

Anna Murawska

Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy im. Jana i Jędrzeja Śniadeckich w Bydgoszczy

Sposoby zaspokajania potrzeb kulturalnych w różnych typach gospodarstw domowych w Polsce

Streszczenie

Cel artykułu: charakterystyka aktualnych sposobów zaspokajania potrzeb kulturalnych w gospodarstwach domowych. W szczególności dokonano analizy wydatków na kulturę ponoszonych przez gospodarstwa domowe, wyposażenia gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny oraz dzieła sztuki i antyki oraz sposobów i możliwości zaspokajania potrzeb kulturalnych w zależności od cech gospodarstwa domowego, takich jak region, klasa miejscowości zamieszkania oraz typ społeczno-ekonomiczny.

Materiał i metody: do realizacji celu wykorzystano wyniki badania modułowego przeprowadzonego w czwartym kwartale 2014 roku metodą reprezentacyjną na próbie z badania budżetów gospodarstw domowych w Polsce. Skorzystano również z innych opracowań i materiałów źródłowych o charakterze wtórnym. Podczas analiz zastosowano metody statystyczne, opisowe i porównawcze, zaprezentowano wskaźniki struktury oraz miary położenia.

Wyniki i wnioski: z przeprowadzonych analiz wynika, że dla większości mieszkańców Polski kultura jest ważnym elementem zaspokajania potrzeb i kładzie się przede wszystkim ze sztuką, stylem życia i obyczajami. W celu zaspokojenia potrzeb kulturalnych gospodarstwa zaopatrują się w różnego rodzaju sprzęt audiowizualny, większość z nich posiada książki, kupuje czasopisma lub gazety oraz świętuje uroczystości. Poziom i sposoby zaspokajania potrzeb kulturalnych są zróżnicowane w zależności od typu gospodarstwa domowego. Najwięcej gospodarstw domowych o wyższej jakości zagospodarowywania czasu wolnego znajdowało się w regionie centralnym, w największych miastach oraz w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek, a najmniej w regionie wschodnim, na wsiach oraz w gospodarstwach rencistów.

Implikacje praktyczne i społeczne: widoczny istniejący dystans między Polską centralną i południową a wschodnią, dużymi miastami a wsią, gospodarstwami osób pracujących i posiadających własną firmę a rencistów i emerytów, powinien być przesłanką dla nich samych, gospodarstw domowych, a także władz centralnych i lokalnych, aby z większą skutecznością i odpowiednią jakością zaspokajać bądź pobudzać i intensyfikować potrzeby kulturalne we wszystkich regionach i miejscowościach, a także typach gospodarstw domowych.

Rodzaj artykułu: badawczy.

Słowa kluczowe: kultura, czas wolny, gospodarstwo domowe, konsumpcja, wydatki.

Kody JEL: D12, D14, I31, Z10

Wstęp

W ostatnich latach poziom i struktura konsumpcji nie tylko zostały uznane za podstawowy wyznacznik dobrobytu gospodarstw domowych, lecz także stały się celem funkcjonowania gospodarki i podstawową siłą napędzającą jej rozwój. W nowej rzeczywistości konsumpcja stała się istotnym czynnikiem transformującym systemy społeczne, a tworzenie indywidualnych potrzeb i kreowanie nowych stylów życia przez konsumpcję stało się zasadniczą cechą i warunkiem ich trwania (Appadurai 2005, s. 125). Nieograniczony dostęp do różnorodnych dóbr i usług spowodował przemiany w sposobach zaspokajania potrzeb konsumpcyjnych. Zmiany w formach konsumpcji dotyczą również zagospodarowania czasu wolnego, w szczególności form aktywności kulturalnej, możliwości uczestnictwa w życiu kulturalnym oraz środków służących zaspokajaniu potrzeb z tym związanych.

Wymiar czasu wolnego oraz sposób i miejsce jego spędzania są swoistymi wskaźnikami zrównoważonego poziomu życia oraz odpowiedniej jakości życia. Badania nad tym problemem dostarczają istotnych informacji między innymi na temat aktualnych trendów w życiu społecznym oraz poziomu konsumpcji (Murawska 2013, s. 234). Rola czasu wolnego jako elementu konsumpcji wzrasta wraz z rozszerzeniem możliwości konsumpcyjnych ludzi, tj. wzrostem zamożności oraz rozwojem środków zaspokajania potrzeb (Bywalec, Rudnicki 2002, s. 110). Jednak społeczeństwo mogłoby jeszcze więcej nabywać i konsumować, gdyby posiadało większy zasób czasu wolnego. Czas wolny oddziałuje na konsumpcję jak dochód. Im więcej ma go dana jednostka, tym większa może być konsumpcja, a tym samym wyższa jakość życia (Podoski, Turnowiecki 2001, s. 107; Gotowska 2013, s. 45-46).

Mówiąc o czasie wolnym mamy najczęściej na myśli całokształt zajęć, którym ludzie oddają się całkowicie z własnej woli dla wypoczynku, rozrywki, rozwijania zainteresowań i pasji, bądź większego uczestnictwa społecznego po wyzwoleniu się z rozlicznych obowiązków zawodowych, szkolnych lub domowych (Boni 2011, s. 238). Czas wolny pełni wiele funkcji, przede wszystkim wypoczynkową, kulturalną, integracyjną, wychowawczą, oświatową oraz kompensacyjną, przez możliwość dowartościowania lub sprawdzenia się w innej sferze niż praca zawodowa (Bombol 2011, s. 205; Makówka 2006, s. 41-52). Funkcje te stanowią aktywności czasu wolnego (Gutkowska, Murawska 2011, s. 22). Tym samym można uznać, że czas wolny jest czynnikiem determinującym czynności związane z rekreacją, turystyką lub uczestnictwem w kulturze.

Jedną z najważniejszych dziedzin zaspokajających potrzeby jednostek i pełniących kreatywną rolę w rozwoju nowych kierunków zagospodarowania czasu wolnego jest kultura oraz cała baza dóbr i usług z nią związanych (Murawska 2012, s. 282). Zagospodarowanie czasu wolnego elementami związanymi z kulturą odzwierciedla znaczenie kultury jako istotnej sfery życia społecznego, kształtującej postawy oraz działania jednostek, gospodarstw domowych i społeczeństw poprzez uczestnictwo w życiu kulturalnym (Murawska 2009, s. 110-118). Środki umożliwiające zaspokajanie potrzeb kulturalnych stanowią podstawowy czynnik wyzwalający i zarazem wpływający na sposób spędzania czasu wolnego i zarazem jakość bytu w tym zakresie.

To czy członkowie gospodarstw domowych będą zainteresowani zaspokajaniem potrzeb kulturalnych w czasie wolnym od pracy, szkoły czy obowiązków domowych oraz w jaki sposób będą te potrzeby zaspokajać zależy od wielu czynników (Panek, Szulc 2004, s. 130) o znaczeniu społecznym lub ekonomicznym, takich jak wysokość uzyskiwanych dochodów, wykształcenie, wiek, przynależność do grupy społeczno-ekonomicznej czy lokalizacja gospodarstwa domowego (Murawska 2013, s. 234).

Cel, materiał i metody

Celem rozważań jest charakterystyka sposobów zaspokajania potrzeb kulturalnych w gospodarstwach domowych. W szczególności dokonano analizy wydatków na kulturę ponoszonych przez gospodarstwa domowe, wyposażenia gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny oraz dzieła sztuki i antyki oraz sposobów i możliwości zaspokajania potrzeb kulturalnych w zależności od cech gospodarstwa domowego, takich jak region, klasa miejscowości zamieszkania oraz typ społeczno-ekonomiczny gospodarstwa.

Do realizacji celu wykorzystano wyniki badania modułowego przeprowadzonego w IV kwartale 2014 roku metodą reprezentacyjną na próbie z badania budżetów gospodarstw domowych w Polsce. W badaniu wzięły udział 4542 gospodarstwa domowe, z których 2628 było zlokalizowanych w miastach, a 1914 na wsi (*Uczestnictwo ludności w ...* 2016, s. 11). Dodatkowo skorzystano z innych opracowań i materiałów źródłowych o charakterze wtórnym. Podczas analiz zastosowano metody statystyczne, opisowe i porównawcze, zaprezentowano wskaźniki struktury oraz miary położenia. Zaprezentowane wyniki dotyczą możliwości i sposobów zaspokajania potrzeb kulturalnych w polskich gospodarstwach domowych w 2014 roku.

Znaczenie pojęcia kultura

Bardzo trudno określić zakres pojęcia „kultura”, mimo że w literaturze naukowej istnieje około 200 definicji tego terminu. Już w XVIII wieku niemiecki filozof Johann Helder w *Myślach o filozofii dziejów* stwierdził, że „nie ma nic bardziej nieokreślonego niż słowo kultura”. Kultura jest ściśle powiązana z innymi dziedzinami życia, a pojęć „kultura”, „kulturalny” czy „kulturowy” używa się we wszystkich aspektach rzeczywistości (*Uczestnictwo ludności... 2016*, s. 52). Najczęściej utożsamia się kulturę z czasem wolnym, wypoczynkiem i rekreacją. W 2014 roku 80,3% Polaków uważało, że kultura jest ważna (bardzo ważna lub dość ważna), a nieważna była dla 16,5% respondentów (niezbyt ważna lub zupełnie nieważna). Odsetek osób uznających kulturę za ważną lub bardzo ważną jest wyższy wśród ludzi młodych, z wykształceniem wyższym, członków gospodarstw domowych pracujących na własny rachunek, mieszkańców regionu południowo-zachodniego (opolskie i dolnośląskie). Z kolei kultura niezbyt ważna lub zupełnie nieważna jest częściej wskazywana przez osoby w grupie wiekowej 65 lat i więcej, z wy-

kształceniem gimnazjalnym, podstawowym lub bez wykształcenia, przez rolników oraz członków gospodarstw domowych zlokalizowanych w regionie wschodnim (lubelskie, podkarpackie, podlaskie i świętokrzyskie).

Polakom kultura najczęściej kojarzy się ze sztuką (muzyka, teatr, kino, balet, opera, architektura, malarstwo itp.) oraz stylem życia i obyczajami – tak uważa odpowiednio 41,0% i 40,8% respondentów w wieku 15 lub więcej lat, a także z edukacją i rodziną (wychowanie) – 32,7% oraz tradycją, zwyczajami oraz wspólnotami społecznymi i kulturowymi – 32,1% osób, a także z wiedzą i nauką (badania) – 26,7% osób ankietowanych (*Uczestnictwo ludności...* 2016, s. 53). Osoby ankietowane uważają również, że najważniejszymi cechami człowieka kulturalnego są: umiejętności zachowania się w każdej sytuacji – tak uważa 64,0% osób oraz dbałość o sposób wypowiedzi i nieużywanie wulgaryzmów – 56,5%.

Wydatki przeznaczane przez gospodarstwa domowe na kulturę

Wydatki ponoszone na kulturę z metodycznego punktu widzenia obejmują wydatki na aktywność typowo kulturalną, rekreacyjną oraz łącznie na aktywność kulturalno-rekreacyjną. Natomiast ujęte w tabeli 1 wydatki na aktywność uważaną za typowo kulturalną, określane jako wydatki na kulturę obejmują między innymi zakup gazet, czasopism, książek, opłaty za wstęp do kina, teatru, opery, muzeum, na koncert itp., wydatki na zakup sprzętu do odbioru, nagrywania i odtwarzania dźwięku i obrazu, opłaty radiowo-telewizyjne itp. (*Kultura w 2014 r.* 2015, s. 19).

Poziom wydatków przeznaczanych na zagospodarowanie czasu wolnego, również tych, które są przeznaczane na zaspokajanie potrzeb związanych z kulturą, w ostatnich kilkunastu latach sukcesywnie wzrastał. Wzrastał również udział wydatków na rekreację i kulturę w wydatkach ogółem (Murawska 2013, s. 228). Jednak wyszczególniając tylko wydatki na kulturę najnowsze wyniki pokazują, że w 2014 roku roczne wydatki gospodarstw domowych na ten cel zmniejszyły się o 13,2 zł (tj. o 3,7%) w porównaniu z rokiem poprzednim (2013) i wyniosły 345,96 zł na 1 osobę w gospodarstwie domowym. Udział wydatków na kulturę w łącznych wydatkach gospodarstw domowych wyniósł 2,7%, (w 2013 roku – 2,8%). Najwięcej na kulturę w 2014 roku przeznaczały gospodarstwa domowe pracowników na stanowiskach nierobotniczych (479,04 zł), a najmniej gospodarstwa domowe rolników (196,80 zł) (por. tabela 1).

Spośród wyszczególnianych rodzajów wydatków gospodarstwa domowe najwięcej w ciągu roku przeznaczają na opłaty za abonament radiowy i telewizyjny oraz telewizję kablową (120,00 zł/34,69%). Największe roczne wydatki niemal na wszystkie wyszczególnione środki zaspokajania potrzeb kulturalnych ponoszą gospodarstwa domowe pracowników na stanowiskach nierobotniczych (wydatki na książki – 41,88 zł, opłaty za wstęp do teatrów, kin itp. – 50,76 zł, zakup sprzętu łącznie – 91,80 zł rocznie). Z kolei emeryci relatywnie najwięcej przeznaczają na gazety i czasopisma (66,24 zł) oraz opłaty za abonament radiowy i telewizyjny (178,08 zł). Najmniejsze wydatki na gazety, czasopisma i książki ponoszą gospodarstwa domowe pracowników na stanowiskach robotniczych (15,12 zł), na opłaty

za wstęp do teatrów, instytucji muzycznych i kina – renciści (7,08 zł), a na zakup nośników dźwięku i obrazu oraz na opłaty za abonament radiowy i telewizyjny – rolnicy (odpowiednio 1,56 zł i 77,28 zł) (por. tabela 1).

Tabela 1

Wartość i udział przeciętnych wydatków na kulturę w na 1 osobę rocznie w gospodarstwach domowych według grup społeczno-ekonomicznych w Polsce w 2014 roku

Wyszczególnienie	Rok	Ogółem	W tym gospodarstwa domowe								
			pracowników					rolników	pracujących na własny rachunek	emerytów i rencistów	
			razem	na stanowiskach		emerytów	rencistów				
				robotniczych	nirobotniczych						
Wydatki na kulturę (w PLN)	2013	359,16	358,20	232,44	515,04	212,52	457,80	399,24	423,00	310,80	
	2014	345,96	341,64	230,76	479,04	196,80	448,44	382,08	404,76	289,20	
Odsetek wydatków na kulturę w wydatkach ogółem gospodarstw domowych	2013	2,82	2,84	2,38	3,19	2,26	2,96	2,91	2,94	2,74	
	2014	2,67	2,68	2,33	2,94	2,05	2,87	2,75	2,80	2,49	

Roczne wydatki na wybrane artykuły i usługi kulturalne w PLN w 2014 roku i ich udział w wydatkach na kulturę ogółem

Gazety i czasopisma ^a	PLN	31,68	23,04	15,12	32,64	16,68	30,60	60,60	66,24	37,20
	%	9,16	6,74	6,55	6,81	8,48	6,82	15,86	16,37	12,86
Książki i inne wydawnictwa ^a	PLN	20,88	22,68	7,32	41,88	5,64	35,28	16,68	19,08	7,44
	%	6,04	6,64	3,17	8,74	2,87	7,87	4,37	4,71	2,57
Opłaty za wstęp do teatrów, instytucji muzycznych i kina	PLN	24,60	28,32	10,20	50,76	7,56	40,32	15,00	17,04	7,08
	%	7,11	8,29	4,42	10,60	3,84	8,99	3,93	4,21	2,45
Zakup sprzętu do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu	PLN	33,72	38,04	28,32	50,40	27,12	25,08	31,80	33,60	24,00
	%	9,75	11,13	12,27	10,52	13,78	5,59	8,32	8,30	8,30
Zakup nośników dźwięku i obrazu	PLN	7,68	9,24	4,08	15,48	1,56	14,76	3,24	3,48	2,40
	%	2,22	2,70	1,77	3,23	0,79	3,29	0,85	0,86	0,83
Zakup sprzętu i usług foto-filmowych	PLN	12,60	16,44	8,64	25,92	4,08	13,92	4,80	5,28	2,52
	%	3,64	4,81	3,74	5,41	2,07	3,10	1,26	1,30	0,87
Opłaty za abonament radiowy i telewizyjny i telewizję kablową ^b	PLN	120,00	105,60	104,64	106,80	77,28	120,48	173,64	178,08	155,52
	%	34,69	30,91	45,35	22,29	39,27	26,87	45,45	44,00	53,78

^a Bez podręczników szkolnych oraz innych książek i czasopism do nauki; ^b Bez opłat za usługi w pakiecie telekomunikacyjnym.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Kultura w 2014 r.* (2015).

Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny oraz dzieła sztuki i antyki

Podstawowym miejscem spędzania wolnego czasu jest gospodarstwo domowe. Dlatego też jednostką, która odgrywa zasadniczą rolę w zagospodarowaniu czasu wolnego jest właśnie ta najmniejsza jednostka gospodarująca. Obserwacje i analiza najnowszych trendów w konsumpcji, jak np. prywatyzacja i domocentryzacja, mediatyzacja i wirtualizacja, konsumpcja i konwestycja (Bywalec 2010, s. 194-238), prowadzą do wniosku, że rola gospodarstwa domowego jako miejsca i środka zaspokajania potrzeb kulturalnych będzie rosła. W dobie skracania i modyfikacji czasu oraz sposobu wykonywania pracy zawodowej i tym samym zwiększania czasu wolnego, poziom i struktura wyposażenia w wybrane sprzęty służące zagospodarowaniu czasu wolnego będzie istotnym wyznacznikiem sposobów wypoczynku zarówno biernego, jak i czynnego. Obecnie poziom i struktura konsumpcji czasu wolnego pozostaje pod wpływem ogromnego rozwoju jakości sprzętu audiowizualnego, telewizji i Internetu. Zjawisko to nazywane wirtualizacją konsumpcji, oznaczające zaspokojenie potrzeb za pośrednictwem elektronicznych środków przekazu, będzie miało ogromny wpływ na sposoby zaspokajania potrzeb wyższego rzędu, również kulturalnych. Według Bywalca (2010, s. 223), będzie się to przejawiało w indywidualizacji i demokratyzacji odbioru treści kulturowych, w zastępowaniu „kultury znaku” przez „kulturę obrazu” oraz „kulturę dźwięków”, wreszcie w przenoszeniu się zaspokajania potrzeb kulturalnych do domu, do mieszkania czy nawet innych miejsc (parku, samochodu) oraz w zaspokajaniu ich w czasie dowolnym, wygodnym dla konsumenta (Bywalec 2010, s. 223). Na rozwój wirtualizacji zaspokojenia potrzeb kulturalnych wskazuje duży stopień nasycenia gospodarstw domowych w sprzęt audiowizualny.

Gospodarstwa domowe w Polsce mają najwięcej nagromadzonych telewizorów – na 1000 gospodarstw przypadają 1273 sztuki. Najwięcej telewizorów jest skomasowanych w domach rolników (1464), a najmniej rencistów (1165). Gospodarstwa domowe, spośród różnych sprzętów audiowizualnych mogących z powodzeniem zaspokoić realizację potrzeb kulturalnych, posiadają najwięcej: telewizorów (96,7%), komputerów osobistych (73,1% ogółu gospodarstw), w tym z dostępem do Internetu (71,2%) oraz urządzeń do odbioru telewizji cyfrowej (83,1%). Przeprowadzone badania pokazały, że istotnie więcej sprzętu audiowizualnego znajduje się w gospodarstwach domowych pracujących na własny rachunek (por. tabela 2).

Analiza zróżnicowania wyposażenia gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny oraz dzieła sztuki pokazuje podobne wyniki. Otóż 62,75% gospodarstw domowych wskazało, że w ich gospodarstwie znajduje się komputer – tablet, niemalże co trzecie gospodarstwo posiada odtwarzacz plików mp3/mp4, oraz nagrywarkę DVD lub Blu-Ray, 8,39% gospodarstw posiada konsolę do gier stacjonarną, ponad 5% konsolę do gier przenośną oraz czytnik e-booków, a 0,78% gospodarstw posiada projektor multimedialny. Najwięcej sprzętu audiowizualnego znajduje się w gospodarstwach domowych w regionach centralnym, południowym i południowo-zachodnim, w największych miastach (pow. 500 tys. mieszkańców) oraz w gospodarstwach pracujących na własny rachunek. Z kolei naj-

mniej sprzętu audiowizualnego znajduje się w gospodarstwach w regionie wschodnim, na wsiach oraz w gospodarstwach emerytów i rencistów (por. tabela 3).

Tabela 2

Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny według grup społeczno-ekonomicznych w Polsce w 2014 roku

Wyszczególnienie	Odsetek gospodarstw wyposażonych w	W tym gospodarstwa domowe									
		Ogółem		pracowników			rolników	pracujących na własny rachunek	emerytów i rencistów		
		razem	na stanowiskach		emerytów	rencistów					
			robotniczych	nirobotniczych							
na 1000 gospodarstw w sztukach											
Telewizor	96,7	1 273	1 311	1 349	1 273	1 464	1 369	1 222	1 237	1 165	
Urządzenie do odbioru telewizji satelitarnej lub kablowej	65,9	701	756	743	770	601	786	646	659	597	
Urządzenie do odbioru telewizji satelitarnej	33,6	355	399	458	340	575	467	263	263	261	
Urządzenie do odbioru telewizji kablowej	33	346	357	285	430	26	319	383	396	336	
Urządzenie do odbioru TV cyfrowej	83,1	927	938	967	909	983	938	927	933	902	
Urządzenie do odbioru naziemnej telewizji cyfrowej z MPEG-4	21,1	226	182	224	140	381	152	280	274	305	
Odtwarzacz DVD	40,7	413	498	489	507	458	573	279	286	251	
Radio, radiomagnetofon, radio z odtwarzaczem płyt kompaktowych lub radio magnetofon z odtwarzaczem płyt kompaktowych	63,5	681	637	643	631	815	643	757	768	711	
Zestaw do odbioru, rejestracji i odtwarzania dźwięku (wieża)	31,9	329	412	372	452	357	462	194	197	182	
Komputer osobisty	73,1	1 005	1 295	1 142	1 448	1 114	1 559	484	492	451	
w tym z dostępem do Internetu	71,2	965	1 245	1 088	1 403	1 046	1 516	462	470	429	
w tym szerokopasmowym	58,9	805	1 042	898	1 186	864	1 290	374	380	351	
w tym laptop	54,8	684	898	731	1 066	622	1 137	297	303	275	
Zestaw kina domowego	13,6	137	185	160	210	110	276	53	53	52	
Kamera wideo	8,8	89	113	73	153	52	230	38	41	26	
Aparat fotograficzny	55,5	613	778	674	882	640	948	333	350	266	
cyfrowy	50,6	543	711	607	815	569	884	256	269	201	

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Uczestnictwo ludności w kulturze w 2014 r.* (2016),

Tabela 3

Wyposażenie gospodarstw domowych w wybrany sprzęt audiowizualny oraz dzieła sztuki (gospodarstwa domowe ogółem=100%)

Wyszczególnienie	Gospodarstwa domowe, które posiadają							
	nagrywkę DVD lub Blu-Raya	komputer-tablet	czytnik e-booków	odtwarzacz plików mp3/mp4	projektor multimedialny	konsolę do gier		dzieła sztuki i antyki
						stacjonarną	przenośną	
Ogółem	27,39	62,75	5,76	30,86	0,78	8,39	5,47	6,68
Według regionów								
Centralny	28,33	59,65	8,17	34,30	1,10	9,61	6,04	8,10
Południowy	28,04	65,41	5,86	31,16	1,12	8,38	6,04	5,55
Wschodni	23,87	62,58	4,34	27,13	0,41	4,82	3,75	6,02
Północno-zachodni	24,36	62,52	4,68	29,06	0,75	8,53	4,48	5,20
Południowo-zachodni	29,10	62,24	5,75	31,18	0,66	11,49	5,41	6,70
Północny	31,01	64,53	4,69	31,09	0,38	8,26	6,80	8,39
Według klasy wielkości miejscowości								
Miasta – razem	29,14	65,45	7,19	33,55	0,95	9,02	5,95	7,81
o liczbie mieszkańców 500 tys. i więcej	27,32	69,31	14,31	40,24	2,27	10,47	5,62	13,83
o liczbie mieszkańców 200-499 tys.	33,00	65,62	7,01	31,98	0,63	4,42	5,52	10,41
o liczbie mieszkańców 100-199 tys.	28,17	65,92	5,56	36,96	0,92	12,63	4,96	3,36
o liczbie mieszkańców 20-99 tys.	27,55	63,92	4,57	29,87	0,35	8,11	6,27	5,52
o liczbie mieszkańców poniżej 20 tys.	31,08	63,11	4,62	30,84	0,68	10,09	6,82	5,57
Wieś	23,79	57,22	2,81	25,34	0,46	7,10	4,47	4,38
Według typu gospodarstwa domowego								
gospodarstwa pracowników	35,21	79,37	8,02	43,31	0,96	12,85	8,24	5,89
na stanowiskach robotniczych	29,70	74,93	3,40	37,39	0,69	10,85	7,51	2,13
na stanowiskach nierobotniczych	41,35	84,32	13,17	49,91	1,26	15,07	9,06	10,08
gospodarstwa rolników	30,79	66,72	1,92	32,15	—	8,02	4,48	2,56
gospodarstwa pracujących na własny rachunek	41,89	86,88	10,05	50,57	2,52	16,80	9,73	13,21
gospodarstwa emerytów i rencistów	14,35	33,06	1,84	8,90	0,18	1,53	1,10	7,42
gospodarstwa emerytów	14,90	34,01	1,93	8,52	0,22	1,30	0,95	8,11
gospodarstwa rencistów	12,16	29,28	1,48	10,40	—	2,48	1,69	4,65

Źródło: jak w tabeli 2.

Jednym z wyznaczników jakości zaspokajania potrzeb kulturalnych jest posiadanie dzieł sztuki i antyków. Na posiadanie tego typu dóbr wskazało 6,68% gospodarstw, przy czym

najwięcej pozytywnych deklaracji było w regionie centralnym oraz północnym, w największych miastach Polski oraz w gospodarstwach pracujących na własny rachunek. Z kolei najmniej w gospodarstwach domowych w regionie północno-zachodnim, w miastach o liczbie mieszkańców 100-200 tys. oraz w gospodarstwach pracowników na stanowiskach robotniczych i rolników (por. tabela 3)

Sposoby zaspokajania potrzeb kulturalnych w gospodarstwach domowych

Przeprowadzone analizy pokazały, że 88,27% gospodarstw domowych w swoich zasobach posiada książki, a w 60,09% gospodarstwach w ostatnim czasie tych książek przybyło. Prawie 90% gospodarstw domowych zadeklarowało, że w ostatnich trzech miesiącach chociaż raz ktoś z rodziny kupował gazety lub czasopisma. Co drugie gospodarstwo w Polsce gromadzi nagrania muzyczne i posiada nośniki z filmami. Z kolei zaledwie 6,35% badanych gospodarstw domowych zadeklarowało, że korzysta z usług wypożyczalni filmów lub programów (por. tabela 4)

Wyszczególnione sposoby zaspokajania potrzeb kulturalnych były najczęściej wymieniane przez gospodarstwa domowe zlokalizowane w regionie centralnym, w miastach o liczbie mieszkańców 500 tys. i więcej oraz w gospodarstwach domowych pracowników na stanowiskach nierobotniczych, oraz pracujących na własny rachunek. Z kolei najrzadziej odpowiedzi w tym zakresie uzyskiwano od mieszkańców regionu południowo-zachodniego, gospodarstw domowych zlokalizowanych na wsiach oraz rencistów. Nieco odmiennie wyniki uzyskano odnośnie do kupowania gazet oraz czasopism – pozytywne odpowiedzi częściej uzyskiwano w gospodarstwach rolników oraz na wsiach i w miastach o liczbie mieszkańców poniżej 20 tys. mieszkańców (por. tabela 4).

Jak już wcześniej wspomniano pojęcie kultury w Polsce najczęściej kojarzy się ze sztuką oraz ze stylem życia i obyczajami. Dlatego istotną kwestią było sprawdzenie czy polskie gospodarstwa świętują uroczystości domowników, święta oraz czy gromadzą zdjęcia i dokumenty o charakterze archiwum domowego.

Okazuje się, że aż 87,94% gospodarstw świętuje uroczystości domowników, a 95,86% uroczystości świętuje święta. Równie wiele gospodarstw (89,25%) zadeklarowało, że gromadzi zdjęcia oraz dokumenty o charakterze archiwum domowego. Różnice w deklaracjach dotyczących pielęgnowania zwyczajów w zależności od cech gospodarstwa domowego nie były wysokie, nie mniej jednak występowały. I tak najczęściej deklaracje świętowania w czasie wolnym od pracy i obowiązków były wskazywane w gospodarstwach zlokalizowanych w regionie południowym, w miastach o średniej wielkości oraz w gospodarstwach pracujących na własny rachunek. Natomiast najrzadziej świętowanie uroczystości było wskazywane w gospodarstwach domowych w regionie centralnym, w największych miastach oraz na wsiach, a także w gospodarstwach emerytów (por. tabela 5).

Tabela 4

Sposoby zaspokajania potrzeb kulturalnych w gospodarstwach domowych w Polsce w 2014 roku (gospodarstwa domowe ogółem=100%)

Wyszczególnienie	Gospodarstwa					
	posiadające książki	w których przybyły książki	w których w ciągu ostatnich 3 miesięcy chociaż raz kupowane były gazety lub czasopisma	gromadzące nagrania muzyczne	posiadające nośniki z filmami	wypożyczające filmy/programy
Ogółem	88,27	60,09	89,08	50,90	50,61	6,35
Według regionów						
Centralny	90,45	64,27	88,70	55,49	56,85	7,91
Południowy	88,83	55,51	90,61	47,88	48,87	8,35
Wschodni	86,36	59,17	89,20	42,14	46,75	5,73
Północno-zachodni	89,41	60,25	92,17	54,94	50,52	3,27
Południowo-zachodni	84,90	59,57	86,00	45,51	42,55	7,75
Północny	87,43	61,29	86,29	57,33	53,48	4,26
Według klasy wielkości miejscowości						
Miasta – razem	90,13	64,10	88,76	53,58	52,79	7,66
o liczbie mieszkańców 500 tys. i więcej	92,95	75,99	89,06	65,80	62,59	11,25
o liczbie mieszkańców 200-499 tys.	91,92	70,54	89,11	56,88	55,45	8,04
o liczbie mieszkańców 100-199 tys.	84,98	54,23	87,70	48,67	46,86	4,17
o liczbie mieszkańców 20-99 tys.	89,87	58,93	87,46	49,21	47,86	6,44
o liczbie mieszkańców poniżej 20 tys.	89,41	60,30	90,82	47,47	51,33	7,56
Wieś	84,46	51,88	89,74	45,41	46,15	3,69
Według typu gospodarstwa domowego						
gospodarstwa pracowników	92,40	67,46	89,74	61,91	64,14	9,15
na stanowiskach robotniczych	88,63	56,77	89,25	54,95	57,63	7,22
na stanowiskach nierobotniczych	96,60	79,36	90,28	69,65	71,38	11,31
gospodarstwa rolników	90,98	62,35	92,91	56,51	50,49	2,9
gospodarstwa pracujących na własny rachunek	97,92	80,75	91,96	67,20	68,60	12,97
gospodarstwa emerytów i rencistów	81,44	45,86	89,10	31,31	28,62	1,75
gospodarstwa emerytów	82,05	47,53	90,02	31,92	29,07	1,92
gospodarstwa rencistów	79,02	39,22	85,47	28,90	26,87	1,1

Źródło: jak w tabeli 2.

Tabela 5

**Zwyczaje w gospodarstwach domowych w Polsce w 2014 roku
(gospodarstwa domowe ogółem = 100%)**

Wyszczególnienie	Gospodarstwa		
	świętujące uroczystości domowników	uroczyście świętujące święta	gromadzące zdjęcia i dokumenty o charakterze archiwum domowego
Ogółem	87,94	95,86	89,25
Według regionów			
Centralny	84,92	94,32	87,78
Południowy	89,91	96,71	88,03
Wschodni	85,77	96,58	89,93
Północno-zachodni	89,53	95,99	89,30
Południowo-zachodni	88,91	95,77	89,16
Północny	89,87	96,18	92,39
Według klasy wielkości miejscowości			
Miasta – razem	88,80	95,63	90,13
o liczbie mieszkańców 500 tys. i więcej	87,68	94,20	88,82
o liczbie mieszkańców 200-499 tys.	88,44	95,14	93,18
o liczbie mieszkańców 100-199 tys.	91,34	94,77	87,52
o liczbie mieszkańców 20-99 tys.	89,04	96,17	91,10
o liczbie mieszkańców poniżej 20 tys.	88,24	97,31	89,36
Wieś	86,18	96,35	87,46
Według typu gospodarstwa domowego			
gospodarstwa pracowników	91,19	96,97	90,86
na stanowiskach robotniczych	89,36	96,84	89,84
na stanowiskach nierobotniczych	93,23	97,11	92,00
gospodarstwa rolników	86,58	97,31	87,79
gospodarstwa pracujących na własny rachunek	93,55	97,87	92,61
gospodarstwa emerytów i rencistów	82,91	94,70	87,74
gospodarstwa emerytów	83,96	95,27	88,64
gospodarstwa rencistów	78,76	92,45	84,16

Źródło: jak w tabeli 2.

Jednym ze sposobów oceny poziomu i jakości zaspokojenia potrzeb kulturalnych jest opinia członków gospodarstw domowych w tym zakresie. Zaledwie 5% gospodarstw domowych w 2014 roku zadeklarowało, że możliwości finansowe zaspokojenia potrzeb związanych z kulturą w porównaniu z sytuacją sprzed roku poprawiły się. Poprawę możliwości korzystania z instytucji kultury i ich oferty w miejscu zamieszkania w porównaniu z sytuacją sprzed roku wskazało 10%, a jakości oferty kulturalnej (wielkość, różnorodność, poziom) w miejscu zamieszkania 11%. Jednak większość respondentów (około 70%) deklarowało, że nic się w tym zakresie nie zmieniło od ubiegłego roku. Deklaracja poprawy możliwości i jakości zaspokajania potrzeb kulturalnych częściej była wskazywana przez gospodarstwa domowe z regionu południowego, w największych miastach oraz przez gospodarstwa pracowników na stanowiskach nierobotniczych. Z kolei najrzadziej poprawę poziomu zaspokajania potrzeb kulturalnych zauważali mieszkańcy regionu południowo-zachodniego, wsi oraz gospodarstwa rolników.

Podsumowanie

W dobie poprawiających się w Polsce warunków mieszkaniowych i wzrostu wyposażenia gospodarstw domowych w nowoczesne nośniki informacji i przekazu kulturowego, postępu technologicznego, a zwłaszcza upowszechniania się Internetu, postępującej indywidualizacji stylów życia, zwiększenia się czasu wolnego oraz narastającej uciążliwości poruszania się i przebywania w dużych miastach, zmieniają się warunki i sposoby zaspokajania potrzeb kulturalnych.

Mimo że ponad 80% Polaków uważa, iż kultura i wszystkie aspekty z nią związane są dla nich ważne lub bardzo ważne, to w 2014 roku wydali na zaspokojenie potrzeb kulturalnych mniej niż w roku poprzednim, a udział wydatków na kulturę w wydatkach na dobra i usługi konsumpcyjne spadł z 2,8% do 2,7%. Należy również podkreślić, że ponad jedna trzecia wydatków na kulturę ogółem przeznaczana jest na opłaty za abonament radiowy i telewizyjny oraz telewizję kablową.

W celu zaspokojenia potrzeb kulturalnych gospodarstwa zaopatrują się w różnego rodzaju sprzęt audiowizualny. Najczęściej w zasobach gospodarstw domowych znajdują się telewizory, komputery osobiste, laptopy, urządzenia do odbioru telewizji cyfrowej oraz urządzeń radiowych. Najwięcej tego typu sprzętu znajduje się w gospodarstwach domowych w regionie centralnym i południowym, w największych miastach oraz w gospodarstwach pracujących na własny rachunek, najmniej w gospodarstwach rencistów i emerytów, w regionie wschodnim oraz na wsiach.

Większość gospodarstw posiada książki, kupuje czasopisma lub gazety, gromadzi nagrania muzyczne i posiada nośniki z filmami. Wskazywanie takich sposobów zaspokajania potrzeb kulturalnych, jak posiadanie książek czy gromadzenie nagrań muzycznych lub posiadanie nośników z filmami było najczęściej wskazywane w Centralnej Polsce, w dużych miastach oraz w gospodarstwach domowych pracowników na stanowiskach nierobotni-

czych lub pracujących na własny rachunek, z kolei czasopisma i gazety częściej kupowane są na wsiach oraz przez gospodarstwa rolników.

Znaczna większość gospodarstw świętuje uroczystości domowników oraz uroczyście świętuje święta. Ta forma spędzania czasu wolnego jest najczęściej stosowana w regionie południowym, w średnich miastach oraz w gospodarstwach pracujących na własny rachunek, rzadziej w regionie centralnym, w największych miastach i w gospodarstwach domowych rencistów.

Podsumowując można stwierdzić, że możliwości i sposoby zaspokajania potrzeb kulturalnych różnią się w zależności od cech gospodarstwa domowego. Widoczny istniejący dystans między Polską centralną i południową a wschodnią, dużymi miastami a wsią, gospodarstwami osób pracujących i posiadających własną firmę a rencistów i emerytów, powinien być przesłanką dla nich samych, gospodarstw domowych, a także władz centralnych i lokalnych, aby z większą skutecznością i odpowiednią jakością zaspokajać lub pobudzać i intensyfikować potrzeby kulturalne we wszystkich regionach i miejscowościach, a także typach gospodarstw domowych.

Bibliografia

- Appadurai (2005), *Nowoczesność bez granic*, Universitas, Kraków.
- Bombol M. (2008), *Czas wolny jako kategoria diagnostyczna procesów rozwoju społeczno-gospodarczego*. „Monografie i Opracowania”, nr 555, SGH, Warszawa.
- Boni M. (red.), (2011), *Młodzi 2011*, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa.
- Bywalec Cz., Rudnicki L., (2002), *Konsumpcja*, PWE, Warszawa.
- Bywalec Cz., (2010), *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*, C.H. Beck, Warszawa.
- Gotowska M., (2013), *Współczesne uwarunkowania poziomu i jakości życia ludzi w Polsce*, Wydawnictwo Uczelniane UTP w Bydgoszczy, Bydgoszcz.
- Gutkowska K., Murawska A. (2011), *Zagospodarowanie czasu wolnego w miejskich i wiejskich gospodarstwach domowych*, „Polityka Społeczna”, nr 8, IPiSS, Warszawa.
- Kultura w 2014 r.*, (2015), „Informacje i Opracowania Statystyczne”, GUS, US w Krakowie, Warszawa, <http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/kultura-w-2014-r-,2,12.html> [dostęp: 05.07.2016].
- Makówka M. (2006), *Społeczno-ekonomiczne aspekty czasu wolnego*. „Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie”, nr 716.
- Murawska A. (2013), *Poziom wydatków na rekreację i kulturę jako wyznacznik konsumpcji w czasie wolnym w okresie kryzysu gospodarczego*, „Handel Wewnętrzny”, nr 4, tom II.
- Murawska A., (2012), *Poziom zaspokojenia potrzeb kulturalnych na obszarach wiejskich*, „Roczniki Naukowe SERIA”, Zeszyt nr 3, Tom XIV, Warszawa, Poznań, Białystok.
- Murawska A. (2009), *Rozwój społeczno-ekonomiczny a poziom życia w gospodarstwach domowych w Polsce*, praca doktorska (maszynopis niepublikowany), SGGW, Warszawa.
- Podoski K., Turnowiecki W. (2001), *Polityka społeczna*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.

Panek T., Szulc A. (red.) (2004), *Statystyka społeczna. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo SGH, Warszawa.

Uczestnictwo ludności w kulturze w 2014 r., (2016), „Informacje i Opracowania Statystyczne”, GUS, Warszawa,
<http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/uczestnictwo-ludnosci-w-kulturze-w-2014-r-6,2> [dostęp: 05.07.2016].

Ways to Meet Cultural Needs in Different Types of Households in Poland

Summary

Aim of the article: The aim of the article is to characterise the current ways of meeting the cultural needs of households. In particular, an analysis of spending on culture incurred by households, households equipped with the selected audio-visual equipment and works of art and antiques as well as ways and means of satisfying cultural needs, depending on the characteristics of the household, such as region, class place of residence and socioeconomic type, was carried out.

Material and methods: The goal was based on the results of the module survey conducted in the fourth quarter of 2014 using a sample representative of the household budget survey in Poland. They were also used in other studies and source materials of the secondary nature. During the analysis, there were used statistical methods, descriptive and comparative one, presented indicators of the structure, and measures of the position.

Main research findings: The carried out analyses show that most residents of Polish culture is an important part of meeting needs and is associated primarily with art, lifestyle and customs. In order to meet the cultural needs households supply themselves with all kinds of audio-visual equipment, most of them have a book, buy magazines or newspapers, and celebrates ceremonies. The level and ways of meeting the cultural needs are varied depending on the type of household. Most households with a higher quality of managing free time were located in the central region, in the largest cities and in the households of self-employed, while the least in the eastern region, in villages and pensioners' households.

Practical and social implications: The visible existing distance between central, southern and eastern parts of Poland, big towns and cities, and rural areas, employees' households and those having their own firm and pensioners should be a prerequisite for themselves, households as well as the central and local authorities to meet or stimulate and intensify the cultural needs with greater effectiveness and proper quality in all regions and localities as well as types of households.

Type of the article: research.

Key words: culture, leisure, household, consumption, expenditure.

JEL codes: D12, D14, I31, Z10

Способы удовлетворения культурных потребностей в разных типах домохозяйств в Польше

Резюме

Цель статьи: характеристика текущих способов удовлетворения культурных потребностей в домохозяйствах. В особенности провели анализ расходов на культуру, которые несут домохозяйства, на оснащение домохозяйств избранными аудиовизуальными аппаратами, а также на произведения искусства и предметы старины, равно как анализ способов и возможностей удовлетворения культурных потребностей в зависимости от свойств домохозяйства, таких как регион, класс местожительства и социально-экономический тип.

Материал и методы: для осуществления цели использовали результаты модульного исследования, проведенного в четвертом квартале 2014 г. по представительному методу на выборке из обследования бюджетов домохозяйств в Польше. Воспользовались тоже другими разработками и материалами из первоисточников вторичного характера. По ходу анализов применили статистические методы, описательные и сравнительные, представили показатели структуры и меры положения.

Результаты и выводы: из проведенных анализов вытекает, что для большинства жителей Польши культура – важный элемент удовлетворения потребностей, и она прежде всего ассоциируется с искусством, образом жизни и обычаями. Для удовлетворения культурных потребностей домохозяйства снабжаются разнообразными аудиовизуальными аппаратами, большинство из них имеют книги, покупают журналы или газеты, а также отмечают праздники. Уровень и способы удовлетворения культурных потребностей дифференцируются в зависимости от типа домохозяйства. Самое большое число домохозяйств с более высоким качеством проведения досуга находилось в центральном регионе, в самых крупных городах и в домохозяйствах работающих не по найму, самое же меньшее – в восточном регионе, на селе и в домохозяйствах пенсионеров по инвалидности.

Практические и социальные импликации: заметный существующий разрыв между центральной и южной Польшей, с одной стороны, и восточной, с другой, крупными городами и селом, домохозяйствами работников и владельцами собственной фирмы, с одной стороны, и пенсионерами по старости и инвалидности, с другой, должен быть предпосылкой для них самих, для домохозяйств, а также для центральных и местных органов власти, чтобы с большей результативностью и соответствующим качеством удовлетворять или стимулировать и интенсифицировать культурные потребности во всех регионах и местностях, а также типах домохозяйств.

Вид статьи: исследовательская статья.

Ключевые слова: культура, досуг, домохозяйство, потребление, расходы.

Коды JEL: D12, D14, I31, Z10

Artykuł nadesłany do redakcji we wrześniu 2016 roku

© All rights reserved

Afiliacja:

dr inż. Anna Murawska

Uniwersytet Technologiczno-Przyrodniczy im. Jana i Jędrzeja Śniadeckich w Bydgoszczy

Wydział Zarządzania

Katedra Ekonomii i Prawa Gospodarczego

ul. Fordońska 430

85-790 Bydgoszcz

e-mail: anna.murawska@utp.edu.pl