zaskakuje – w starszym pokoleniu, ale także dzisiejsi pięćdziesięciolatkowie, zarówno w dużych, jak i średnich miastach, podkreślają wagę przywiązania do tradycji narodowych. Zaskakujący jest jednak stopień identyfikowania się z tradycyjnym światopoglądem i konserwatywną postawą wobec współczesności wśród pokolenia ludzi młodych – postawa kosmopolityczna nie jest popularna, co więcej – raczej nie wiadomo, na czym taki kosmopolityzm miałby polegać. Dowodzi to ciągle silnej roli tożsamości przenikających, które wręcz się przywołuje jako warte pielęgnowania i podkreślania. Tożsamość z wyboru – można domniemywać – traktowana jest jako coś o wiele bardziej ulotnego, coś, co można utracić, i jeśli nie ma się wówczas oparcia w tradycji, utracić w ogóle „życiowy żyroskop”.

Badania nie dają jednak podstaw do stawiania tezy o polskim nacjonalizmie jako powszechnej postawie społecznej w konfrontacji w kulturową obcością (nieco inaczej wygląda to w Supraślu i Białymstoku w obliczu mniejszości białoruskiej i Kościoła prawosławnego). Nie jest to w każdym razie istotny aspekt przy uzasadnianiu własnych przekonań co to tego, co powinno być objęte szczególną opieką w sferze kultury – „polskość”

treści nie jest stawiana jako kryterium „wartościowej” kultury w zderzeniu z kulturą „niewartościową”. Jak jednak rozumiane jest samo pojęcie kultury?

Kultura jest ujmowana bardzo tradycyjnie i wartościująco – są to trwałe wytwory z dziedziny przede wszystkim szeroko rozumianej twórczości artystycznej. To rozumienie ma charakter enumeratywny i w obrębie wymienionego spektrum możliwości wskazuje się na te wartości kultury, z którymi utożsamia się badany. I w tym względzie oddziaływanie tradycji ciągle jest dostrzegalne, ale dochodzi tutaj do znamiennego przesunięcia. Otóż najstarsze pokolenie wyraźnie traktuje treści kultury masowej lat pięćdziesiątych i sześćdziesiątych XX wieku, a więc okresu PRL, jako treści kultury wysokiej, jeśli porównać je z dzisiejszymi produktami popkulturowymi rodzimego chowu. Jedna z respondentek odwoływała się w tym kontekście do dorobku Marii Koterbskiej i Ireny Santor, przeciwstawiając ich piosenki wytwórczości szansonistki Dody. Nie ma jednak żadnego dającego się wyodrębnić kanonu „wartościowej” kultury, za jakim opowiadaliby się badani. Jest raczej tak, że trzeba sobie ten kanon rekonstruować, ale zawsze w konfrontacji ze stanem dzisiejszej kultury, w której za wiele się dzieje i trudno w niej znaleźć znaki orientacyjne. Jest to na pewno kwestia pokoleniowa, bo ludzie młodzi bez problemu poruszają się w spektrum możliwości im dostępnych i tworzą własne już hierarchie popkulturowe, funkcjonujące dokładnie według – przeniesionej z innego kontekstu – zasady „wartościowe-obciachowe”. W obrębie tych wartościowań inaczej rozumie się oczywiście tradycję i to, co tradycyjne, ponieważ ranga czasu, który uprawomocnia wartości tradycyjnego kanonu, tutaj maksymalnie uległa kompresji i zmianie znaczeniowej (tradycyjne jest więc na przykład to, czego się nie gra w mainstreamie).

Badania nie dają także żadnych podstaw do stwierdzenia, że tzw. polityka historyczna zaznacza się jakoś w świadomości ludzi, że istotnie oddziałuje, a wydarzenia nagłaśniane w mediach jako odwołanie do polskiego patriotyzmu są zauważane. Status takich działań zdaje się raczej przypominać ideologię folkloryzmu (w tym wypadku historycznego), który może nawet poprawniej należałoby nazwać – ideą postfolkloryzmu narodowego.

Opozycja **swoi i obcy** w sferze kultury nie jest ostro zarysowana, tak ostro jak na przykład w sferze dyskursu publicznego dotyczącego etniczności, religijności i alternatywnych stylów życia. Nie jest tak, że wszystko, co lokalne i zakorzenione, oceniane

jest pozytywnie, jeśli pytania dotyczą sfery kultury. Swojskość i obcość wiąże się raczej z treściami kultury, a więc dotyczy wyborów i preferencji oraz związanych z nimi ocen oferty dostępnej w polu kapitału kulturowego. Także identyfikacje religijne nie pojawiają się jako ważny wyznacznik czy drogowskaz, co w kulturze jest wartościowe, a co nie. Nie można zatem powiedzieć – w świetle zebranego materiału – aby religia miała znaczący wpływ zarówno na poziom uczestnictwa w kulturze, jak i dobór aksjologiczny treści uważanych za ową „kulturę wartościową”. Znamienne jest także i to, że wśród zjawisk identyfikowanych z kulturą badani nie wymieniali obiektów sakralnych i ekspozycji sztuki religijnej, jakby te ostatnie należały do innej sfery rzeczywistości (do zbadania pozostaje, czy nie jest tak, że „zwykła” kultura traktowana jest jako porządek *profanum*, a symbole kultury religijnej jednoznacznie przyporządkowuje się do *sacrum*, a tym samym nie wymienia „jednym tchem” z kulturą *profanum*).

„Obcość” w dziedzinie preferowanych treści kultury dotyczy wspomnianej na wstępie „globalnej ekumeny wyobraźni”, a więc dystansowania się wobec takiej oferty kulturalnej, którą albo uważa się za bezwartościową (popkultura medialna), albo wobec której odczuwa się dystans, co wynika z autonomii wyboru innych wartości (niskie oceny literatury *fantasy* i muzyki techno).

### 2.1.2. Wielokulturowość

To modne dzisiaj hasło nie funkcjonuje jako obiegowy termin w codziennym dyskursie i jest raczej wytworem działań instytucjonalnych oraz ważnym pojęciem z dziedziny estetyczno-artystycznej dyskursu sztuki. **Wielokulturowość nie pojawia się jako wartość** wymieniana w dziedzinie kultury artystycznej, co prowokuje do postawienia tezy, że w ramach dominującego tradycyjnego rozumienia kultury argumenty natury antropologicznej (kultura jako odmienność stylów życia) nie są ważne – to jakby ponownie inna sfera rzeczywistości, wiązana z polityką państwa, globalizacją i rynkiem pracy. Nie zauważyliśmy, aby perswazja na rzecz „wielokulturowości wartości” była skuteczna. Imprezy typu „event”, mimo iż bardzo często mają charakter oferty wielokulturowej, nie są postrzegane w tych terminach.

### 2.1.3. Tożsamość typu *insert*

Powszechny dostęp do mediów pozwala na pewno dystansować się od otaczającej rzeczywistości „kultury lokalnej”, co może być powodem wzmożonej kreatywności, ale jednocześnie własne „ja” badanych i życie w ramach globalnej ekumeny wyobraźni podlega uzależnieniu od materiału medialnego, nad którym ludzie nie mają kontroli. Inaczej sprawę ujmując, mamy dzisiaj do czynienia z paradoksem refleksyjności (wynikającej z indywidualizacji życia) i zależności (wynikającej z instytucjonalizacji). Można chyba powiedzieć, że jesteśmy świadkami tworzenia się tożsamości, którą można nazwać tożsamością typu *insert* – zawsze otwartej na propozycje i gotowej włączyć wszelkie dostępne materiały, pochodzące na równi z doświadczeń przeżytych, jak i medialnych, jeżeli mogą one, na określony czas, „warunkowo”, stworzyć koherentną całość. Tożsamości takie jednak zarówno „włączają” owe materiały, jak i pozbywają się ich, są więc ciągle w trakcie budowania–burzenia. Odzwierciedlają zatem zmieniający się model uczestnictwa w kulturze – które jest pozainstytucjonalne w tradycyjnym sensie, zapośredniczone medialnie, przy czym charakterystyczna jest nieustanna zmiana oferty i pogłębiająca się krótkotrwałość „obowiązujących” wartości. Wszystkie części raportu przynoszą dowody, że tak właśnie się dzieje. Tym samym warto przyjrzeć się także, jak zmienia się w ogóle model doświadczenia kulturowego. W wyraźnej defensywie jest model, który swego czasu Andrzej Ziemilski (1984) nazwał „**nieustannym unaocznieniem kultury**”. Ten model doświadczenia świata „dzięki kulturze”, zapośredniczony jest przez literaturę oraz interpretowany przy użyciu kategorii artystycznych. Doświadczenie kulturalne ma wówczas zatem wyspecjalizowany charakter i obejmuje znajomość uniwersum artystyczno-estetycznego literatury „wysokiej”. Dzisiaj, kiedy obieg takiej literatury ma w istocie charakter niszowy, rola profesjonalistów i innych czynnych uczestników kultury literackiej, tak ważna w okresie PRL, całkowicie zamiera. Badani wyraźnie podkreślali, że sami dokonują wyborów w tej dziedzinie, odwołując się do indywidualnego gustu, a także do osobistych identyfikacji z określonym typem literatury (zasadniczo popularnej i/lub historycznej).

Drugi model doświadczenia kulturalnego Ziemilski określił mianem „**modelu kultury zdominowanej przez *praxis***”; jest on charakterystyczny dla większości uczestników życia kulturalnego. Niesystematycznie poznawane wytwory artystyczne o zróżnicowanym poziomie (według tradycyjnych kryteriów) dostarczają istotnych przeżyć estetycznych

i elementów tworzących indywidualną kompetencję artystyczno-estetyczną. Całość posiadanej wiedzy faktograficznej i kompetencyjnej nie układa się tu w spójną, konkretną całość (jest raczej elementem tożsamości typu *insert*). Ten model doświadczenia kulturalnego także nie tyle jest w defensywie, ile stanowi zaledwie składnik szerszej kompetencji kulturalnej, w ramach której tradycyjna literatura i kultura pisma schodzą na dalszy plan.

Trzeci model doświadczenia kulturalnego jest związany jednoznacznie z mass mediami i mediami elektronicznymi. W latach osiemdziesiątych ubiegłego stulecia, kiedy powstał tekst Ziemińskiego, model ten dopiero zaznaczał się w kulturze polskiej, a dzisiaj jest modelem dominującym. **To za pośrednictwem mediów uczestniczy się w kulturze artystycznej**, a polega to w dużej mierze na uzyskiwaniu informacji o kulturze, jest rodzajem korzystania z „zasobu podręcznej wiedzy” (określenie Alfreda Schütza), który pozwala na podstawową orientację w sferze uczestnictwa w kulturze artystycznej. Badani mają szeroką wiedzę o tym, co „dzieje się w kulturze”, ale to wcale nie oznacza, że rzeczywiście korzystają z oferty (piszemy w raporcie o zjawisku swoistego wycofywania się z kultury, co jest motywowane „brakiem czasu wolnego”).

## 2.2. Wnioski

Także w sferze tożsamości kulturowej jako ramy organizującej myślenie o kulturze w dzisiejszej Polsce jesteśmy świadkami cichej rewolucji. Tożsamość podlega zmianom – staje się bowiem elastyczna i autorefleksyjna, indywidualizuje się i autonomizuje względem tradycyjnych wyznaczników „przenikających”. Kultura to coraz częściej sfera wyborów czynionych poza jakimikolwiek układami społecznymi, nie tyle identyfikowana z instytucjami, ile raczej z dostępnymi treściami, które towarzyszą ludziom dwadzieścia cztery godziny na dobę. Nie ma żadnego wyraźnego kanonu kultury, chociaż jego rudymenty są ciągle widoczne w sferze dokonywanych wyborów i ich uzasadnienia. W świetle destrukcji pierwszych dwóch modeli doświadczenia kulturalnego (unaoczniania kultury i kultury jako *praxis*), **coraz istotniejszy jest model trzeci – kultura zapośredniczona medialnie, wszechobecna, kształtująca tożsamości typu *insert***. Wymaga to nowego modelu badań nad uczestnictwem i rolą kultury, którego zręby staraliśmy się zawrzeć w prezentowanym raporcie.

I ostatnia uwaga: w ostatnim dwudziestolecu całkowitemu zaniedbaniu uległy badania nad kulturą w środowiskach wiejskich; niniejszy raport także nie uwzględnia tych realiów, które są dzisiaj białą plamą na mapie kultury Rzeczypospolitej. Postulujemy jak najszybsze podjęcie tego typu badań, zwłaszcza w świetle ostatniej dyskusji o końcu klasy chłopskiej jako odrębnej formacji społecznej. Dobrą podstawą do podjęcia takich badań jest monumentalna praca Izabeli Bukraby-Rylskiej *Socjologia wsi polskiej* (2008).

### 2.3. Rekomendacje

- Całkowitej rewizji wymaga podejście do kwestii rozumienia kanonu kulturowego. Z badań nad tożsamością kulturową wynika wyraźne wskazania, aby *kanon efendi* (utrwalony i sztywny) rozszerzać o takie pozycje, które oficjalnie jeszcze doń nie pretendują. Tym samym należy uwzględnić rozumienie kanonu jako rzeczywistości *in statu nascendi* (szerzej zob. Burszta 2004).
- Starannego monitorowania wymaga fenomen kultury 2.0, który również w Polsce zmienia całkowicie sposób odbioru kultury, a który nie został uwzględniony w badaniach.
- Rozpowszechnianie się kultury 2.0 będzie oznaczać ostateczny schyłek tradycyjnego rozumienia kanonu, który stanie się anachroniczny i całkowicie „martwy”.

## 3. Świadomość kulturalna jako świadomość kulturowa. Analiza dyskursów o „człowieku kulturalnym” i „kulturze” (Barbara Fatyga)

### 3.1. Cel analiz i hipoteza

Celem analiz i interpretacji zawartych w tym fragmencie badań było przedstawienie odpowiedzi na dwa pytania: – po pierwsze, jak w świadomości kulturalnej badanych funkcjonuje konstrukt „człowiek kulturalny”? – po drugie, jak w dyskursach publicznych i prywatnych funkcjonuje współcześnie termin „kultura”? Główna hipoteza sformułowana przed przystąpieniem do analiz materiału empirycznego była następująca: **świadomość kulturalna zamieszkujących miasta Polaków (a więc większości naszego społeczeństwa)**

**odbija rozproszenie kanonu.** W szczególności **rozproszeniu uległ wzorzec człowieka kulturalnego**, w którym ośrodki nowej krystalizacji norm powinnościowych częściej odnoszą się do kultury typu „ponowoczesnego” i – z drugiej strony – do kultury popularnej niż do tradycyjnego zaplecza tego wzorca, czyli kultury wysokiej. Drugim uszczegółowieniem głównej hipotezy był koncept kultury jako domeny rozmaitych nisz („federacji subkultur”), które wybierając reguły i normy z różnych porządków, a treści z różnych zasobów, tworzą niestabilne i sytuacyjne „mixty kulturowe”, miękko sterowane przez szybko się degenerującą kulturę popularną. Kultura popularna zaś zdecydowanie funkcjonuje dzisiaj jako kultura dominująca, a jej największym problemem wydaje się „ciemna strona mocy”, czyli – zgodnie z przesłaniem sagi, która ukształtowała całe pokolenia współczesnych odbiorców kultury – **brak panowania nad własną mocą.**

## 3.2. Wyniki analiz

### 3.2.1. Wzorzec człowieka kulturalnego

Wzorzec człowieka kulturalnego, jaki wyłania się z analizy pola semantycznego terminu „człowiek kulturalny” jest następujący. Przede wszystkim to człowiek **wykształcony**, czyli *posiadający jakąś wiedzę ogólną, ale także zainteresowania, wykorzystujący wiedzę dla samorozwoju*. Dodajmy, że badani musieli sobie *auf Flügeln des Gesanges*<sup>6</sup> poradzić z uzgodnieniem trzech sensów terminu „wykształcony”: formalnego (stwierdzanego *za okazaniem papieru – dyplomu*)<sup>7</sup>; profesjonalnego (stwierdzanego przez wykazywanie się określonymi kwalifikacjami zawodowymi) i tradycyjnego, którego ekwiwalentem jest „człowiek kulturalny” (Wiśniewski 1980). Jak wynika z analizy, wybrali – podobnie jak w badaniach cytowanego autora – przede wszystkim to trzecie znaczenie. **Człowiek kulturalny**, zdaniem respondentów, jest **obyty**: również w trzech głównych sensach tego terminu, a więc – po pierwsze - *potrafiący się zachować w różnych sytuacjach, umiejący się dostosować się do sytuacji, w której się znajduje, znający zasady savoir vivre’u* – czyli

<sup>6</sup> Czyli „na skrzydłach pieśni” (tytuł utworu Heinricha Heinego).

<sup>7</sup> Jak pisze Wiesław Wiśniewski (1980, s. 218), omawiając wyniki swych badań z przełomu lat siedemdziesiątych i osiemdziesiątych: „w świadomości społecznej nastąpiła znaczna dewaluacja dyplomu szkolnego nawet na poziomie wyższym” (Wiśniewski).

zachowujący *decorum*; po drugie - powinien bywać (jak mówili respondenci: *uczęszczać do... uczestniczyć w...*) w instytucjach kultury tradycyjnej (najczęściej postulowano *teatr, kino i filharmonię* oraz *czytanie książek*)<sup>8</sup>; trzecim ważnym elementem obycia okazały się – *posiadanie odpowiedniego słownictwa, dobór słów, umiejętność poprawnego wyrażania się, piękna polszczyzna*. To, co rozsadza ten z gruntu tradycyjny wzorzec, do którego – jak widać – respondenci są bardzo przywiązani, pojawia się – w gruncie rzeczy – głównie z powodu niesprawności

i niewydolności podstawowych agend socjalizacyjnych: *domu*, czyli **rodziny**, która jednak jawi się tutaj jako **mniej odpowiedzialna niż instytucje edukacyjne!** Symbolem tego trendu jest niezwykle często pojawiające się sformułowanie typu: *wykształcony, ale cham!* Tu pojawia się ogromna **niechęć do kultury zinstytucjonalizowanej** w sensie kapitału kulturowego w ujęciu Bourdieu. Drugim ważnym czynnikiem destruktywnym jest w tym wypadku brak mocy normatywnej, a innymi słowy – brak **zinternalizowania powinności**. Nie muszę nawet zestawiać opisanego wzorca z rzeczywistymi aktywnościami badanych, by wskazać, że istnieje szerokie pęknięcie między deklarowanym przez wszystkich przywiązaniem do tradycyjnych norm formułowanych w języku powinności a brakiem ich konsekwentnej realizacji. Widać to wyraźnie w sposobie używania języka oraz w mówieniu jednym tchem o konieczności posługiwania się nie tylko *poprawną, lecz i piękną polszczyzną!*

W podobny sposób można zinterpretować inne normy. Jeżeli przyjrzymy się ich treści, to zobaczymy, jak wielka jest tęsknota za kulturą rozumianą jako ład życia społecznego, a więc kulturą zobjektywizowaną w praktykach kulturowych. Normy społeczne są przedstawiane głównie jako **normy grzeczności**, a więc takie, które nakazują traktowanie z szacunkiem drugiego człowieka, budowanie *dobrych, życzliwych* i przez to *eleganckich relacji z innymi ludźmi*. Jednocześnie normy społeczne uzupełniające opisany wzorzec odnoszą się nie tyle do proletariackich postulatów zrównania, ile do – znów kwestia *decorum* – odpowiednio grzecznego traktowania się ludzi o nierównych (co jest tu akceptowane jako

---

<sup>8</sup> Jak widać, kino po ponad już stu latach od czasu powstania jest postrzegane jako tradycyjna instytucja kultury wysokiej, chociaż warto byłoby zbadać, czy aby wpływu na to postrzeżenie nie mają ceny biletów i dostępność oferty. Kino dla wielu ludzi lokuje się obecnie w kategorii rzadkich dóbr kulturalnych.

swego rodzaju oczywistość) statusach społecznych. Wreszcie komponent psychologiczny – niektóre normy powinnościowe dotyczące cech psychicznych są dosyć nierealistyczne, jednak ich przywoływanie wskazuje, jak ważna jest dla respondentów kultura wcielona.

### **3.2.2. Dyskursy o kulturze** (współautor Albert Hupa)

Publiczne i indywidualne dyskursy o kulturze zostały przeanalizowane w celu wstępnej rekonstrukcji sensu terminu „kultura”. Przy okazji jednak, podobnie jak w wypadku rekonstrukcji sensu terminu „człowiek kulturalny”, zostały scharakteryzowane – pośrednio lub bezpośrednio – także niektóre cechy samych tych dyskursów.

#### **Ugruntowana w wynikach badań hipoteza na temat kultury w dyskursach na stronach internetowych zbadanych miast**

Najkrócej mówiąc, kultura jest tu rozpięta między rynkiem a etatem, między rozproszoną tradycją a popkulturą, a jednocześnie – między aktywizmem a biurokratyczną inercją. Robi wrażenie zbioru „wypatroszonych” przekazów „wydmuszkowych” form wysyłanych w Matrix, a nie do żywych ludzi.

Termin „kultura” zrekonstruowany na podstawie analizy stron internetowych miast, instytucji kultury, organizacji i mediów (prasy, radia, telewizji oraz inicjatyw *stricto* internetowych) w układzie dziedzin jest zaskakująco ubogi i równie zaskakująco uhierarchizowany. (Kultura w najszerszym znaczeniu składa się tutaj ze: sportu, sztuki, dziedzictwa, historii, muzyki, świata, filmu, nauki, edukacji oraz zdrowia, gospodarki i pracy). Dominuje ponadto myślenie o niej jako o sferze, którą się zarządza w celu podnoszenia jakości życia. W dyskursie internetowym jądrem kultury są instytucje: zarówno w sensie socjologicznym, jak i formalnoprawnym, a jej peryferie to peryferie lokalnej sfery biurokratycznej – z tego względu znalazło się tam na przykład odpowiednie ministerstwo. W jądrze, istocie, tej kultury, mówiąc językiem antropologiczno-informatycznym, znajdują się przede wszystkim nowe (jak impreza) i tradycyjne (jak wystawa) działania kulturalne. Na peryferiach widać natomiast trochę terminów sugerujących związki z tradycyjnymi formami

działalności w ramach mitu kultury wysokiej (traktowanej tu ciągle jako misja instytucji<sup>9</sup>) i trochę kategorii nowych, które obrazują przemiany instytucji w kierunku opisanego przez Jacka Nowińskiego „wszystkoizmu”. Dziwi fakt, iż w analizowanych przekazach internetowych tak szczątkowo – prawie wcale – ukazała się kultura żywa – na przykład egzystująca w rozmaitych niszach, nie oglądająca się na państwo, samorząd i media, nie goniąca za tanią popularnością. Gdy tymczasem gorączkowa aktywność typu instytucjonalnego skrywa pustkę nie tylko aksjologiczną, ale i konceptualną, zależność od globalnego formatu oraz – co niezwykle ważne – brak szacunku dla spersonalizowanego odbiorcy. Zresztą i tak jako odbiorcę dostrzega tylko dziecko.

Ostatnia uwaga podsumowująca: badane strony internetowe były przede wszystkim stronami informacyjnymi i promującymi konkretne instytucje i inicjatywy. Nie wpływa to jednak na ich ocenę, jeśli bowiem proponują kulturę tak rozumianą, jak to zostało opisane, to przypuszczalnie odwiedzają je głównie ci, którzy w danym momencie potrzebują konkretnej informacji (na przykład kiedy przyjmuje w urzędzie pan X albo co grają w kinie). Nie wytwarzają natomiast środowiska – tego specyficznego *milieu* uczestników kultury, które jest niezbędne by utrzymać ją przy życiu. Kultura w dyskursie internetowym – powtórzmy to jeszcze raz – jawi się więc jako sfera na poły martwa.

### **Ugruntowana w wynikach badań hipoteza na temat kultury w dyskursach między badanymi a badaczami**

Termin „kultura” jawi się badanym osobom jako twór pozbawiony centrum – istoty, w którym oprócz kilku konkretnych dziedzin (teatru, filmu muzyki, ogólnie – sztuki) mieszczą się jeszcze tradycja i świat. W szerszym ujęciu ekwiwalentami kultury są „życie”, „zjawisko”, „pojęcie”, „dzieje” i „praca”. Od razu widać zatem, że myślenie o kulturze w kategoriach ogólnych, a tym bardziej abstrakcyjnych, w gruncie rzeczy jest obcym zajęciem (również dla ludzi – trzeba o tym stale pamiętać – którzy z *niej żyją*). O wiele łatwiejsze wydaje się przeniesienie tego trudnego pojęcia na bliższy grunt życia kulturalnego i/lub własnej pracy. Kultura tak rozumiana staje się kulturą ucieleśnioną. Kultura w umysłach badanych ogniskuje się i koncentruje wokół różnych typów działań tzw. kulturalnych i ich efektów, a także wokół ich uwarunkowań związanych z jednej strony z pewnym

---

<sup>9</sup> Zob. rozdział o instytucjach.

osamotnieniem i brakami, a z drugiej strony – z czasem i kalendarzem imprez. Tak rozumiana kultura ma interesujące centrum, w którym lokują się: tradycyjne powinności człowieka kulturalnego, impreza – jako to, co mu jest potrzebne, by *mógł chodzić, powiedzieć i wiedzieć*, oraz sam respondent, skryty pod maską *człowieka*. W dalszej odległości od takiego centrum – pojawiają się jednak jeszcze jakieś postaci: *ludzie, my, osoba, młodzież, dziecko, muzyk i mieszkaniac*.

Przeanalizowane wyniki badania, charakteryzujące tak rozumianą kulturę, wskazują, że bez przymusu zaangażowania wymagającego kompetencji, bez wysiłku innego niż codzienne *robienie i organizowanie* kultury, badani lubią kulturę oceniać, mieć w stosunku do niej poczucie swojskości i własności. Lubią, by dawała im ona możliwość bezpiecznego zaprezentowania własnego JA na scenie życia, wśród innych ludzi. Widać więc wyraźnie wysoką koherencję i konsekwencję tego sposobu pojmowania kultury zarówno ze zrekonstruowanym wyżej wzorcem „człowieka kulturalnego”, jak i wzorcami aktywności kulturalnej opisanymi przez innych autorów niniejszego raportu.

## **4. Gust estetyczny (Miroslaw Duchowski, Elżbieta Anna Sekuła)**

### **4.1. Czy (cicha) rewolucja kulturowa u bram?**

Do postawienia takiego pytania skłaniać może przeprowadzona przez nas analiza gustów estetycznych Polaków. Okazuje się bowiem, że wiele stereotypów dotyczących tej sfery życia i uczestnictwa w kulturze runęło wraz z upadkiem muru berlińskiego. Zaobserwowana zmiana ma miękki, stadialny charakter. Wskazać można jednak pewne prawidłowości, wyraźna staje się dynamika, która doprowadziła do intensywnych jakościowych zmian stanu kultury – także w zakresie gustu estetycznego (czy może raczej należy powiedzieć – gustów) – w Polsce w okresie transformacji.

Punkt wyjścia w rozważaniach nad gustem estetycznym współczesnych Polaków stanowi dla nas koncepcja Pierre’a Bourdieu, w szczególności zaś jego, klasyczna już dzisiaj, definicja gustu, a także propozycje ujmowania kanonu kulturowego autorstwa Joanny Kurczewskiej i Andrzeja Szpocińskiego.

## 4.2. Dynamika gustu estetycznego

Opierając się na materiale z badań oraz na wynikach przeprowadzonej analizy sformułowaliśmy ugruntowane hipotezy dotyczące zarówno wyrazistych zmian, jak i pewnych reguł panujących w obszarze gustu estetycznego. Niektóre z nich dotyczą wyłącznie preferencji użytkowników kultury, inne zahaczają także o szersze rozumiane pole kultury.

### Teza 1

Mamy do czynienia z **narastającym buntem wobec podziału na kulturę wyższą i niższą**. Ten podział, a raczej jego faktyczny brak, dotyczy trzech poziomów:

(1) Na poziomie oficjalnej deklaracji badani zachowują poprawność polityczną, wiedzą też, jak „powinna” brzmieć odpowiedź. Człowiek wykształcony, uczestniczący w kulturze orientuje się, że dzisiaj takiego podziału przeprowadzać „nie wypada” i zgodnie z tym reaguje na pytanie przyjmując postawę obronną albo wręcz obraża się, że ktoś takie pytanie mu zadaje<sup>10</sup>.

(2) Na poziomie rzeczywistego uczestnictwa można stwierdzić, że bardzo często podział ten się zdezaktualizował; ludzie korzystają zarówno z produktów kultury uchodzącej tradycyjne za wysoką, jak i bezsprzecznie przynależnych do kultury popularnej.

(3) Istnieje jednak jeszcze trzeci, ukryty poziom i tutaj nieświadomie pojawia się inna postawa. Respondenci, którzy zanegowali wcześniej podział na kulturę wysoką i niską, i których estetyczne wybory są realizowane w obu tych porządkach, często zastrzegają, że nie uczestniczą w imprezach masowych, w – jak się nierzadko wyrażają – *spędach*. Taki gust i rodzaj uczestnictwa w kulturze przypisują chętnie bliżej nieokreślonym innym, a ton ich wypowiedzi jest wyraźnie wartościujący. Określenie „masowy” nadal ma zatem zabarwienie pejoratywne. Jeśli natomiast chodzi o gust deklarowany i rzeczywiste preferencje estetyczne, to tradycyjnego podziału na kulturę niską i wysoką nie da się już właściwie wyraźnie wskazać. To jedna z najbardziej wyrazistych zmian – znamionuje dużą dynamikę kulturową w okresie transformacji.

---

<sup>10</sup> Zob. też ustalenia w rozdziale o świadomości kulturalnej.

## Teza 2

**Na lepsze zmienia się uczestnictwo w kulturze** – można zaobserwować wzrastającą aktywność twórców i odbiorców kultury niezinstytucjonalizowanej, samorodnej (od organizacji obywatelskich przez bractwa rycerskie po autorskie, awangardowe trupy teatralne). Wiąże się to również ze zmianą gustów – odbiór gotowego, zamkniętego dzieła, przygotowanego przez profesjonalistów coraz częściej bywa zastępowany aktywnym udziałem niegdysiejszych biernych odbiorców, co z jednej strony oznacza na przykład upowszechnienie masowych imprez plenerowych, z drugiej jednak powstawanie warsztatów artystycznych i podnoszenie się nie tyle kompetencji, ile wrażliwości estetycznej. Warto monitorować sytuację, gdyż gust estetyczny może ulec swoistej plebeizacji. Jednak istotniejszy dla nas wymiar upowszechnienia się kultury popularnej to kwestia dostępu do niej.

## Teza 3

W wyniku demokratyzacji gustu pojawia się coś, co roboczo określamy mianem **gustu usieciowionego** – a zatem takiego, który konstruowany jest w świadomej, wzajemnej relacji z innymi ludźmi, ważnymi dla jednostki. Gust osobisty staje się tym samym przedmiotem wspólnej kreacji, co nadaje mu podwójnie społeczny charakter (gust kształtowany indywidualnie bowiem również czerpie z dorobku zbiorowego, a w tym wypadku dodatkowo mamy do czynienia z powtórным „umawianiem się społeczeństwa” co do określonych wartości, w tym wypadku estetycznych.

## Teza 4

Przy okazji wskazanych procesów następuje przesunięcie akcentu z „kultury” na „rozrywkę”, traktowaną zresztą również, słusznie, jako element szerzej rozumianej kultury. To z kolei wpływa na zmianę preferencji estetycznych.

## Teza 5

Zmieniają się w związku z tym elementy składowe pojęcia gustu estetycznego. Dzisiaj, obok tradycyjnych form odbioru kultury trzeba brać pod uwagę na przykład aktywność kulturalną w postaci spędzania wolnego czasu w galeriach handlowych. Ta forma uczestnictwa w kulturze ma bowiem swój bardzo ważny wymiar estetyczny (podobnie jak

funkcjonowanie zamkniętych osiedli). **Estetyka „galeryjna” stanowi odpowiedź na anestetyczną przestrzeń publiczną polskich miast.**

#### **Teza 6**

Ogólnie rzecz biorąc, rozdźwięk między działaniami i pomysłami placówek kultury a oczekiwaniami odbiorców nie jest chyba tak duży, jak można by się spodziewać (jednak wyraźnie większy w małych miastach). Powodem braku uczestnictwa w kulturze jest raczej nie oferta niedostosowana do gustów. Dość często pojawia się wątek jej niedostosowania do kieszeni potencjalnych użytkowników.

#### **Teza 7**

Z jednej strony pracownicy placówek kultury skarżą się na braki finansowe – dotyczące tych placówek i odbiorców; a z drugiej strony często pojawia się przekonanie, że ludzie cenią tę kulturę, za którą płacą. Pieniądz pozostaje zatem ważnym kryterium wyboru w sferze kultury – **ludzie uczestniczą w tym, na co ich stać**. Taka segmentacja w części odpowiada koncepcji Pierre’a Bourdieu.

#### **Teza 8**

Generalnie zwraca uwagę swoisty brak zdecydowania i sprzeczności w wypowiedziach pracowników placówek kultury – w ich języku, opiniach i gustach. To ważny element, pokazuje bowiem, że ludzie, którzy powinni animować kulturę i dawać wskazówki odbiorcom, są zbyt pasywni.

#### **Teza 9**

Ogromne zróżnicowanie w odpowiedziach respondentów i widoczna na pierwszy rzut oka ich niezgodność z standardowymi oczekiwaniami, strukturuje się po podzieleniu na kategorie – w ich obrębie widać wiele wspólnych cech i sytuacja nabiera pewnej klarowności. **W ogólnym obrazie kanon jest niewidoczny. W ustrukturuowanym obrazie ujawniają się jednak bardziej przejrzyste reguły i prawidłowości dotyczące preferencji estetycznych**

#### **Teza 10**

Ludzie w instytucjach kultury albo są mało reprezentatywni dla większości Polaków, albo nie mówią całej prawdy o swych estetycznych wyborach. Na przykład statystyki oglądalności telewizji pozostają w sprzeczności z wypowiedziami badanych, którzy – naszym zdaniem – raczej „nadrabiają wizerunkowo”.

### **Teza 11**

Respondenci na ogół starają się mówić o gustach, jakie chcieliby mieć, jakie **sądzą, że powinni mieć**. A to, jakie są ich rzeczywiste preferencje, może nie do końca pokrywać się z tymi deklaracjami.

### **Teza 12**

Różnica między „ścianą wschodnią” a zachodem Polski – przede wszystkim w wymiarze zaangażowania, ale także jeśli chodzi o preferencje estetyczne – nadal pozostaje bardzo wyraźna.

### **Teza 13**

**Na prowincji pojawia się niezrozumienie, a nawet wrogość wobec udanych, uznanych pozalokalnie inicjatyw kulturalnych.** Zaryzykowalibyśmy twierdzenie, że tego rodzaju instytucje pełnią w małych miejscowościach rolę współczesnej „czarownicy” – budzą niezdrowe zainteresowanie, często nie pozbawione odcienia wrogości, niekiedy przerzuca się na nie odpowiedzialność za rozmaite porażki społeczności lokalnej, oskarżając na przykład o naruszanie tradycyjnego systemu wartości i deprawację młodych ludzi. Wydaje się to tym bardziej paradoksalne, że często takie placówki są jedynym powodem, dla którego nazwa danej wioski czy gminy pojawia się w mediach. Trzeba jednak przyznać, że awangardowe teatry czy alternatywne organizacje często nie budują więzi z lokalną wspólnotą, z założenia funkcjonując „gdzieś obok”.

### **Teza 14**

Gust ma bezpośredni związek z odpowiednią edukacją najmłodszych pokoleń, a raczej jej brakiem.

### **Teza 15**

Mamy do czynienia z wielością kanonów estetycznych, które w dodatku nie są jednowektorowe.

### **Teza 16**

Gust i kanon jest rozmyty czy rozproszony także w takim sensie, że odbiorca nie zawsze wybiera to, co lubi, ale często decyduje się na czystą rozrywkę, przyznając, że jest to forma „odmóżdżenia”. Chodzi o relaks, odpoczynek, rozrywkę, a niekoniecznie o pasję, coś ulubionego. Dodatkowo zaciemnia to i tak niejednoznaczny obraz gustu estetycznego.

### **Teza 17**

Idąc tropem rozróżnienia Andrzeja Szpocińskiego i jego definicji zdarzenia cyklicznego, można zaproponować – nieco żartobliwie – pojęcie „kanonu opartego na pamięci krótkotrwałej”. Jest to „kanon podręczny”, a zarazem „kanon poręczny” – dostępny, przyswajalny i łatwo modyfikowalny.

### **Teza 18**

Wydaje się, że stan obecny najlepiej opisuje słaba postać kanonu, zaproponowana przez Andrzeja Szpocińskiego – *reguła kanoniczności*

## **4.3. Końcowy wniosek z badania gustu estetycznego**

Przedstawiona powyżej analiza ma charakter jakościowy, co nakłada pewne ograniczenia. Mamy też świadomość, że uwzględniona próba nie jest reprezentatywna (większość wypowiedzi to opinie pracowników instytucji kultury, warto też byłoby przyrzeć się innym miastom w Polsce). Uzyskane wyniki mogą natomiast stać się wskazówką podczas zakrojonych na większą skalę badań ilościowych, które pozwolą zweryfikować lub sfalsyfikować nasze hipotezy, czyli zbadać społeczny zasięg opisanych zjawisk. Dlatego ostatecznym wnioskiem i zarazem postulatem wynikającym także z tej części raportu jest wskazanie na potrzebę przeprowadzenia badania na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie. Mamy nadzieję, że taki projekt pozwoli odpowiedzieć na postawione na wstępie pytanie.

## **4.4. Rekomendacje**

- Przeprowadzenie badania ilościowo-jakościowego na temat przemian gustu estetycznego po 1989 r. na reprezentatywnej próbie pracowników instytucji kultury w miastach polskich.
- Przeprowadzenie badania ilościowego na temat przemian gustu estetycznego po 1989 r. na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej.
- Przeprowadzenie fotograficznej analizy przestrzeni miejskiej (wszystkich miast wojewódzkich i odpowiednio po dwa mniejsze miasta w każdym województwie) oraz badania jakościowego odbioru przemian estetycznych przestrzeni miejskiej po 1989 r. na reprezentatywnej próbie mieszkańców miast polskich.

- Oparcie wszystkich proponowanych badań na postawionej w raporcie diagnozie dotyczącej przemian gustu estetycznego po 1989 r.
- Przekazanie wyników badania przestrzeni miejskiej i jej percepcji przez mieszkańców władzom miast jako punktu odniesienia dla projektów tworzenia przestrzeni publicznej.
- Przekazanie wyników badań przemian gustu estetycznego instytucjom kultury w Polsce z rekomendacją, by uwzględniły je w swych programach.

## **5. Czas wolny (Barbara Fatyga na podstawie tekstu Mirosława Pęczaka)**

### **5.1. Zmiana sposobu rozumienia i badania czasu wolnego: czas wolny *versus* czas dla siebie**

Według klasycznej definicji Joffre Dumazediera z 1967 r. czas wolny to czas przeznaczony na zajęcia, którym ludzie oddają się dobrowolnie (dla wypoczynku, rozrywki, rozwijania wiedzy i zainteresowań, w tym bezinteresownego kształcenia) poza obowiązkami zawodowymi, rodzinnymi i społecznymi. W badaniach tzw. budżetów czasu był to więc jedyny segment, w którym człowiek mógł być uczestnikiem kultury. Pomijano w ten sposób różne obszary czasu (na przykład przejazdy do pracy, które mogły być wypełnione lekturą, definiowano jako „czas pusty”), a jednocześnie upowszechniano ideologię czasu wolnego jako zdobyczy nowoczesnego społeczeństwa.

### Współczesne rozumienie czasu wolnego

Obecnie uważa się, że **uczestniczenie w kulturze obejmuje całkowity czas aktywności człowieka** (a więc także zakupy, czynności higieniczne i dbanie o ciało, praca itd.). W tak rozumianym czasie wolnym istotne są następujące kategorie:

**czas dla siebie** – cenna wartość, czas do wyłącznej dyspozycji jednostki; wypełniają go różne zachowania, od bierności po wyteżony wysiłek; może się stać domeną „przymusu” (nawyków kulturalnych, zachowań motywowanych snobizmem itd.); ograniczają go głównie zajęcia przymusowe, sytuacja finansowa i dostępność oferty kulturalnej; może być codzienny (krótki, średni) i wakacyjny (długi); czas dla siebie jest też czasem dla rodziny i/lub dla przyjaciół;

**czas niezorganizowany i niekontrolowany** – w wypadku dzieci i młodzieży bez nadzoru dorosłych wysoko ceniony, spędzany głównie z rówieśnikami (Fatyga 2001);

**czas przymusowo wolny** – mają go w nadmiarze na przykład bezrobotni, dzieci i młodzież ze środowisk społecznie zaniedbanych, niepracujący, niepełnosprawni itd.; wypełniony nudą i/lub frustracją/zachowaniami negatywnymi);

**czas pozornie wolny** – mają go na przykład matki na urloпах wychowawczych, emeryci i renciści, część bezrobotnych pracujących w tzw. szarej strefie, ludzie z przymusem uczestnictwa w kulturze lub narzucający sobie reżim zdrowego stylu życia, dzieci i młodzież z tzw. **zorganizowanym czasem wolnym** – w istocie nie różni się od czasu pracy i/lub nauki.

Zmiany w wypełnianiu tak rozumianego czasu wolnego w okresie od 1989 r. do 2008 r. pokazujemy na przykładzie badań młodzieży oraz wyników badań CBOS (tabele 1 i 2). Przemiany systemowe w Polsce po 1989 r. spowodowały zmianę w rozumieniu czasu wolnego zarówno przez badaczy, jak i przez społeczeństwo. Ludzie pracujący i/lub zajęci uważają, że czas wolny mają inni, oni zaś – generalnie – *nie mają na nic czasu*. **Życie w niedoczasie** jest cechą charakterystyczną współczesnego Polaka posiadającego rodzinę i pracę.

## 5.2. Treściowa zawartość kategorii i subkategorii czasu wolnego oraz zróżnicowania sposobów spędzania czasu wolnego

### Domowe i pozadomowe sposoby spędzania czasu wolnego

Z naszych badań wynika, że o wiele więcej form spędzania czasu wolnego realizuje się poza domem niż w domu.

**Poza domem:** bywanie w pubach, kawiarniach i restauracjach, weekendowe wyjazdy za miasto, wizyty w centrach handlowych, wizyty w kinie, spacer, bywanie w dyskotekach i klubach muzycznych, uprawianie sportu dla zdrowia i wizyty w teatrze, koncerty muzyki popularnej, bywanie na działce.

**W domu:** oglądanie telewizji, lektura prasy i książek, użytkowanie komputera z Internetem, przebywanie ze znajomymi; sporadycznie wymienia się twórczość własną, majsterkowanie, sprzątanie, sen i opiekę nad dziećmi.

Podobne wyniki uzyskano w innych badaniach (por. tabele 1 i 2). Jak widać respondenci kojarzyli czas wolny (czas dla siebie) z podejmowaniem aktywności zapewniającej nie tylko bierny wypoczynek, ale też rozrywkę, kontakt z innymi ludźmi, samorealizację (także korzystanie z oferty instytucji kultury). Na uwagę zasługuje fakt, że oglądanie telewizji – i ogólnie: przebywanie w domu w czasie wolnym – respondenci postrzegali jako ostateczność – formę, która mimo iż jest powszechna, uchodzi za najmniej atrakcyjną.

Pośród osób deklarujących, że czasu wolnego nie mają, na pytanie, co by robili, gdyby nim jednak dysponowali, nikt nie wymienił oglądania telewizji. Taki stan rzeczy wynika z **obiektywnie większych niż dawniej możliwości spędzania wolnego czasu poza domem** (por. Sułkowski 1984) – w grę wchodzi nie tylko oferta instytucjonalna w miejscu zamieszkania, ale również powszechność prywatnego transportu (o czym świadczy popularność wyjazdów za miasto w celach rekreacyjnych czy na zakupy – centra handlowe). Wyjazdy są różnie motywowane: mieszkańcy wielkich aglomeracji wyjeżdżają, **by znaleźć**

**spokój**, odetchnąć od zgiełku miasta, mieszkańcy małych miejscowości wyjeżdżają, **by uciec przed nudą**.

**Zróżnicowania w sposobach spędzania wolnego czasu (według wieku):**

**Młodzież:** wychodzi z domu, szuka rozrywek na mieście i przebywa z rówieśnikami. Barięą dla tego typu form spędzania czasu są często możliwości finansowe, kończy się więc na pubie i jak najtańszym piwie. Rysuje się podział na przebywanie w przestrzeni publicznej (z rówieśnikami) i prywatnej (z partnerem/partnerką). Dominują dyskoteka lub klub muzyczny i spotkania w pubach lub kawiarniach; kolejno uprawianie sportu (głównie: rower, siłownia, skateboard, rolki, ale też nieco bardziej elitarne tzw. sporty miejskie, jak parkour, turbogolf, freestyle rowerowy).

**Ludzie w średnim wieku** w ich wypadku istotny jest podział na **codzienny czas wolny** przeznaczany przede wszystkim na wypoczynek (przebywanie w domu i spacer) oraz **cykliczny czas bez pracy** (weekendy i urlopy); tylko ten drugi jest planowany.

**Ludzie starzy:** najczęściej przebywają w domu, uprawiają ogródek, zajmują się pracami domowymi, czytają, oglądają telewizję, stosunkowo licznie uczestniczą w zajęciach Uniwersytetów Trzeciego Wieku i Klubów Seniora (częściej są one szansą uczestnictwa w kulturze dla osób z małych miast). W większych miastach pojawiają się ponadto inne wzory: ludzie starzy chodzą do teatru, do kina i do szkoły tańca, grillują i grają w szachy; w wakacje wyjeżdżają za granicę, nad ciepłe morza. Dominuje opinia, że optymalny sposób spędzania wolnego czasu to, prócz spacerów i turystyki dla zdrowia, korzystanie z usług instytucji oferujących kulturę wysoką, a więc chodzenie do teatru, do opery, filharmonii, odwiedzanie galerii sztuki. Przeszkodą może być brak pieniędzy, ale też brak chęci.

**Uwaga:** młodzież wolny czas ludzi starszych i ich role społeczne (dziadków, samotników) postrzega stereotypowo: chodzą do parku, pracują na działce, siedzą w domu i oglądają telewizję; rzadko młodzi dostrzegają starszych uprawiających w parkach jogging albo nordic walking, co nie umyka uwadze starszych respondentów.

Ciągle ramą dla podziałów według wieku są stereotypowe przekonania, związane z czasem jako zbiorem etapów w ludzkim życiu i wyrażane jako tzw. normy powinnościowe:

– **dzieci i młodzież** powinni mieć **czas maksymalnie zorganizowany**, najlepiej dzięki uprawianiu sportu (chłopcy) i dodatkowej nauce (dziewczęta), wtedy bowiem nie będą nam zagrażać, zabierać nam czasu i/lub dobrze przygotowują się do życia; jednakże prawie nikt nie jest dzisiaj w stanie w pełni tego kontrolować;

– **dorośli** powinni mieć **czas sprawiedliwie podzielony**: zajęty przez pracę, życie rodzinne, wypoczynek i uczestniczenie w kulturze; w jakim stopniu ten ideologiczny model jest odległy od praktyk życia społecznego nie trzeba szeroko dowodzić;

– **ludzie starzy** powinni mieć **zapewniony godny odpoczynek**, co w praktyce oznacza bądź ich udział we wspieraniu dorosłych dzieci bądź niechcianą nadopiekuńczość.

#### **Zróżnicowania w sposobach spędzania wolnego czasu: duże i małe miasta**

W ośmiu największych i ośmiu najmniejszych miastach objętych naszym badaniem najczęściej wskazywanymi formami spędzania czasu wolnego są:

**w dużych miastach**: wizyty w centrach handlowych, w kinie, w pubach, teatrach, spacer, wyjazdy za miasto, oglądanie telewizji, bywanie w klubach muzycznych i dyskotekach;

**w małych miastach**: wyjazdy za miasto, uprawianie sportu, oglądanie telewizji, przebywanie w pubach.

**Największe różnice** między wielkimi i małymi ośrodkami dotyczą: bywania w centrach handlowych, w kinie w teatrze i w filharmonii – zależą zatem od infrastruktury, ale również od potrzeb.

**Najmniejsze różnice** dotyczą: uprawiania sportu, korzystania z internetu i wyjazdów za miasto.

**Tabela 1. Czas wolny młodzieży w latach 1989-2008 (według różnych badań, w %).**

Czynności czasu wolnego zorganizowanego i czasu dla siebie	W. Muzyka; Olsztyn; uczniowie i studenci		B. Fatyga Próba z trzech małych miast (ok. 35 tys.)	K. Koseła Próba ogólnopolska (licealiści)	B. Fatyga Próba ogólnopolska (gimnazjaliści z miast)	B. Fatyga - Uczniowie i studenci Warszawy 2008 (czas dla siebie)	
	1989 N=816	1993 N=753	2001 N=1046	2002 N=1242	2002 N=1109	Uczniowie N=600	Studenci N=600
Czytanie gazet	79	82		26		83	77
Oglądanie telewizji	73	73	21	42	74	92	99
Słuchanie radia	72	77				92	93
Chodzenie do kina	68	40	94	30	63	6	12
Czytanie książek	52	58		22			
Czytanie czasopism	46	58					
Oglądanie wideo	37	64					
Amatorskie muzykowanie	34	31		9			
Bywanie teatrze/operze	29	34					
Koncerty muzyki popularnej/młodzieżowej	27	31	-	24			
Chodzenie do galerii sztuki/na wystawy	27	26					
Bywanie w domach kultury	21	34	61		33		
Filharmonia/koncerty muzyki poważnej	18	14					
Fotografowanie/filmowanie	14	15					
Twórczość plastyczna/kółka plastyczne	4	16					
Teatr; taniec amatorski	4	9					
Biblioteka			88		89		
Kawiarnie/restauracje/puby/knajpy			67	27	23		
Zabawy/dyskoteki/imprezy			52	35	66	15	10
Nauka/uczenie się			48	26	52	6	6
Zajęcia pozalekcyjne w szkole			48		71		
Przebywanie ze znajomymi/przyjaciółmi			41	65	78	28	26
Robienie różnych rzeczy			24		36	25	43
Zajęcia przy parafii			23		20		
Uprawianie sportu			16	28		90	88

„Nicnierobienie”			15	19		10	13
Komputer/internet			8	22	41	99	100
Sen/odpoczynek			7	44	35	14	19
Słuchanie muzyki				71		99	99
Spotkania z chłopakiem/dziewczyną				58	32		
Bywanie na imprezach sportowych/kibicowanie				24			
Podróże				45			
Telefonowanie do znajomych	-	-		35			
Chodzenie po sklepach	-	-		32		7	2
Praca				32			
Pomoc w domu				13	48		
Nauka języków obcych	-	-			27		

Źródła: w kolumnach 1 i 2 - W. Muzyka, *Przemiany uczestnictwa młodzieży w kulturze w latach 1978-1993*, WSP, Olsztyn, 1996; B. Fatyga, *Młodość bez skrzydeł. Nastolatki w małym mieście*, ISNS UW, Warszawa 2001; K. Koseła, B. Fatyga, J. Rogala-Obłękowska, *Style życia młodzieży a narkotyki*, ISP, Warszawa 2002; B. Fatyga, P. Zieliński, „Warszawskie badanie stylów życia młodzieży”, Warszawa 2008, raport niepubl.

**Tabela 2. Wybrane czynności czasu wolnego (według badań, w %)**

Czynności czasu wolnego podjęte przynajmniej raz w roku	1988	1989	1993	2001	2004	2006	2008
Wydanie przyjęcia dla znajomych/przyjaciół	65	66	55	61	61	66	66
Przeczytanie książki dla przyjemności	64	60	58	54	57	58	55
Wyjście do kina	42	25	17	33	33	33	39
Udział w imprezie sportowej	26	23	24	32	35	38	37
Wyjście z rodziną do restauracji	22	22	20	26	33	37	46
Wyjście do teatru	18	13	10	10	13	13	18
Korzystanie z Internetu w celach pozazawodowych	-	-	-	-	-	35	52
Pobyt za granicą	-	-	11	18	19	22	30
Wyjazd z rodziną na wypoczynek	-	-	-	-	-	31	38

B. Wciórka, *Co się zmieniło w stylu życia Polaków w ostatnim dwudziestoleciu?*, CBOS, Warszawa 2009.

### 5.3. Wnioski

Widać wyraźnie, że **czas wolny Polaków tylko w części przeznaczony jest na korzystanie z oferty kulturalnej**. Czas dla siebie to głównie czas wypoczynku i relaksu, ewentualnie rozrywki. Kultura wysokoartystyczna, skanonizowana lub nowo powstająca interesuje wybrane środowiska. **Oferta lokalnych instytucji kultury rzadko spotyka się z zainteresowaniem ludzi młodych** i niejednokrotnie sprawia wrażenie swego rodzaju obiegu wsobnego (duże znaczenie przypisują jej sami pracownicy tych instytucji, animatorzy kultury, działacze samorządowi).

Repertuar form wykorzystywania czasu wolnego zależy od wielkości miasta i aktywności jego mieszkańców. **Wypełniaczem wolnego czasu wciąż jest telewizja**, choć w domowym modelu *spędzania czasu* coraz większą rolę odgrywa komputer z dostępem do Internetu. Zdarzające się w wywiadach deklaracje o nieposiadaniu telewizora są znakiem przynależności do kulturalnej elity i manifestacją niechęci do masowo realizowanej rutyny.

**Czas dla siebie spędzany poza domem coraz wyraźniej jest cechą miejskiego stylu życia**. Charakter reliktowy ma natomiast praca na działce (w ogródku działkowym). Można powiedzieć, że intensywność korzystania z miejskich rozrywek, tudzież oferty kulturalnej, jest tym większa, im wyższe tempo życia danej miejscowości. To właśnie mieszkańcy wielkich miast najczęściej narzekają na brak czasu, a jednocześnie – paradoksalnie – najchętniej spędzają czas wolny poza domem.

Zwraca uwagę tendencja do urozmaicenia czasu dla siebie przez ludzi starszych oraz powtarzający się w wywiadach obraz młodzieży wysiadującej w pubach, kawiarniach, a w weekendy odwiedzającej dyskoteki i kluby. Czas wolny młodzieży należy do najbardziej zmitologizowanych kategorii. W gruncie rzeczy młodzież jest „schowana”, słabo rozpoznana (Fatyga, Zieliński 2008). Oferta kulturalna jest dla części młodych ludzi interesująca w kontekście wolnego czasu wówczas, gdy dotyczy treści kultury popularnej (czytanych kompetentnie i często ironicznie!). „Brak nawyku obcowania z kulturą wysokoartystyczną i wyraźny niedostatek edukacji w tym zakresie” to hasła wprowadzające w błąd – chodzi raczej o dostosowanie form edukacji do współczesnej, nierozpoznanej przez edukatorów i niechętnie przez nich ocenianej nowej wrażliwości. To tym sposobem **kultura przegrywa z rozrywką i rekreacją**.

#### 5.4. Rekomendacje

- zarówno w programach edukacji kulturalnej, jak i programach realizacji nowej polityki kulturalnej państwa należy **promować zwłaszcza te przedsięwzięcia, które nie tworzą getta wiekowego (tylko dla dzieci, tylko dla seniorów)**;
- budując programy należy brać pod uwagę zróżnicowane budżety czasu ich uczestników i dostosowywać działania do możliwości;
- instytucje kultury powinny nie poprzestawać na tradycyjnej promocji swej działalności, co okazuje się częściowo nieskuteczne, lecz szukać nowych form działania tam, gdzie fizycznie są potencjalni odbiorcy;
- większej niż dotąd uwagi organizatorów kultury wymagają ludzie starzy.

### 6. Aktywność kulturalna (Barbara Fatyga na podstawie tekstu Tomasza Szlendaka)

#### 6.1. Charakterystyka społecznego uczestnictwa w kulturze

Dane z końca 2006 r. wskazują, że muzea i wystawy czasowe odwiedziło w Polsce ponad osiemnaście milionów widzów, galerie sztuki – ponad trzy miliony, teatry – ponad dziewięć i pół miliona, a kina – ponad trzydzieści dwa miliony trzysta tysięcy (*Rocznik statystyczny 2007*). Skąd bierze się przekonanie organizatorów kultury o niskiej aktywności odbiorców? Pierwsza odpowiedź: ten sam odbiorca ma do wyboru coraz bogatszą ofertę, a coraz mniej czasu; druga – dotyczy odbiorców „przymuszanych” do aktywności; trzecia – bierności i niskich kompetencji odbiorców; czwarta – odpływu audytoriów w stronę biernych i łatwych form uczestnictwa w kulturze; piąta – oferty niezaspokajającej potrzeb.

##### 6.1.1. Potencjalni odbiorcy kultury

### Typy odbiorców kultury

<b>„Etatowi” odbiorcy kultury wysokiej: zróżnicowane kompetencje szacunek dla kultury wysokiej jako wartości narzucany lub odczuwany</b>	<b>Odbiorcy kultury popularnej: spłaszczone i ujednolicone kompetencje zdemoralizowani, wzruszeni lub zmęczeni</b>
Zorganizowane grupy seniorów	Audytoryum telewizyjne
Zorganizowane grupy dzieci i młodzieży	Odbiorcy iwentów na powietrzu
Towarzyskie grona licealistów i studentów	Sytuacyjne wspólnoty masowe
Zafascynowani jedną dziedziną sztuki	Celebryci i ich fani
Tradycyjne elity kulturalne	Targety kulturalne
Profesjoniści potrzebujący środowiska	Zafascynowani kulturą popularną
Snoby i nuworysze	Zmęczeni profesjoniści
<b>Twórcy i odbiorcy subkulturowi: wymienność ról kompetencje i gusty ujednolicane w grupie silne więzi merytoryczne i/lub społeczne</b>	<b>Ludzie „poza kulturą” oraz doświadczający kultury życia codziennego i cywilizacji: niskie, ale własne kompetencje kulturowe</b>
Środowiska kultury 2.0 – kontestujące kulturę wysoką i popularną oraz tradycyjne media	Grupy upośledzone ze względu na poziom wykształcenia (brak wykształconych potrzeb)
Alternatywne grupy młodzieżowe	Grupy zmarginalizowane przez ubóstwo
Amatorzy funkcjonujący w obiegu zamkniętym	Grupy zmarginalizowane z własnego wyboru
Narodowcy i grupy faszyzujące	Grupy zmarginalizowane przez cechy miejsca zamieszkania
Zamknięte środowiska wyznaniowe	Grupy wycofane ze względu na styl życia zdominowany przez pracę i „brak czasu”
Salony odrzuconych	
Uczniowie gimnazjów	

#### 6.1.2. Typy ludzi aktywnych we współczesnej kulturze

Na podstawie wyników swoich badań Tomasz Szlendak wyróżnił trzynaście typów aktywności kulturalnej i uczestnictwa we współczesnym życiu kulturalnym. Charakteryzują się one znaczącymi różnicami w zakresie stylu „konsumowania” kultury, potrzeb wynikających z odziedziczonego kapitału kulturowego, publicznych i prywatnych sposobów realizacji tych potrzeb, wieku, płci i miejsca w strukturze społecznej. Kategorie nie są w pełni rozłączne, a samą typologię można rozbudowywać.

1. PARAKULTURALNI – snobujący się, ale kompletnie się nie znający. Znają z telewizji kilka nazwisk, ogranych, rzucają nimi w rozmowach, bojąc się przyznać do niekompetencji. Mimo dwudziestu lat panowania popkultury w wersji telewizyjnej ludzie rozumieją, że obycie w kwestiach kultury wysokiej jest „prestizogenne”, dlatego parakulturalni muszą się trochę wysilać. Podtypy to: PARTYCYPANCI IMPREZ OSKAROPODOBNYCH, bywalcy gal wręczania nagród wszelkiego rodzaju, wernisaży i imprez, których głównym punktem programu jest – cytując respondentów – „ochlaj i wyzerka” oraz PSEUDOKULTURALNI, czyli osoby, które – jak stwierdził młody pracownik muzeum sztuk – *mimo że uczęszczają, zachowują pewne zasady obycia, mimo że są na bieżąco z ofertą kulturalną [...]. Nie mają właściwości empatycznych.*

2. PRZYLEPIENI. do określonego typu wrażeń, które jest im w stanie „zafundować” jedynie ukochana instytucja, zazwyczaj prowadzona przez człowieka z heretycką wizją kultury. To ludzie poruszający się, metaforycznie i dosłownie, z identyfikatorem jakiejś instytucji kultury na szyi albo jej emblematem na t-shircie. *Sfanatyzowane małolaty* – jak to określił respondent – znające na pamięć cały repertuar, albo podporządkowujące rytm roku jednemu wydarzeniu na krajowej mapie kulturalnej.

3. POSZUKIWACZE NOWOŚCI i SELEKCYJONERZY treści kultury oraz imprez kulturalnych, dysponujący najwyższych lotów kapitałem kulturowym. Wszystko widzieli i wszystko słyszeli (a przynajmniej tak twierdzą i zgodnie z tym twierdzeniem się zachowują). Pragną nowości, ale nie w postaci sztucznych udziwnień. Mają agresywny stosunek do popkultury w wersji ludowej. To oni najczęściej nie mają w domach telewizorów. HERETYCY w nowym znaczeniu – odszczepieńców od kultury telewizyjnej.

4. DZIECI Z AUTOBUSU. Uczniowie i przedszkolaki przywożone do instytucji kultury na przedstawienia i pokazy edukacyjne, jeden z najwierniejszych i najliczniejszych widzów i klientów instytucji kultury, który nie ma wyboru – uczestniczyć musi.

5. MIESZCZANIE Z WYRZUTAMI SUMIENIA. Ludzie w średnim wieku, z wykształceniem co najmniej średnim, obciążeni rodzinami, dziećmi, pracą od rana do późnego popołudnia. Klienci multipleksów kinowych zlokalizowanych w galeriach handlowych. Ekstremalnie trudni do „zaciągnięcia” do innych przybytków kultury, w których nie można zrobić zakupów i pooglądać sklepowych wystaw. *Mają domy i siedzą w domach.* Kiedy jest się w dzisiejszej Polsce czterdziestolatkiem, to trzeba „potrafić” wyjść na koncert czy do kina. W mniejszym mieście ludzie w wieku średnim tego „nie potrafią”. W większym – sporadycznie się to zdarza. Pełna rodzina biorąca udział w działaniach kulturalnych to

zjawisko w Polsce niespotykane. Terenem publicznym opanowanym przez rodziny jest supermarket i galeria handlowa. *Shopping* spaja polskie rodziny, uczestnictwo w kulturze bez wątpienia je dzieli. Co innego oglądają dzieci i młodzież, czym innym zajmują się w wolnym czasie rodzice.

6. EMERYCI „NA ETACIE” w instytucji kultury. Ludzie w starszym wieku, zwłaszcza członkowie lokalnego Uniwersytetu Trzeciego Wieku. Jedyny karnie stawiający się klient wielu instytucji kultury, choćby muzeów okręgowych. Organizuje się dla nich, tak jak dla dzieci, wiele imprez „na wyłączność”, im daje się maksymalne zniżki.

7. GRONA TOWARZYSKIE wychodzą z domów, zwłaszcza ludzie młodzi, ponieważ chcą się spotkać ze znajomymi. To jest główna potrzeba i motywacja. Oddolnie zatem, samodzielnie organizują się w grupy ludzi, dla których współprzebywanie i towarzyskość jest ważniejsza od przeżyć artystycznych. Nowoczesne instytucje kultury dają nie gorsze miejsce do współprzebywania niż kluby.

8. ZABŁĄKANI. Najczęściej turyści odwiedzający instytucję kultury przypadkiem. W Sopocie w plażowych slipach wchodzący do galerii. We Wrocławiu wchodzący do muzeum po detalicznym zwiedzeniu wszystkich ulokowanych na terenie starówki knajp i restauracji. Także zabłąkani w multipleksach kinowych rodzice w średnim wieku, którzy – mając raz na pół roku chwilę wolnego od dzieci – pytają przedstawicieli obsługi, na co iść, co obejrzeć, bo oni nie wiedzą, bo oni się nie znają.

9. KOBIETY. Wykształcone kobiety między 25 a 55 rokiem życia to adresat działań marketingu w instytucjach kultury. Strony internetowe instytucji kultury także muszą być budowane pod damskie gusta.

10. PRZYJEZDNI STUDENCI, którzy „tworzą złudzenie” licznej odbiorcy. Bez nich, latem, instytucje kultury w wielu miastach akademickich pustoszeją. „Ludzka masa” wypełniająca kluby, do której kierowane jest tanie piwo.

11. LOKALNI ODBIORCY AKADEMICKI. Im „wypada”: pójść, obejrzeć, wysłuchać, być. Robią to raczej rzadziej niż częściej, raczej zaproszeni (przez władze, przez znajomych z instytucji kultury) niż z własnej nieprzymuszonej woli (to najczęściej POSZUKUJĄCY DOKTORANCI, którzy wyrastają na zupełnie odrębną kategorię ludzi w dużych miastach).

12. LUDZIE BEZ ZOBOWIĄZAŃ. Ci, którzy nie założyli (jeszcze) rodzin i wieczorami nie muszą przesiadywać z dziećmi/mężem/żoną w domu. Mogą konsumować kulturę w przestrzeni publicznej, zwłaszcza wieczorami, nocą i w weekendy.

13. GETTO OBEZNANYCH. Elita uczestników kultury złożona z pracowników lokalnych instytucji kultury. Towarzystwo wzajemnej (nie)adoracji. Są wszędzie, bywają wszędzie, głównie w miejscach, które przypominają im ich własne działalnością i profilem, na przykład muzealnicy chodzą do muzeów, żeby podpatrzeć, co i jak robią inni w ich zawodzie. Uczestnicy z obowiązku.

## **6.2 Konsekwencje „śmietnika symbolicznego” dla zachowań kulturalnych**

Wizja kultury wśród pracowników kultury w Polsce na początku wieku XXI jest taka, jaką w latach pięćdziesiątych XX wieku mieli klasycy socjologii kultury (zob. np. Macdonald 2005). Organizatorzy kultury dzielą kulturę na wysoką i niską. Kultura wysoka występuje tam, gdzie dochodzi do jej kanonizacji oraz instytucjonalnego uporządkowania. Przykład: kultura wysoka jest w muzeum, dlatego że celebrytuje się ją tam, opisuje, szufladkuje i wystawia. Dzieła sztuki na murach, w kolejce miejskiej, w metrze, na trawniku, kulturą wysoką nie są, chyba że „robią ją” koncesjonowani organizatorzy. W umysłach odbiorców realny brak wpływu kultury wysokiej objawia się między innymi w formie „śmietnika symbolicznego”. Barbara Fatyga (zob. 1999) pisze, że polska kultura narodowa, przekaz symboliczny związany z Kościołem katolickim, kanony sztuki światowej i popkultura w wersji telewizyjno-komercyjnej mieszają się tak, iż żaden element nie jest wyróżniony. Z kanonów kultury uznawanej niegdyś za wysoką w umysłach odbiorców pozostały resztki; (zdaniem Andrzeja Szpocińskiego, kanony zostały „rozproszone”). Z tych elementów – twierdzi Fatyga – składają się dzisiejsze światopoglądy i z nich wyprowadzane są sposoby istnienia w świecie.

### **Błąd diagnozy:**

konsekwencją śmietnika symbolicznego w umysłach odbiorców jest brak udziału, dezercja z pola sztuki, niechęć do separowania rzeczy ważnych od nieważnych w kulturze, utożsamiane przez organizatorów kultury – nietrafnie – z lenistwem i brakiem kompetencji. Ekstremalnych przeżyć i emocji ludzie poszukują w jeździe na quadach albo w skokach ze spadochronem, a nie w muzeum sztuki. Ludziom nie chce się wysilać, a tradycyjne uczestnictwo w kulturze to wysiłek, głównie za sprawą trudności w odbiorze oraz konieczności odbycia rytuału człowieka kulturalnego. Tymczasem wysoka (pożądana)

aktywność kulturalna przenosi się, zwłaszcza w dużych miastach, do nisz, w których sztuka nie ulega (jeszcze?) procesom stereotypizacji, instytucjonalizacji i kanonizacji. Odbiorcy o wyrafinowanych potrzebach, uważają za „atrakcję kulturalną” co innego niż organizatorzy kultury oraz nie to, co podsuwa im kanon telewizyjny.

**Rekomendacja:** należy przededefiniować rozumienie aktywności kulturalnej i zrezygnować ze sztywnego, ideologicznego w istocie podziału na twórców i organizatorów oraz odbiorców kultury

Ważną cechą polskiego masowego odbioru kultury jest poszukiwanie tego, co tradycyjne, nostalgia za treściami, które były i które się już (rzekomo) dobrze zna. Polacy przejawiają nostalgię za czymś, czego do końca nie doświadczyli i czego nie mieli szansy w szczegółach poznać. Telewizja składa te strzępy w „teledyski”, emitowane na przykład z okazji świąt Bożego Narodzenia albo świąt o charakterze religijnym bądź narodowym. Telewizja daje szansę obcowania z czymś bezpowrotnie utraconym w zakresie kultury, czego jednak polski odbiorca utracić nie mógł, ponieważ nigdy tego nie nabył.

### 6.3. Zrekonstruowany w badaniach model powinnościowy aktywności kulturalnej

W małym mieście aktywność kulturalna to: nieprzeklinanie, funkcjonowanie w zgodzie z kodeksem *savoir-vivre* (którego nikt nie czytał) i obycie z polską tradycją;

w dużym mieście aktywność kulturalna to bywanie i robienie tego, co aktualnie jest w modzie.

**Zmiany uwarunkowań aktywności kulturalnej** można opisać następująco:

– kiedyś czas wolny tworzył wyraźnie wydzielone obszary – obecnie „rozsypał” się na małe kawałki;

– szybsze obecnie tempo życia i brak czasu powodują, że trudno planować uczestnictwo w kulturze, zwłaszcza systematyczne;

– elitarne wzorce odbioru, wymagające skupienia i wysiłku poznawczego, zmieniły się pod wpływem telewizji na „okienkowe” sposoby odbioru, krótkie momenty skupienia uwagi oraz zamiast przeżywania kultury jej konsumowanie;

– instytucje kultury, które w PRL nie miały konkurencji, obecnie „przegrywają” z centrami handlowymi pod względem atrakcyjności, także dlatego, że te drugie są wielofunkcyjne (kino, kręglarnia, fitness, zakupy, obiad w jednym);

– **przed zmianą kontakt z kulturą i aktywność kulturalna nosiły znamiona odświętności** (często fałszywej i/lub nieuzasadnionej) **obecnie podejmowane są „przy okazji”, a kultura musi być łatwo dostępna;**

– przed przełomem ustrojowym ludzie w miastach brak uczestnictwa w kulturze wysokiej odczuwali jako rodzaj piętna; **obecnie wybierając formy spędzania czasu, szukają raczej kontaktu z naturą niż kulturą.**

**Diagnoza ostrzegająca:**

Młodzi Polacy są przyzwyczajani do braku wysiłku i poszukiwania rozrywkowej oferty od wczesnego dzieciństwa. W efekcie instytucje kultury zamieniają się w przybytki podobne w zakresie funkcji i działania do galerii handlowych czyli w przestrzenie wielozmysłowe.

Uczestnictwem w kulturze sterują **wydarzenia**, osoby z odpowiednim kapitałem kulturowym „bywają” niemal tylko na **wydarzeniach**; (pozbawieni kapitału i tak o nich nie wiedzą).

## **7. Instytucje kultury (Barbara Fatyga na podstawie tekstu Jacka Nowińskiego)**

### **7.1. Definicja instytucji kultury i ich wstępna charakterystyka**

Struktura, funkcje i sposoby działania instytucji kultury, mimo zmian społecznych, kulturowych i cywilizacyjnych, jakie dokonały się w Polsce po 1989 r., nie zostały poddane gruntownej przebudowie. Instytucje kultury ciągle postrzegane są jako placówki nieproduktywne, roszczeniowe, sięgające jedynie po środki publiczne. Kryzys instytucji kultury związany z brakami w finansowaniu, ewentualnie masową ich likwidacją, o której wiele mówiono w pierwszej dekadzie transformacji ustrojowej, nie znajduje potwierdzenia w danych. Wręcz przeciwnie – w miastach nastąpił wzrost liczby instytucji kultury.

W socjologii kultury:

**instytucja kultury** to sformalizowany system obiektów, urzędów i organizacji, których funkcjonowanie służy tworzeniu, przechowywaniu, powielaniu i społecznemu upowszechnianiu dóbr kultury;

**instytucjonalny system kultury** powołany został do upowszechniania uczestnictwa w kulturze wysokiej, reprezentacyjnej, według aksjologicznych założeń sformułowanych przede wszystkim w zasadach polityki kulturalnej państwa (Grad 1997);

**instytucjonalizacja kultury** to przejmowanie przez instytucje kultury społecznego obiegu wartości i dóbr kultury;

**placówka kultury** to instytucja społeczna, wg formalnego podziału zaliczana do grupy instytucji wychowawczych i edukacyjnych;

**działalność instytucji kultury** to tzw. drugi układ kultury (instytucjonalny) (Kłoskowska, 1981) obejmuje treści tworzone i przekazywane w ramach określonych instytucji, na przykład szkół, teatrów, kościołów, filharmonii, domów kultury”.

W zinstytucjonalizowanym układzie kultury istnieje stały podział na odbiorców (publiczność, audytorium) oraz nadawców i organizatorów. Rola odbiorcy w drugim układzie jest z istoty bierna; rola nadawcy jest czynna i ma charakter profesjonalny’

W niniejszym raporcie:

**instytucjami kultury są wszystkie placówki wymienione w Ustawie o organizacji i prowadzeniu działalności kulturalnej; nowymi instytucjami nazywamy prywatne instytucje kultury, organizacje pozarządowe oraz przedsięwzięcia i inicjatywy nieformalne.**

Dla wszystkich placówek finansowanych przez skarb państwa lub samorząd terytorialny obligatoryjne są dwie ustawy: Ustawa o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej (Dz.U. z 2001 r., nr 13, poz. 123.) oraz Ustawa o finansach publicznych (Dz.U. z 2005 r., nr 249, poz. 2104.). Pierwsza określa formy organizacji działalności kulturalnej, podmioty i organizacje mogące prowadzić działalność kulturalną, tryb oraz sposób organizowania, prowadzenia i likwidacji instytucji kultury, tryb powoływania dyrektora, czas pracy w instytucjach kultury, zasady prowadzenia gospodarki finansowej oraz przepisy dotyczące organizacji imprez artystycznych i rozrywkowych poza

siedzibą instytucji. Druga mówi między innymi o: zasadach i sposobach zapewnienia jawności i przejrzystości finansów publicznych, formach organizacyjno-prawnych jednostek sektora finansów publicznych, zasadach planowania i dysponowania środkami publicznymi, zasadach kontroli finansowej i audytu wewnętrznego w tych jednostkach, sposobie finansowania deficytu i zasadach operacji finansowych dokonywanych przez jednostki sektora finansów publicznych. Inne regulacje prawne, na których opiera się działalność instytucji kultury, to Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Ustawa o działalności pożytku publicznego, Ustawa o muzeach, Ustawa o bibliotekach oraz inne przepisy prawa pracy i prawa gospodarczego istotne w prowadzeniu działalności kulturalnej.

## **7.2. Główne zmiany w obszarze instytucji kultury w okresie 1989-2008**

Wraz z transformacją społeczno-gospodarczą pojawiły się nowe typy podmiotów (komercyjne, pozarządowe, inicjatywy niesformalizowane). Tradycyjne instytucje zostały zmuszone do konkurencji i zabiegania o fundusze i odbiorców. Zmieniły się warunki działania instytucji kultury (dominacja kultury popularnej i mediów elektronicznych; zmiana pozycji kultury wysokiej z dominującej na niszową, demokratyzacja, zmiana środowiska społeczno-gospodarczego). Zmieniła się przestrzeń wytworów i wartości kultury oraz preferencje odbiorców. Zmiany w instytucjonalnym systemie kultury nie są jednak prawidłowo odczytywane, a ich znaczenie wykorzystywane w działaniu. Brakuje przede wszystkim zmian w sposobie myślenia o kulturze, systemu kształtowania potrzeb i rozwijania kompetencji oraz elastycznego, otwartego na zmiany systemu kształcenia personelu kultury.

## **7.3. Wnioski z badań**

### **7.3.1. Stan infrastruktury**

Istnieje duże zróżnicowanie standardu obiektów, w których zlokalizowane są instytucje kultury. Nowo powstałe instytucje często mieszczą się w obiektach nowoczesnych, zaprojektowanych odpowiednio do funkcji. Obiekty adaptowane, na przykład postindustrialne, są pomysłowo zaaranżowane i funkcjonalne. Realizowane są z dbałością, uwzględniają komfort odbiorcy i są dobrze wyposażone technicznie. Jednakże znaczna część instytucji kultury funkcjonuje w obiektach, które nie są w stanie sprostać współczesnym funkcjom i standardom, co ma pośredni, a czasami bezpośredni wpływ na satysfakcję odbiorcy.

**Rekomendacja:** Należy systematycznie podnosić standard infrastruktury kulturalnej, jednakże wymaga to starannego monitorowania potrzeb środowisk, którym mają one służyć. Przestrzegamy zwłaszcza przed gigantomanią, gdyż kultura staje się systemem nisz i federacją subkultur.

### 7.3.2. Pracownicy instytucji kultury

Jak wynika z nielicznych badań, pracownicy instytucji kultury są grupą społeczną o wysokim poziomie frustracji i resentymetu (Grad 1997; Nowiński 2008).

(1) W modelu polityki kulturalnej głęboko ukryte jest tradycyjne założenie, iż tylko systematyczne obcowanie z kulturą tworzoną i upowszechnianą przez instytucje artystyczne zapewnia wysoką jakość uczestnictwa w kulturze. W związku z tym istnieje uzasadnione poczucie „gorszości” wśród znacznej części pracowników innych instytucji kultury.

(2) Na samopoczucie pracowników kultury i – pośrednio na ich style działania – istotnie wpływa także podział na centrum i peryferie życia kulturalnego – wraz z zawiedzionymi nadziejami na określony typ kariery (często artystycznej).

(3) Pracowników kultury cechują ich stosunkowo niskie kompetencje kulturowe (głównie poznawcze) i niska zdolność współpracy z innymi podmiotami lokalnymi (wyjąwszy dysponentów środków finansowych); a ponadto poczucie niepewności własnej tożsamości i pozycji zawodowej związane z upośledzeniem w hierarchii prestiżu i finansowaniu tej grupy.

(4) Pracownicy instytucji kultury dzielą się z grubsza rzecz biorąc na: pozytywnych dewiantów – wizjonerów osiągających sukcesy; wizjonerów – nieodpowiedzialnych szaleńców; romantycznych pozytywistów „pracujących u podstaw”, sprawnych urzędników; sfrustrowanych autokratów i szary personel zarabiający na chleb. Kontraktowi menedżerowie, wyposażeni w wysokie kwalifikacje i doświadczenie, rzadko pracują jako kierownicy instytucji kultury. (Wśród przebadanych instytucji tylko jeden menedżer, kierujący tzw. nową instytucją kultury, deklarował chęć pracy wyłącznie w formie zarządzania projektami).

**Rekomendacja:** zanim się zacznie reformować instytucje kultury, należy przygotować dla nich kadry. Na początek warto przeprowadzić nowoczesne, reprezentatywne, ogólnopolskie badanie zasobu kadrowego instytucji kultury (w rozumieniu przyjętym

w niniejszym raporcie, a więc obejmujące również NGO's i instytucje komercyjne) oraz przeprowadzić ewaluację kierunków studiów przygotowujących do pracy w kulturze.

### **7.3.3. Działalność instytucji kultury**

(1) Instytucje kultury, w tym te uważane za najbardziej zachowawcze – muzea i biblioteki – rozwijają się w zakresie swoich podstawowych funkcji (gromadzenie, ochrona, opracowywanie zbiorów) oraz prowadzą, przynajmniej w dużych miastach, ożywioną działalność w zakresie promocji własnych zasobów i edukacji kulturalnej; są organizatorami przedsięwzięć o charakterze naukowym, popularnonaukowym, artystycznym i wydawniczym, często jednak odległych od ich głównych zadań.

(2) Instytucje kultury w stosunku do rzeczywistych potrzeb jest zbyt dużo, ale nie zawsze odpowiadają potrzebom odbiorców. Ich kompetencje i zadania krzyżują się. Często konkurują one między sobą. Skupiają zainteresowania na tych samych grupach docelowych, dublują nakłady na sprzęt i wyposażenie, które w jednym ośrodku miejskim i przy jednym organizatorze mogłoby służyć z powodzeniem wielu z nich. Brakuje im wspólnej przemyślanej polityki promocyjnej. Bardzo rzadko działają w sieci i potrafią konsolidować swoją działalność (wyjątkiem są na przykład jazzowe kluby muzyczne) w celu pomnażania efektów i ograniczania nakładów.

(2) Instytucje kultury o charakterze wojewódzkim nie funkcjonują wcale (lub w niewielkim stopniu) jako instytucje nadzorujące albo wzorcotwórcze dla jednostek organizowanych przez niższe szczeble samorządu.

(3) W szczególności kontakty, współpraca i łączność między instytucjami w danym środowisku lokalnym, „branżowym” i ponadlokalnym jest albo fikcyjna, albo oparta na przyzwyczajeniu i dobrowolności. Dużo do życzenia pozostawia na przykład funkcjonowanie różnych systemów komputerowych obsługi czytelnika w bibliotekach, nawet w obszarze jednego województwa i powiatu; połączenia elektroniczne bibliotek i innych instytucji nie istnieją jako system ogólnopolski.

(4) Brak spójnego systemu informacji o wydarzeniach kulturalnych na każdym szczeblu samorządu i struktur państwowych. Istnieje wiele niezależnych witryn i portali internetowych zajmujących się kulturą. Niektóre z nich są dobrej jakości, ale nie ma systemowej platformy wymiany informacji o wydarzeniach i zjawiskach w kulturze. Potrzeba takiej informacji staje się coraz bardziej paląca.

(5) Skuteczną i poprawną informację o kulturze utrudnia, często deklarowany przez respondentów, brak zainteresowania tą problematyką mediów lokalnych i ogólnopolskich.

(6) Programy działania wielu instytucji, w tym wielu instytucji pozarządowych, układane są „pod” bieżące możliwości uzyskania grantów, nie wiążą się z długofalowym planowaniem, co daje w efekcie: niską skuteczność oddziaływania na bezpośredniego odbiorcę, „specjalizację” instytucji na czas trwania projektu, nie buduje wokół niej kapitału społecznego. Dotyczy to jednak przede wszystkim instytucji tradycyjnych. Nowe instytucje – prywatne, a także znaczna część organizacji pozarządowych – dobrze rozpoznają potrzeby i konsekwentnie realizują swoje cele.

(7) Projekty składane do różnych grantodawców, w tym do MKiDN, rzadko są innowacyjne, często za to nieprofesjonalnie przygotowane. Często także mają na celu uzupełnienie dotacji organizatora albo wręcz są jedynym źródłem finansowania działań. Wiąże się to bezpośrednio z niedookreślonymi lub zbyt „miętko” potraktowanymi w ustawach obowiązkami organizatora wobec podległej instytucji kultury, brakiem sankcji dla grantobiorców za nieprzestrzeganie przepisów i warunków zapisanych w umowach grantowych.

(8) Organizator instytucji – w myśl rozumienia ustawy o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej – zbyt często w świetle zgromadzonego materiału ingeruje w bieżącą działalność instytucji i wykorzystuje je do doraźnych celów, często mających więcej wspólnego z propagandą niż ze współczesną promocją.

**Rekomendacja:** W związku z jakościowymi zmianami sytuacji społecznej i cywilizacyjnej potrzebna jest nowa wizja kultury instytucjonalnej – wskazująca nowe struktury organizacyjne, wymuszająca „usieciowioną” współpracę różnych podmiotów. Należy zwracać baczniejszą uwagę na sposoby wywiązywania się ze zobowiązań podejmowanych przez instytucje przy okazji otrzymywania dotacji i grantów.

#### **7.3.4. Praktyka ewaluacyjna, sponsoring a wyniki badań**

(1) Nie istnieje nowoczesny system wskaźników diagnozy i oceny liczby oraz wartości działań kulturalnych i kulturotwórczych. Powszechnie stosowanym i często nadużywanym wskaźnikiem jest frekwencja. To kryterium, zwłaszcza stosowane jako główna, a niekiedy jedyna, miara efektywności działania, często powoduje manipulacje danymi

dokumentującymi przedsięwzięcia, w których liczba uczestników jest trudna do weryfikacji. Ponadto wskaźnik frekwencji skutecznie przyczynia się do zwiększania liczby imprez kierowanych do masowego widza, nierzadko o niskim poziomie.

(2) Frekwencja ma bezpośredni związek z tzw. sponsoringiem w kulturze. Firmy komercyjne na ogół zainteresowane są finansowaniem popularnych przedsięwzięć o dużej oglądalności. Wynaturzeniu uległy chociażby formy honorowania darczyńców w czasie trwania wydarzeń artystycznych. Zdarza się, że najbardziej honorowaną osobą jest sponsor wydarzenia, a nie jego podmiot, czyli artysta.

**Rekomendacja:** Należy zbudować, dostosowany do sytuacji, system wskaźników pomiaru i oceny działań instytucji kultury uwzględniający zarówno działania masowe, jak i niszowe. **Dotyczy to także danych o kulturze zbieranych przez GUS!!!**

### **7.3.5. Odbiorcy działań: ich postrzeganie przez profesjonalistów a ich opinie o instytucjach kultury**

(1) Badanie pokazało, że respondenci odczuwają brak różnorodnych instytucji kultury w swych miastach, ale przede wszystkim zwracają uwagę na jakość i standard infrastruktury, świadczące o jej poziomie cywilizacyjnym (np. na dojazdy, parkingi).

(2) Krytyce – często bardzo ostrej – odbiorcy poddają programy działań instytucji (osławione: *w mieście nic się nie dzieje, dla ludzi nic nie ma*).

(3) W ocenie profesjonalistów z kolei winę za marazm kulturalny ponoszą odbiorcy, których kompetencje kulturalne są zbyt niskie, a potrzeby nie rozbudzone przez inne agendy społeczne (głównie rodzinę i szkołę). Niemal wszyscy przebadani przedstawiciele instytucji deklarują prowadzenie edukacji kulturalnej (od poziomu elementarnego po specjalistyczny). Jednocześnie podkreślają olbrzymie braki w tej materii u odbiorców. Jednakże nie chcą dostrzec, iż może to świadczyć o ich braku skuteczności.

**Rekomendacja:** bez systemowych zmian w edukacji kulturalnej nie zmieni się model uczestnictwa w kulturze.

## 8. Wykorzystana literatura

- Appadurai Arjun (2005), *Nowoczesność bez granic*, przeł. Zbigniew Pucek, Universitas, Warszawa.
- Baldwin Elaine i in. (2007), *Wstęp do kulturoznawstwa*, przeł. Maciej Kaczyński, Zysk i S-ka, Poznań,
- Beauchamp Murray A.. (1965), *An Improved Index of Centrality*, "Behavioral Science", t. 10, s. 161-163.
- Bourdieu Pierre (1986), *The Form of Capital*, w: John G. Richardson (red.), *Handbook of Theory and Research for Sociology of Education*, London: Grennwood Press.
- Bourdieu Pierre (2005), *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzienia*, przeł. Piotr Biłos, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Bourdieu Pierre (2006), *Medytacje pascaliańskie*, przeł. Krzysztof Wakar, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Bourdieu Pierre, Wacquant Loic J. D.(2001), *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*, przeł. Anna Sawisz, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Bukraba-Rylska Izabela (2008), *Socjologia wsi polskiej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Burszta Wojciech (2008), *Różnorodność i tożsamość. Antropologia jako kulturowa refleksyjność*, Poznań: Wydawnictwo Poznańskie.
- Burszta Wojciech (2008), *Świat jako więzienie kultury. Pomyślenia*, Warszawa: PIW.
- Corbin Juliet, Strauss Anzelm (1997), *Grounded Theory in Practice*, Thousand Oaks: Sage.
- Dumazedier Joffre, Lafant, M. F (1967), *Sociologie du Loisir. Histoire. Problemes. Methodes*. Montreal.
- Fatyga Barbara (1993), *Śmietnik symboliczny*, w: Aldona Jawłowska, Marian Kempny, Elżbieta Tarkowska (red.), *Kulturowy wymiar przemian społecznych*, Warszawa: IFiS PAN.
- Fatyga Barbara. (1999), *Młodzież. „Nosiciele zarazy” czy forpoczta nowej kultury?*, w: Janusz Mucha (red.). *Kultura dominująca jako kultura obca. Mniejszości kulturowe a grupa dominująca w Polsce*, Warszawa: Oficyna Naukowa.

- Fatyga Barbara (2000a), *Kilka odpowiedzi na pytanie dlaczego warto badać młodzież*, „Prace Instytutu Stosowanych Nauk Społecznych”, nr 3, Warszawa.
- Fatyga Barbara (2000b), *Biografia jako obszar kultury. Metodologia pracy z tekstami*, w: Stefan Bednarek, Krzysztof Łukasiewicz (red.), *Wiedza o kulturze polskiej u progu XXI wieku*, Wrocław: DTSK Silesia.
- Fatyga Barbara (2001), *Młodość bez skrzydeł. Nastolatki w małym mieście*, Warszawa: Ośrodek Badań Młodzieży.
- Fatyga Barbara (2002), *Agresja przemoc i indywidualizm ego-sekularny*, w: Stefan Amsterdamski (red.), *Człowiek i agresja. Głosy o nienawiści i przemocy. Ujęcie interdyscyplinarne*, Warszawa: Sic!
- Fatyga Barbara, Górniak Katarzyna, Zieliński Przemysław (2000), *Dwie Europy. Młodzi Niemcy i młodzi Polacy na przełomie wieków*, t. 1: *Plemienny wróg – globalny kumpel*, Warszawa: Fundacja Współpracy Polsko-Niemieckiej.
- Fatyga Barbara, Zieliński Przemysław (2008), „Warszawskie badanie stylów życia młodzieży”, tekst udostępniony przez autorów, Warszawa.
- Giddens Anthony (2002), *Nowoczesność i tożsamość*, przeł. Alina Sulżycka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Grad Jan (1997), *Badania uczestnictwa w kulturze artystycznej w polskiej socjologii kultury. Analiza metodologiczno-teoretyczna*, Poznań: Wydawnictwo UAM.
- Hardt Michel, Negri Antonio (2005), *Imperium*, przeł. Sergiusz Ślusarski, Adam Kołbaniuk, Warszawa: W.A.B.
- Harris Zellig S. (1952), *Discourse Analysis*, „Language”, t. 28, s. 1-30.
- Howarth David (2008), *Dyskurs*, przeł. Anna Gąsior-Niemiec, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Kłoskowska Antonina (1981), *Socjologia kultury*, Warszawa: PWN.
- Kłoskowska Antonina (2003), *Homogenizacja*, w: *Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, Andrzej Mencwel (red.), Warszawa: WUW.
- Kurczewska Joanna (2000), *Kanon kultury narodowej*, w: *Kultura narodowa i polityka*, Joanna Kurczewska (red.), Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Kmita Jerzy (2008), *Konieczne serio ironisty*, Poznań: Wyd. UAM.
- Konecki Krzysztof (2000), *Studia z metodologii badań jakościowych. Teoria ugruntowana*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Macdonald Dwight (2005/1953) Teoria kultury masowej, w: *Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, Andrzej Mencwel (red.), Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Nowiński Jacek (red.) (2008), *Moda na obciach. Materiały z Ogólnopolskiej Konferencji Kulturoznawczej "Moda na obciach. Co Polacy robią z kulturą popularną?"*, Elbląg: Wydawnictwo Wilk Stepowy.
- Oliwińska Iwona (2008), *Warszawskie Szmulki. Miejsce, ludzie, style życia*, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak.
- Paluch Andrzej (1990), *Mistrzowie antropologii społecznej*, Warszawa: PWN.
- Pęczak Mirosław (2006), *Clubbing – funkcja fatyczna*, w: *Retoryka codzienności. Zwyczaje językowe współczesnych Polaków*, Małgorzata Marcjanik (red.), Warszawa: Wydawnictwo Trio.
- Robin Regine (1980), *Badanie pól semantycznych: doświadczenia Ośrodka Leksykologii Politycznej w Saint-Cloud*, w: Michał Głowiński (red.), *Język i społeczeństwo*, Warszawa: Czytelnik.
- Rocznik statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej* (2007), Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych
- Sowa John F. (1992), *Semantic Networks*; <http://www.jfsowa.com/pubs/semnet.htm>
- Sułkowski Bogusław (1984), *Zabawa. Studium socjologiczne*, Warszawa: PWN.
- Szpociński Andrzej (1997), *Czy kryzys kanonu?*, w: Marian Kempny, Alina Kapciak, Sławomir Łodziński (red.), *U progu wielokulturowości. Nowe oblicza społeczeństwa polskiego*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Szpociński Andrzej (2000), *Przeszłość jako tworzywo kanonu kulturowego. Kanon kulturowy upowszechniany w programach telewizyjnych*, w: Joanna Kurczewska, (red.), *Kultura narodowa i polityka*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Taylor Charles (2001), *Źródła podmiotowości: narodziny tożsamości nowoczesnej*, przeł. Marek Gruszczyński i in., Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Wierzbicka Anna (1978), *Sapir a językoznawstwo współczesne*, w: Edward Sapir, *Kultura, język, osobowość*, Warszawa: PIW.
- Wiśniewski Wiesław (1980), *Wzór człowieka wykształconego w świadomości społecznej*, „Studia Socjologiczne”, nr 3.
- Zarycki Tomasz (2008), *Kapitał kulturowy. Inteligencja w Polsce i w Rosji*, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.

Ziemilski Andrzej (1984), *Trzy modele doświadczenia kulturalnego (Szkic problemowy)*,  
„Kultura i Społeczeństwo”, nr 3.

Ziółkowski Marek (1989), *Nabywanie kompetencji kulturowej*, w: Teresa Kostyrko, Andrzej  
Szpociński (red.), *Kultura artystyczna a kompetencje kulturowe*, Warszawa: COMUK.