

UNIwersytet Szczeciński

Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania

Instytut Zarządzania i Marketingu

Mgr Wioletta Florczak

**EKONOMICZNO-SPOŁECZNE UWARUNKOWANIA
KONSUMPCJI KULTURY WYSOKIEJ
W WOJEWÓDZTWIE ZACHODNIOPOMORSKIM**

Autoreferat rozprawy doktorskiej
(dyscyplina naukowa: ekonomia)

Promotor:

Dr hab. Augustyna Burlita, prof. US
Uniwersytet Szczeciński

Recenzenci:

Prof. zw. dr hab. Anna Olejniczuk-Merta
Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie

Prof. nadzw. dr hab. Jolanta Witek
Akademia im. Jakuba z Paradyża
w Gorzowie Wielkopolskim



Szczecin 2018

SPIS TREŚCI

	STRONA
1. UZASADNIENIE WYBORU TEMATU	3
2. CEL I HIPOTEZY BADAWCZE	7
3. STRUKTURA PRACY	9
4. METODYKA BADAŃ.....	10
5. GŁÓWNE WYNIKI BADAŃ.....	11
6. WNIOSKI	20

1. UZASADNIENIE WYBORU TEMATU

Kultura odgrywa szczególną rolę w życiu człowieka. Stanowiąc rezultat rozwoju ludzkiego i wynikając z natury człowieka, kultura kształtuje się w wyniku kontaktów międzyludzkich – w procesie współdziałania oraz wzajemnego wpływania ludzi na siebie. Jest więc całokształtem duchowego i materialnego dorobku społeczeństwa.

Samo słowo kultura początkowo było kojarzone z uprawą ziemi („cultura agri”), z czasem jednak, w miarę rozwoju cywilizacyjnego, jego znaczenie zaczęło się rozszerzać, obejmując takie aspekty, jak: moralność, obyczaje, pracę fizyczną i umysłową, religię, organizację społeczną, naukę, sztukę poziom intelektualny i moralny, stopień rozwoju społeczeństwa, biegłość w poznaniu określonej dziedziny, dorobek intelektualny i materialny społeczności czy wybrany obszar ludzkich dokonań bądź działalności¹. Jednocześnie kultura stała się przedmiotem zainteresowania wielu nauk, w tym m.in. antropologii, archeologii, filozofii, nauk społecznych i nauk ekonomicznych, z których każda definiuje kulturę w odmienny sposób, kładąc nacisk na inne jej aspekty. Najogólniej należy przez kulturę rozumieć ogół wytworów ludzi, zarówno materialnych, jak i niematerialnych, tj. duchowych i symbolicznych (wzory myślenia i zachowania). Można więc mówić o: kulturze materialnej (wszelkie wytwory człowieka, technika, umiejętności praktyczne), kulturze duchowej (wierzenia, wiedza, literatura, piśmiennictwo, sztuka, teatr, muzyka, film), kulturze społecznej (normy moralne, ideologie, uczestnictwo w życiu kulturalnym), kulturze języka (normy językowe), kulturze politycznej (systemy wartości i wzorce zachowań polityków) oraz kulturze fizycznej (wychowanie fizyczne, sport, rekreacja, rehabilitacja, turystyka)². Podkreślić przy tym należy, iż to ludzie tworzą i kontynuują kulturę, a zarazem korzystają z niej, przez co mogą wyrażać i zaspokajać swoje określone potrzeby³. Zróżnicowany jest również zakres, sposób i częstotliwość uczestnictwa jednostki w kulturze, jak i motywy tego uczestnictwa. Mogą one wynikać m.in. z chęci wzbogacenia życia, chęci bycia takim, jak inni z grupy odniesienia, zainteresowań, chęci przeżycia estetycznych i duchowych wzruszeń, poznania czegoś nowego, wyróżnienia się, chęci wyrażenia swoich poglądów, pokazania się czy prestiżu.

¹ M. Filipiak, Socjologia kultury. Zarys zagadnień. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2002, s. 9-14.

² W. J. Burszta, Antropologia kultury, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań 1998, s. 36-37.

³ M. Filipiak, Socjologia ... op. cit., s. 28-29.

Biorąc pod uwagę wielość interpretacji kultury, niemożliwe jest zajęcie się jej wszystkimi aspektami, stąd też przedmiotem zainteresowania autorki jest uczestnictwo w wybranych formach kultury wysokiej, takich jak: koncerty, przedstawienia teatralne, operowe, operetkowe, muzea i wystawy itp. Zajęcia te (obok chodzenia do kina i udziału w imprezach sportowych) zaliczane są przez GUS do aktywności czasu wolnego związanych z uczestnictwem w kulturze oraz rozrywcę⁴. Odnieść je można zarówno do kultury materialnej, duchowej, jak i społecznej.

Kultura wysoka to kultura wytwarzana i konsumowana przez elitę. Posiada ona charakter niepowtarzalny i w taki sposób jest traktowana przez koneserów, ekspertów oraz krytyków w tej dziedzinie. Jest ona charakterystyczna przede wszystkim dla obszaru sztuki. Należy do niej m.in.: balet, teatr, opera, filharmonia, malarstwo, rzeźba czy poezja. W jej obrębie powstają zarówno wybitne dzieła, które przechodzą do historii, ale także dzieła nietypowe, nowatorskie. Jest tu miejsce na wyznaczanie nowych dróg. W ostatnim czasie zauważa się zbliżanie kultury wysokiej do kultury masowej. Znajduje się ona pomiędzy sztuką a kiczem i została określona mianem kultury postmodernistycznej⁵.

Problem uczestnictwa w kulturze jest ważny z uwagi na to, że zależnie od realizowanych sposobów wykorzystania czasu wolnego zaspokajane są określone potrzeby człowieka, stąd czas wolny stanowi dla niego źródło określonych wartości. Jest to bowiem czas, „w którym człowiek wykonuje w sposób dowolny i dobrowolny z jego własnego subiektywnego punktu widzenia zajęcia nie związane z obowiązkami zawodowymi, rodzinnymi i społecznymi, lecz takie, które (dzięki wolnym wyborom) podejmowane są dla nich samych i których celem jest rozrywka, rozwój i odpoczynek”⁶. Uczestnictwo w kulturze pozwala na zaspokojenie potrzeb jednostki związanych z odpoczynkiem, rozwojem, doznawaniem przeżyć, możliwością oderwania się od rzeczywistości, rozrywką, zabawą, afirmacją własnego indywidualizmu, prestiżem, możliwością wyróżnienia się, kontaktów z innymi ludźmi, jak również możliwością odnowy duchowej i odreagowania stresów dnia codziennego oraz innych⁷. Jest więc istotne z punktu widzenia właściwego fizycznego i psychicznego rozwoju człowieka. Jednocześnie z badań prowadzonych przez GUS i ośrodki badania rynku i opinii publicznej wynika, że Polacy relatywnie rzadko uczestniczą w

⁴ Budżet czasu ludności 1.VI.2003 – 31.V.2004, GUS, Warszawa 2005.

⁵ M. Filipiak, Socjologia ... op. cit., s. 66.

⁶ A. Burlita, Zachowania konsumentów w czasie wolnym i ich uwarunkowania na przykładzie konsumentów klasy średniej regionu zachodniopomorskiego, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006, s. 36.

⁷ Tamże, s. 37-41 oraz M. Bombol, A. Dąbrowska, Czas wolny. Konsument. Rynek. Marketing, Wydawnictwo K.E. Liber, Warszawa 2003, s. 13-14.

kulturze, spędzając czas wolny przede wszystkim w sposób domocentryczny, bierny i poświęcając najwięcej czasu na oglądanie telewizji⁸. Bez wątpienia jednak uczestnictwo w kulturze ma pozytywny wpływ na człowieka, z jednej strony pozwalając mu na zaspokojenie wielu potrzeb, z drugiej zaś – kształtując jego zachowania i potrzeby. Znaczenie kultury można też rozpatrywać w wymiarze społeczno-ekonomicznym, z uwagi na jej wpływ na rozwój miast/regionów, rynku pracy, turystyki czy kształtowanie kapitału społecznego mieszkańców danego obszaru.

Pomimo pozytywnego oddziaływania kultury na życie jednostki i społeczeństwa, uczestnictwo w niej stanowi mało popularny sposób wykorzystania czasu wolnego przez Polaków. Według badań budżetu czasu, zrealizowanych przez GUS, osoby w wieku 15 lat i więcej na uczestnictwo w szeroko rozumianej kulturze (tj. uczestnictwo w kulturze i rozrywce jako widz, zamiłowania osobiste oraz korzystanie ze środków masowego przekazu) przeznaczają około 13,3% doby. Jednakże większość tego czasu zajmuje oglądanie telewizji, wideo lub DVD (9,0%), podczas kiedy na czytanie oraz korzystanie z komputera przypada po 1,5% dobowego budżetu czasu, na słuchanie radia i muzyki 0,4%, zaś na uczestnictwo w kulturze i rekreacji jako widz - zaledwie 0,1%⁹. Podobne wnioski płyną z badań Eurostatu, według których przynajmniej raz w roku w wydarzeniach kulturalnych uczestniczy niewiele ponad połowa Polaków, tj. relatywnie mniej w odniesieniu do większości europejskich nacji¹⁰. Z drugiej zaś strony oceniając stopień zaspokojenia poszczególnych grup potrzeb, to właśnie potrzeby związane z czasem wolnym, w tym kulturalne, Polacy uznają za relatywnie najgorzej zaspokojone¹¹.

Jeszcze rzadsze jest uczestnictwo Polaków w kulturze wysokiej (do której należą m.in.: przedstawienia teatralne, operowe, operetkowe, muzea i wystawy, koncerty muzyki poważnej, organowej itp.), stanowiącej przedmiot zainteresowania autorki. Ma ona elitarny i niepowtarzalny charakter, a korzystanie z niej wymaga od odbiorcy pewnej wiedzy oraz obycia, stąd kultura wysoka jest trudniejsza w odbiorze, niż kultura popularna.

Sytuacja taka stwarza szczególne pole badawcze ekonomicznych i społecznych uwarunkowań uczestnictwa w kulturze wysokiej. Zwłaszcza, że ilość badań w tym zakresie, obejmujących zarówno ilościowe, jak i jakościowe aspekty uczestnictwa w kulturze, jest

⁸ Budżet czasu ... op. cit.; A. Burlita, *Zachowania...* op. cit.,

⁹ Budżet czasu ludności 2013, Część I, GUS, Warszawa 2015, s. 111-113 oraz 303-311.

¹⁰ Culture statistics – frequency and obstacles in participation, Eurostat, Statistics Explained, http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_frequency_and_obstacles_in_participation, dostęp: 27.03.2018 r.

¹¹ J. Witek, A. Burlita, *Pauperyzacja polskiego społeczeństwa, a chęć i możliwości uczestnictwa w kulturze*, Katedra Marketingu, Uniwersytet Szczeciński [w:] *Spoleczne i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju kultury*, II Ogólnopolski Kongres KULTURA-GOSPODARKA-MEDIA, Kraków 9-10 października 2003, s. 95

niedostateczna. Tymczasem ważność tej problematyki wynika nie tylko z roli kultury w życiu człowieka, ale także ekonomicznych aspektów kultury przejawiających się w jej związkach z konsumpcją i rynkiem. Uczestnictwo w kulturze, w tym także kulturze wysokiej, w większości odbywa się bowiem poprzez konsumpcję dóbr i usług kultury, finansowaną zarówno z własnych środków konsumenta (konsumpcja rynkowa), jak i ze środków publicznych (budżetu państwa i budżetów jednostek samorządu terytorialnego – konsumpcja społeczna). W tym aspekcie można więc mówić o konsumpcji kultury i rynku dóbr oraz usług kultury.

Kultura jest także bardzo ważnym elementem rozwoju ekonomicznego danego obszaru, ponieważ podnosi atrakcyjność miejsca zamieszkania i lokalizacji instytucji oraz przedsiębiorstw, wpływa na rozwój turystyki, pomaga w rozwijaniu się rynku pracy, tworzy przemysł kulturowy, przyczynia się do rozwoju metropolitarne, a także pomaga w tworzeniu miejsc pracy w sektorach rozwojowych¹². Przy tym tworzy potencjał intelektualny regionów, kształtuje społeczeństwo świadome, nie ulegające ksenofobii, przeciwdziała społecznym patologiom, pomaga w integracji, jest pomocna w zacieśnianiu więzi lokalnych, zmniejsza różnice rozwoju osobowego mieszkańców regionu, pomaga w awansie społecznym, a także w przywracaniu do życia zawodowego oraz społecznego osób niepełnosprawnych¹³. Kultura przyczynia się więc do rozwoju społecznego, jak też gospodarczego i pomaga modelować zachowania obywateli oraz instytucje państwowe.

Za wyborem problematyki odnoszącej się do konsumpcji dóbr i usług kultury wysokiej przemawia także konieczność rozpoznania zmian stanowiących rezultat procesu transformacji polskiej gospodarki. Wśród nich wymienić można m.in.: zniesienie parasola ochronnego, jaki wcześniej państwo roztaczało nad kulturą, zmniejszenie dotacji na kulturę ze środków publicznych i urynkowanie sfery kultury, a w efekcie – przy jednoczesnym wzroście oferty kulturalnej, zmniejszenie ogólnodostępnej infrastruktury kultury oraz wzrost cen dóbr i usług kultury. Również po stronie popytu miały miejsce nowe trendy i zjawiska w konsumpcji, jak np. domocentryzacja, wirtualizacja konsumpcji, egalitaryzacja konsumpcji, globalizacja konsumpcji. Zmiany te bez wątpienia wpłynęły na wielkość, strukturę i sposób konsumpcji kultury, w tym kultury wyższego rzędu.

¹² A. Odorowicz, Fundusze Strukturalne w systemie finansowania kultury w Polsce, Akademia Ekonomiczna w Krakowie [w:] Społeczne i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju kultury, II Ogólnopolski Kongres KULTURA-GOSPODARKA-MEDIA, Kraków 9-10 października 2003, s. 42.

¹³ Materiały z II Ogólnopolskiego Kongresu Kultura-Gospodarka-Media. Kraków, 9-10 października 2003. Społeczne i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju kultury. Kraków – Warszawa 2003, s. 42.

Chociaż konsumpcja kultury jest rezultatem wielu najczęściej powiązanych ze sobą uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych, wynikających m.in. z cech demograficznych konsumenta, jego systemu wartości, osobowości, sytuacji ekonomicznej czy też dostępności infrastruktury kulturalnej, to uogólnić można, że potrzeba korzystania z kultury wynika przede wszystkim z chęci samodoskonalenia i silnie uzależniona jest od zaspokojenia potrzeb niższego rzędu¹⁴. Jednocześnie zauważyć można, że w sytuacji masowej popkultury oraz rosnącego konsumpcjonizmu postawa oświeconego i kulturalnego obywatela wydaje się tracić na znaczeniu, jak również nie jest propagowana¹⁵. Przy tym konsumenci coraz rzadziej uczestniczą w kulturze wysokiej, ponieważ jest ona dla nich nudna i niezrozumiała, preferują za to kulturę rozrywkową. Przed placówkami kultury stoją więc nowe wyzwania związane z kształtowaniem oferty kulturalnej (stosownie do potrzeb i preferencji konsumentów), ale jednocześnie z pobudzaniem potrzeb uczestnictwa w kulturze i kreowaniem gustów odbiorców kultury. Działania te powinny być poprzedzone badaniami różnych aspektów konsumpcji kultury wysokiej.

2. CEL I HIPOTEZY BADAWCZE

Uwzględniając przedstawione rozważania, **głównym celem** rozprawy jest identyfikacja ekonomicznych i społecznych czynników kształtujących poziom konsumpcji kultury wysokiej. Problem ten został scharakteryzowany na przykładzie mieszkańców województwa zachodniopomorskiego.

Sformułowano również następujące **cele cząstkowe** pracy:

1. Ocena częstotliwości i zakresu konsumpcji kultury wysokiej przez mieszkańców województwa zachodniopomorskiego.
2. Identyfikacja grupy konsumentów relatywnie najczęściej uczestniczących w badanych formach kultury oraz rozpoznanie ich potrzeb, preferencji, oczekiwań i opinii związanych z konsumpcją kultury wysokiej.
3. Ocena dostępności ekonomicznej, czasowej i przestrzennej infrastruktury kulturalnej (w odniesieniu do kultury wysokiej) województwa zachodniopomorskiego, jak również

¹⁴ S. Zieliński, Dyrektor Programu 1 TVP S.A. Dylematy nadawcy publicznego oraz L. Ryk, Wicemarszałek Województwa Dolnośląskiego, *Przestrzeń kulturowa Dolnego Śląska [w:] Społeczne i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju kultury, II Ogólnopolski Kongres KULTURA-GOSPODARKA-MEDIA, Kraków 9-10 października 2003, s. 62-63, 77*

¹⁵ Red. G. Sobczyk, *Współczesny marketing. Trendy. Działania*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008, s. 281.

ocena oferty kulturalnej na podstawie opinii osób korzystających z analizowanych form kultury.

W związku z przedstawionym celem głównym oraz celami cząstkowymi autorka przyjęła następującą **hipotezę główną**:

Konsumpcja kultury wysokiej uwarunkowana jest przede wszystkim poziomem wykształcenia konsumentów oraz czasową, ekonomiczną i przestrzenną dostępnością infrastruktury kulturalnej.

Przyjęto również następujące **hipotezy cząstkowe**:

1. Potrzeby kulturalne są relatywnie nisko ułożone w hierarchii potrzeb konsumentów, co przekłada się na niewielkie uczestnictwo w kulturze, zwłaszcza w kulturze wysokiej.

2. Kultura wysoka postrzegana jest przez konsumentów jako bardziej ambitna i wartościowa, ale jednocześnie trudniejsza w odbiorze niż kultura popularna, co dla części konsumentów może stanowić czynnik zniechęcający ich do uczestnictwa w kulturze wysokiej.

3. Wśród konsumentów można wyodrębnić segment tych, którzy preferując inne formy spędzania czasu wolnego, w ogóle nie są zainteresowani uczestnictwem w kulturze wysokiej.

4. Częstotliwość uczestnictwa w kulturze wysokiej skorelowana jest z poziomem dochodów, od których zależy możliwość zaspokojenia potrzeb w tym zakresie.

5. Repertuar i cena to najistotniejsze czynniki decydujące o wyborze konkretnej imprezy kulturalnej przez konsumentów kultury wysokiej.

6. Coraz większym problemem, zwłaszcza wśród osób wykształconych i osiągających wysokie dochody, staje się niedobór czasu wolnego, co stanowi jedno z istotnych ograniczeń konsumpcji kultury, w tym także w kultury wysokiej.

7. Oferta i infrastruktura kultury województwa zachodniopomorskiego są niedostateczne z punktu widzenia potrzeb oraz preferencji kulturalnych mieszkańców.

Przedstawione rozważania, przyjęte cele i hipotezy badawcze stanowiły podstawę sformułowania następujących głównych **problemów badawczych**:

1. Jaki jest stopień zaspokojenia i ważność potrzeb uczestnictwa w kulturze, w tym kulturze wysokiej, jako aktywności czasu wolnego realizowanych przez konsumentów województwa zachodniopomorskiego?

2. Jaki jest udział i zróżnicowanie wydatków na kulturę w wydatkach gospodarstw domowych województwa zachodniopomorskiego?

3. Jaka jest częstotliwość uczestnictwa w takich formach kultury, jak: przedstawienia teatralne, operowe i operetkowe, muzea i wystawy oraz koncerty muzyki poważnej, organowej itp.?

4. Jakie czynniki ekonomiczne i społeczne warunkują wielkość i sposób konsumpcji wymienionych form kultury?

5. Kim są konsumenci najczęściej korzystający z wymienionych form kultury (cechy ekonomiczne i demograficzno-społeczne)?

6. Jakie są potrzeby, preferencje i opinie konsumentów uczestniczących w kulturze wysokiej?

7. Jakie są możliwości zwiększenia uczestnictwa w kulturze wysokiej?

8. Jaka jest dostępność czasowa, ekonomiczna i przestrzenna infrastruktury kulturalnej w województwie zachodniopomorskim?

9. Jakie działania marketingowe realizują instytucje kultury wysokiej w celu przyciągnięcia odbiorców?

10. Jak konsumenci oceniają działania lokalnych władz w zakresie wspierania kultury w województwie?

3. STRUKTURA PRACY

Temat, cel i przyjęte hipotezy zdeterminowały strukturę pracy. Składa się ona z pięciu głównych rozdziałów, z których trzy pierwsze mają charakter teoretyczny, a dwa kolejne empiryczny.

Rozdział pierwszy porusza zagadnienia dotyczące istoty, funkcji i znaczenia kultury oraz jej związku z konsumpcją, jak również aspekty rynkowe.

W rozdziale drugim zostały scharakteryzowane najważniejsze czynniki społeczno-kulturowe oraz ekonomiczne kształtujące konsumpcję kultury.

Trzeci rozdział przedstawia cel, zakres, proces i metody badania konsumpcji kultury oraz metodykę badań własnych autorki (sposób doboru próby, jej strukturę, narzędzia pomiaru, a także wykorzystane metody analizy statystycznej).

Kolejne dwa rozdziały mają charakter empiryczny. I tak - w czwartym omówiono najważniejsze zmiany, jakie zaszły na polskim rynku dóbr i usług kultury, scharakteryzowano uczestnictwo Polaków w kulturze oraz wydatki na ten cel z budżetów gospodarstw domowych województwa zachodniopomorskiego, budżetu państwa i jednostek

samorządu terytorialnego. Scharakteryzowano również poziom, strukturę i dynamikę konsumpcji kultury wysokiej na podstawie mierników wykorzystania infrastruktury kulturalnej w województwie zachodniopomorskim oraz deklarowanej przez respondentów częstotliwości uczestnictwa w różnych formach kultury wysokiej.

W ostatnim rozdziale przedstawiono wyniki badań pierwotnych na temat potrzeb, preferencji i postaw konsumentów wobec kultury wysokiej oraz społeczno-ekonomicznych uwarunkowań jej konsumpcji. Autorka scharakteryzowała tu również działania marketingowe podmiotów kultury i ich rolę w kształtowaniu konsumpcji tej kultury.

W zakończeniu przedstawiono najważniejsze wyniki badań i odniesiono się do celu pracy oraz postawionych hipotez.

4. METODYKA BADAŃ

Podstawę realizacji celu oraz weryfikacji postawionych hipotez stanowiły przeprowadzone przez autorkę badania wtórne i pierwotne. Pierwsze obejmowały krytyczną analizę literatury przedmiotu, publikacji statystycznych, prasowych, raportów z badań instytucji naukowo-badawczych oraz publikacji placówek kulturalnych. Na ich podstawie opracowano zagadnienia teoretyczne związane z analizowaną problematyką oraz scharakteryzowano niektóre aspekty konsumpcji kultury, w tym kultury wysokiej, m.in. w odniesieniu do mieszkańców województwa zachodniopomorskiego, takie jak: częstotliwość uczestnictwa w kulturze jako aktywność czasu wolnego, poziom i zróżnicowanie wydatków na konsumpcję kultury, stan tudzież wykorzystanie infrastruktury kultury wysokiej w województwie.

Ponieważ analiza źródeł wtórnych okazała się niewystarczająca z punktu widzenia postawionych celów i weryfikacji hipotez, autorka przeprowadziła także badania pierwotne. Zrealizowano je z wykorzystaniem autorskiego kwestionariusza ankiety bezpośredniej przeprowadzonej na reprezentatywnej losowo dobranej (dobór warstwowy ze względu na klasę miejsca zamieszkania) próbie 644 mieszkańców województwa zachodniopomorskiego w wieku 16 lat i więcej (badania ilościowe) oraz wywiadów indywidualnych z 5 pracownikami instytucji kultury wysokiej (badania jakościowe), odpowiadających za działania marketingowe lub promocję. Badania ankietowe pozwoliły na pozyskanie informacji na temat częstotliwości i uwarunkowań uczestnictwa mieszkańców województwa zachodniopomorskiego w wybranych formach kultury wysokiej, a także poznanie ich

potrzeb, preferencji oraz opinii na temat oferty kulturalnej województwa zachodniopomorskiego. W badaniach tych wykorzystane zostały skale do pomiaru postaw konsumentów oraz metody analizy statystycznej dla oceny zależności badanych zjawisk. Z kolei przeprowadzone przez autorkę wywiady indywidualne (za pośrednictwem Internetu) z pracownikami instytucji kultury wysokiej w województwie pozwoliły na zebranie informacji na temat działań marketingowych placówek kultury, realizowanych w celu pozyskiwania widzów i słuchaczy.

Zakres czasowy badań obejmował (zależnie od dostępności danych, zwłaszcza publikacji statystycznych) lata 2000-2015, natomiast zakres przestrzenny dotyczył głównie województwa zachodniopomorskiego, chociaż niektóre dane w celu lepszego zobrazowania analizowanych zagadnień miały charakter ogólnopolski¹⁶.

5. GŁÓWNE WYNIKI BADAŃ

Zaprezentowane w rozprawie rozważania teoretyczne oraz przeprowadzone badania wtórne i pierwotne pozwalają na wyciągnięcie wniosków, że na uczestnictwo w kulturze, jako aktywności czasu wolnego, Polacy powyżej 15 roku życia przeznaczali przeciętnie mniej niż 2 minuty dobowego budżetu czasu, co oznacza, że na konsumpcję kultury wysokiej przypada jedynie część tego czasu. W kulturze wysokiej uczestniczy relatywnie niewielka grupa konsumentów, w tym mieszkańców województwa zachodniopomorskiego. Zaledwie przeciętnie co dziesiąty respondent zadeklarował, iż uczestnictwo w kulturze jest dla niego ważne, zaś ponad 40% przyznało, że nie jest w ogóle zainteresowana kulturą. W analizowanych formach kultury wysokiej przynajmniej raz w roku uczestniczyło (zależnie od rodzaju imprezy) od około 10% do ponad 50% ankietowanych, ale już przynajmniej 4 razy w roku - zaledwie od ułamka (w odniesieniu do opery, operetki i teatru) do kilkunastu procent respondentów (m.in. wystawy w muzeach oraz galeriach) (tabela 1). Potwierdza to, że kultura wysoka jest kulturą elitarną, postrzeganą jako trudniejszą w odbiorze, wymagającą określonej wiedzy, refleksji, a przez to dla niektórych jest mało interesująca czy nudna.

¹⁶ Źródłem finansowania badań pierwotnych było stypendium badawcze z projektu „Inwestycja w wiedzę motorem rozwoju innowacyjności w regionie – III edycja” współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego i Budżetu Państwa Działanie 8.2 Transfer wiedzy Poddziałanie 8.2.2. Regionalne Strategie Innowacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013, które pozwoliło także na pokrycie kosztów zakupu literatury przedmiotu. Badania te zrealizowano we współpracy z INKU Szczecińskim Inkubatorem Kultury oraz GALERIĄ ORIENT Strefą Sztuki Aktualnej.

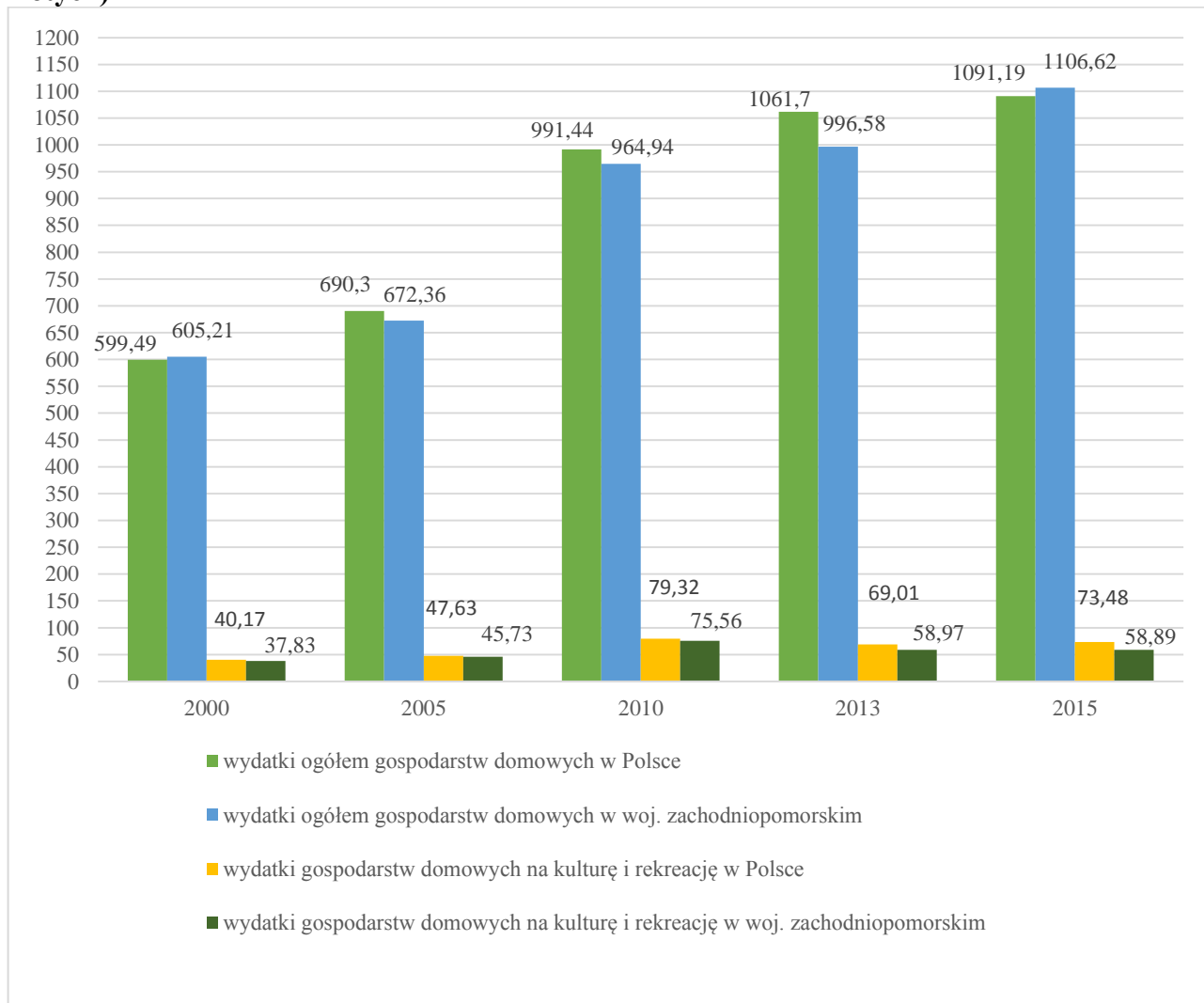
Tabela 1. Deklarowana częstotliwość uczestnictwa mieszkańców województwa zachodniopomorskiego w wybranych formach kultury wysokiej (w % odpowiedzi ogółem)

Lp.	Wyszczególnienie	Wcałe	1 raz w roku	2-3 razy w roku	4-6 razy w roku	7-10 razy roku	Więcej niż 10 razy w roku
1.	Opera	83,4	9,4	5,9	0,5	0	0
2.	Operetka	89,9	5,4	3,5	0	0,2	0
3.	Filharmonia, sala koncertowa oraz inne miejsca z koncertami muzyki poważnej	75,4	11,9	10,3	0,9	0,2	0,2
4.	Teatr	45,7	25,3	16,9	7,3	2,8	1,2
5.	Galeria oraz inne miejsca wystaw artystycznych	57,4	15,2	16,9	6,3	1,2	1,6
6.	Muzeum	46,4	18,7	17,6	8,4	5,4	1,9
7.	Teatr muzyczny (m.in. balet, musical, wodewil)	86,2	8,0	3,3	0	0	0,5
8.	Dom kultury i inne miejsca z warsztatami artystycznymi (malarскими, rzeźbiarskimi, wokalnymi itp.)	54,1	16,2	12,9	6,8	3,3	5,4
9.	Biblioteka i inne miejsca w których odbywają się prelekcje, odczyty, spotkania poetyckie	56,4	12,9	15,2	6,3	1,6	7,0
10.	Kościół i inne miejsca w których odbywają się koncerty muzyki organowej, chrześcijańskiej, gospel, chórów itd.	42,6	16,2	15,9	8,4	4,0	12,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

O relatywnie niskiej konsumpcji kultury wysokiej, poza poświęcanym na nią czasem i częstotliwością uczestnictwa, świadczą także inne mierniki konsumpcji wyznaczone w pracy, w tym wielkość wydatków na ten cel. Udział wydatków na kulturę w gospodarstwach domowych województwa zachodniopomorskiego nieznacznie przekracza 3% wydatków ogółem i jest nieco niższy od przeciętnego poziomu wydatków na ten cel dla ogółu polskich gospodarstw domowych. Przy czym wydatki na kulturę wysoką stanowią zaledwie 0,2% ogółu wydatków, tj. nieco ponad 2 zł miesięcznie na osobę, co w okresie 1 roku daje kwotę nie pozwalającą na zakup nawet jednego biletu na przedstawienie teatralne czy koncert. W ujęciu wartościowym statystyczny Polak wydawał na kulturę i rekreację (wykres 1 i tabela 2) od 40,17 zł w 2000 roku do 79,32 zł w roku 2010 oraz 73,48 zł w roku 2015.

Wykres 1. Wydatki ogółem oraz wydatki na rekreację i kulturę gospodarstw domowych w Polsce, jak również w województwie zachodniopomorskim w latach 2000-2015 (w złotych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Budżety gospodarstw domowych w 2013 r...* op. cit., s. 42 i 48; *Budżety gospodarstw domowych w 2010 r...* op. cit., s. 39, 48 i 50; B. Kasprzyk, M. Leszczyńska, *Dochody i wydatki jako determinanty dobrobytu ekonomicznego...* op. cit., dostęp: 15.03.2018 r., s. 265; M. Grzywińska-Rapca, *Analiza wydatków na towary i usługi konsumpcyjne...* op. cit., dostęp: 17.03.2018 r., s. 386; *Sytuacja gospodarstw domowych w 2013 r...* op. cit., dostęp: 15.03.2018 r., s. 1; *Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego - 2014...* op. cit., s. 176-177; *Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego - 2011...* op. cit., s.154, *Budżety gospodarstw domowych w 2015 r...* op. cit., s. 41, 47, 116, 131 i 284; *Kultura w 2015 r...* op. cit., s. 65 i 66.

Tabela 2. Średnie miesięczne wydatki na osobę ogółem oraz wydatki na kulturę w polskich gospodarstwach domowych i gospodarstwach województwa zachodniopomorskiego w latach 2000-2015

Lp.	Wyszczególnienie	2000 r.	2005 r.	2010 r.	2013 r.	2015 r.
1.	Przeciętne miesięczne wydatki polskich gospodarstw domowych w zł/os.	599,49	690,3	991,44	1061,70	1091,19
2.	Dynamika w % (rok 2000=100%)	100	115,15	165,38	177,10	182,02
3.	Przeciętne miesięczne wydatki gospodarstw domowych woj. zachodniopomorskiego w zł/os.	605,21	672,36	964,94	996,58	1106,62
4.	Dynamika w % (rok 2000=100%)	100	111,10	159,44	164,67	182,85
5.	Wielkość miesięcznych wydatków na kulturę i rekreację w polskich gospodarstwach domowych w zł/os.	40,17	47,63	79,32	69,01	73,48
6.	Dynamika w % (rok 2000=100%)	100	118,57	197,46	171,79	182,92
7.	Udział wydatków na kulturę i rekreację w wydatkach ogółem polskich gospodarstw domowych w %	6,70	6,90	8,00	6,50	6,73
8.	Dynamika w % (rok 2000=100%)	100	102,99	119,40	97,01	100,45
9.	Wielkość miesięcznych wydatków na kulturę i rekreację w gospodarstwach domowych woj. zachodniopomorskiego w zł/os.	37,83	45,73	75,56	58,97	58,89
10.	Dynamika w % (rok 2000=100%)	100	120,88	199,74	155,88	155,67
11.	Udział wydatków na kulturę i rekreację w wydatkach ogółem gospodarstw domowych woj. zachodniopomorskiego w %	6,25	6,8	7,83	5,92	5,32
12.	Dynamika w % (rok 2000=100%)	100	108,8	125,28	94,72	85,12
13.	Wysokość miesięcznych wydatków na kulturę ogółem w polskich gospodarstwach domowych w zł/os.	19,13	22,74	33,88	29,93	28,34
14.	Dynamika w % (rok 2000=100%)	100	118,87	177,10	156,46	148,14
15.	Udział wydatków na kulturę w wydatkach na kulturę i rekreację polskich gospodarstw domowych w %	47,62	47,01	42,71	43,37	38,57
16.	Dynamika w % (rok 2000=100%)	100	98,72	89,69	91,08	81,00
17.	Miesięczne wydatki polskich gospodarstw domowych na uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych, w takich instytucjach jak: teatr, filharmonia, opera itp. w zł/os.	0,57	0,82	1,66	2,10	2,20
18.	Dynamika w % (rok 2000=100%)	100	143,86	291,23	368,42	385,96

Źródło: Budżety gospodarstw domowych w 2013 r., GUS, Warszawa 2014, s. 42 i 48; Budżety gospodarstw domowych w 2010 r., GUS, Warszawa 2011, s. 39 i 48, Wykres 3; Warunki życia ludności Polski w latach 2004-2005, GUS, Departament Statystyki Społecznej, Warszawa 2007, s. 57-58; M. Grzywińska-Rapca, Analiza wydatków na towary i usługi konsumpcyjne gospodarstw domowych w Polsce w latach 2000-2009, Prace i materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, 4/8, Sopot 2011, http://jmf.wzr.pl/pim/2011_4_8_31.pdf, dostęp: 17.03.2018 r., s. 386; Sytuacja gospodarstw domowych w 2000 r., Interia. Biznes, <http://biznes.interia.pl/news/sytuacja-gospodarstw-domowych-w-2000-r,123909>, dostęp: 15.03.2018 r.; B. Kasprzyk, M. Leszczyńska, Dochody i wydatki jako determinanty dobrobytu ekonomicznego gospodarstw domowych w Polsce – ujęcie regionalne, Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy. Determinanty Rozwoju Regionalnego w kontekście procesów globalizacji, Zeszyt nr 28, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów 2012, <http://www.ur.edu.pl/nauka/czasopisma-uniwersytetu-rzeszowskiego-punkowane-przez-ministerstwo/nierownosci-spoeczne-a-wzrost-gospodarczy/zeszyt-nr-28>, dostęp: 15.03.2018 r., s. 265; Sytuacja gospodarstw domowych w 2013 r... op. cit., dostęp: 15.03.2018 r., s. 1; Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego - 2014, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Szczecin 2014, s. 176-177; Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego - 2011, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Szczecin 2011, s.173; Budżety gospodarstw domowych w 2015 r., GUS, Warszawa 2016, s. 41, 47, 116, 131 i 284; Kultura w 2015 r., GUS, Urząd Statystyczny w Krakowie, Warszawa 2016, s. 65 i 66 oraz obliczenia własne w oparciu o dane z ww. źródeł.

Autorka chciałaby też podkreślić, iż relatywnie dobre wyposażenie gospodarstw domowych w sprzęt, taki jak m.in. telewizor, komputer z dostępem do Internetu, telewizja satelitarna i kablowa, czy też wieża hi-fi, radio, radiomagnetofon z odtwarzaczem płyt kompaktowych, może służyć konsumpcji kultury (wirtualizacja konsumpcji), w tym kultury wysokiej, jednakże brak dostępnych statystyk utrudnia szacunki na temat poziomu tej konsumpcji.

Źródłem finansowania konsumpcji kultury są nie tylko dochody gospodarstw domowych, ale (choć w znacznie mniejszym zakresie) część konsumpcji finansowana jest z budżetu państwa i budżetów jednostek samorządu terytorialnego. Wydatki z budżetu państwa na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego stanowiły w 2015 roku w przeliczeniu na osobę 51,09 zł.¹⁷ Natomiast wydatki na ten cel z budżetów jednostek samorządu terytorialnego (miast na prawach powiatu, powiatów i gmin) na terenie województwa zachodniopomorskiego (wraz z transferami między nimi) wynosiły w 2015 roku w przeliczeniu na osobę 189,41 zł¹⁸ (tabela 3). Choć w analizowanym okresie, tj. w latach 2000–2015, nastąpił wzrost wydatków na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego (w ujęciu wartościowym) z budżetu JST województwa zachodniopomorskiego, to mniej niż jedna trzecia ankietowanych mieszkańców województwa uważa, że władza oraz samorząd terytorialny w wystarczającym stopniu wspierają kulturę.

Tabela 3. Wydatki na mieszkańca województwa zachodniopomorskiego z budżetów jednostek samorządu terytorialnego na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego (w 2000 r. na kulturę i sztukę^o) w złotych oraz dynamika tych wydatków w % (2000 r. = 100%)

Rok	2000	2005	2010	2013	2015
Wydatki					
Wydatki w przeliczeniu na mieszkańca w zł	59,88	86,84	186,71	215,18	189,78
Dynamika wydatków w stosunku do roku 2000	100%	145,02%	311,81%	359,35%	316,93%

Źródło: *Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego - 2016... op. cit., s. 96 i 374; Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego - 2014... op. cit., s. 96 i 383; 2011, s. 356; 2006, s. 342; 2005, s. 88; Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego - 2001... op. cit., s. 403.*

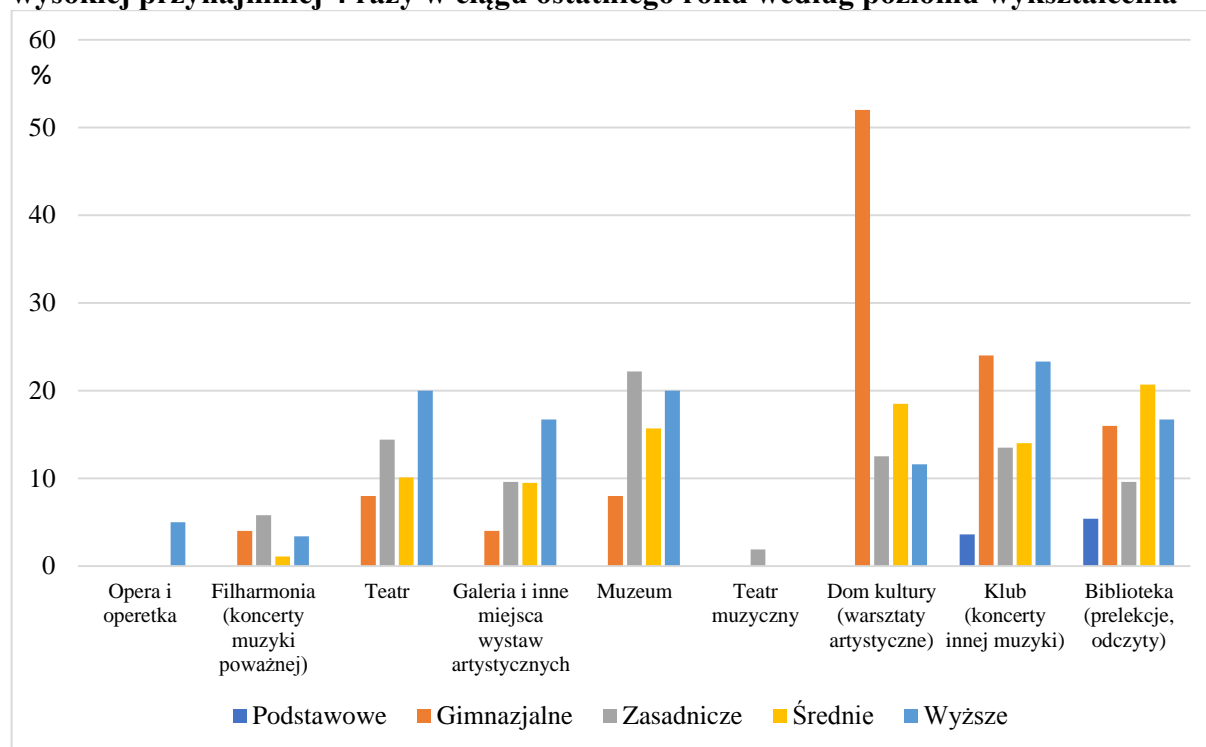
Przeprowadzone badania wtórne i pierwotne, związane z głównym celem pracy - identyfikacją ekonomicznych oraz społecznych czynników kształtujących poziom tudzież sposób konsumpcji kultury wysokiej w województwie zachodniopomorskim, pozwalają na

¹⁷ Kultura w 2015 r... op. cit., s. 64.

¹⁸ Ibidem; Tablice, Dział I, Wydatki publiczne na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego w 2015 r. – wybrane dane, tabl. 4.

stwierdzenie, że głównym czynnikiem kształtującym częstotliwość i zakres uczestnictwa w kulturze wysokiej jest poziom wykształcenia, co pozytywnie weryfikuje pierwszą część postawionej hipotezy głównej. Z nim bowiem związane są potrzeby uczestnictwa w kulturze, w tym w kulturze wysokiej, jak i preferencje co do sposobu spędzania czasu wolnego. Ale z wykształceniem związana jest także posiadana wiedza czy poziom intelektualny, niezbędne (jak podkreślił wyżej w swojej opinii socjolog M. Filipiak)¹⁹ dla odbioru kultury wysokiej. Jak wynika z badań ankietowych mieszkańców województwa zachodniopomorskiego – zdecydowaną większość osób uczestniczących przynajmniej kilka razy w roku w analizowanych formach kultury wysokiej stanowią przede wszystkim osoby legitymujące się przynajmniej średnim wykształceniem (wykres 2). Na zakres i częstotliwość konsumpcji kultury wysokiej wpływa także przynależność społeczno-zawodowa, ale podkreślić należy, iż jest ona skorelowana z poziomem wykształcenia respondentów i oba te czynniki mają znaczenie z punktu widzenia realizowanego stylu życia, którego elementem jest uczestnictwo w kulturze wysokiej. Inne cechy demograficzne, jak wiek i płeć respondentów, także różnicują korzystanie z kultury wysokiej, ale mają one relatywnie mniejsze (niż poziom wykształcenia) znaczenie.

Wykres 2. Odsetek respondentów uczestniczących w wybranych formach kultury wysokiej przynajmniej 4 razy w ciągu ostatniego roku według poziomu wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

¹⁹ M. Filipiak, *Socjologia kultury. Zarys zagadnień*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2002, s. 66.

Przeprowadzone badania pokazały, że istotnym uwarunkowaniem konsumpcji kultury wysokiej jest również dostępność infrastruktury kulturalnej (tabele 4-5), co pozytywnie weryfikuje drugą część hipotezy głównej postawionej w rozprawie. Koncentracja infrastruktury kulturalnej w miastach, w tym zwłaszcza w Szczecinie, oznacza większą dostępność czasową i przestrzenną mieszkańców miast do kultury wysokiej. Przekłada się to na większą częstotliwość uczestnictwa w analizowanych formach kultury mieszkańców miast, w tym zwłaszcza stolicy województwa - Szczecinie, który z uwagi na pełnione funkcje charakteryzuje się największą w Zachodniopomorskiem ilością placówek i imprez z zakresu kultury wysokiej.

Tabela 4. Liczba oraz dynamika placówek kulturalnych w województwie zachodniopomorskim ogółem w latach 2000-2015²⁰

Lp.	Wyszczególnienie	Rok				
		2000	2005	2010	2013	2015
1.	Teatr operowy	0	0	1	1	1
2.	Dynamika (%) okres poprzedni = 100	-	-	-	100	100
3.	Teatr muzyczny, rozrywkowy, operetka - teatr tańca, baletu, musicalu	1	1	0	0	0
4.	Dynamika (%) okres poprzedni = 100	-	100	0	0	0
5.	Filharmonia	2	2	2	2	2
6.	Dynamika (%) okres poprzedni = 100	-	100	100	100	100
7.	Teatr dramatyczny i lalkowy	6	7	8	5	5
8.	Dynamika (%) okres poprzedni = 100	-	116,67	114,29	62,5	100
9.	Galerie i salony sztuki	21	22	13	10	13
10.	Dynamika (%) okres poprzedni = 100	-	104,76	59,09	76,92	130
11.	Muzea łącznie z oddziałami	20	22	27	28	30
12.	Dynamika (%) okres poprzedni = 100	-	110	122,73	103,70	107,14
13.	Domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice	.	350	286	319	350
14.	Dynamika (%) okres poprzedni = 100	-	100	81,71	111,54	109,72
15.	Biblioteki i filie	378	379	378	373	368
16.	Dynamika (%) okres poprzedni = 100	-	100	99,74	98,68	98,66

Gdzie: (-) brak danych; (.) brak badania.

Źródło: Opracowanie własne w oparciu o dane z Banku Danych Lokalnych, GUS, US w Szczecinie, dostęp: 22.11.2016 r. i 22.08.2017 r. oraz o Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego – 2001... op. cit., s. 316-318, Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego – 2006, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Szczecin 2006, s. 226-228 i o Rocznik Statystyczny Województwa Zachodniopomorskiego – 2012, Urząd Statystyczny w Szczecinie, Szczecin 2012, s. 245-247.

²⁰Dane na temat placówek kulturalnych i liczby imprez kulturalnych przedstawione w niniejszym podrozdziale uzyskane z Banku Danych Lokalnych były dostępne od 2003 roku i do roku 2012 prezentowane były co dwa lata, dopiero od 2012 r. prezentowane są corocznie.

Tabela 5. Wybrane mierniki wykorzystania infrastruktury kultury w województwie zachodniopomorskim w latach 2000-2015

Lp.	Wyszczególnienie	2000	2005	2010	2013	2015
1.	Liczba słuchaczy i widzów w teatrach i instytucjach muzycznych ogółem	464650	496096	379548	359618	562433
2.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	106,77	81,68	77,40	121,04
3.	w tym na 1 przedstawienie lub koncert	206	237	188	194	228
4.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	94,17	91,26	94,17	110,68
5.	Liczba słuchaczy oraz widzów w teatrach dramatycznych i dramatycznych lalkowych ogółem	254374	199291	260332	238915	286058
6.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100%	78,35%	102,34	93,92%	112,46
7.	w tym na 1 przedstawienie lub koncert	170	156	156	158	171
8.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	91,76	91,76	92,94	100,59
9.	Liczba słuchaczy i widzów w teatrach muzycznych, operach i operetkach ogółem	62530	28026	40908	44661	38878
10.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	44,82	65,42	71,42	62,17
11.	w tym na 1 przedstawienie lub koncert	372	338	290	354	405
12.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	90,86	77,96	95,16	108,87
13.	Liczba słuchaczy i widzów w filharmoniach, orkiestrach i chórach ogółem	147746	268779	78308	76042	237497
14.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	181,92	53,00	51,47	160,75
15.	w tym na 1 przedstawienie lub koncert	250	369	359	350	339
16.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	147,6	143,60	140,00	135,6
17.	Liczba zarejestrowanych czytelników w bibliotekach publicznych	350987	319387	276443	261913	248083
18.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	91,00	78,76	74,62	70,68
19.	Liczba ludności na 1 bibliotekę	2761	3382	3602	4608	4648
20.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	122,49	130,46	166,90	168,34
21.	Liczba czytelników na 1 bibliotekę	559	637	588	702	674
22.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	113,95	105,19	125,58	120,57
23.	Ilość wypożyczeń księgozbioru na zewnątrz w bibliotekach publicznych ogółem	6662386	6235771	4856124	4631767	4315726
24.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	93,60	72,89	69,52	64,78
25.	w tym na 1 bibliotekę	10609	12447	10332	12418	11728
26.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	117,32	97,39	117,05	110,55
27.	na 1 czytelnika	19	19,5	17,6	17,7	17,4
28.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	102,63	92,63	93,16	91,58
29.	na 1 wolumin	0,93	0,88	0,69	0,66	0,65
30.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	94,62	74,19	70,97	69,89
31.	na 1 tysięcy osób	3843	3680	2867	2693	2518
32.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	95,76	74,60	70,08	65,52
33.	Liczba osób odwiedzających muzea oraz wystawy muzealne ogółem	550347	362912	445441	455982	613145
34.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	65,94	80,94	82,85	111,41
35.	Liczba osób zwiedzających wystawy w galeriach ogółem	254211	219924	321214	131651	94261
36.	Dynamika w % (2000 r. = 100%)	100	86,51	126,36	51,79	37,08

Źródło: *Kultura w 2013 r.*, GUS, Urząd Statystyczny w Krakowie, Warszawa 2014, Dział VIII. Teatry, instytucje muzyczne i rozrywkowe, Tabl. 6 (223); Dział III. Biblioteki, Tabl. 19 (31), Tabl. 21 (33), Tabl. 4 (16), Dział VII. Wystawiennictwo, Tabl. 9 (195), Tabl. 27 (213); *Kultura w 2010 r.*, GUS, Urząd Statystyczny w Krakowie, Warszawa 2011, s. 263, 164, 182, 184-185, 220, 248-249; *Kultura w 2005 r.*, GUS, Warszawa 2006, Dział VI. Teatry, instytucje muzyczne i rozrywkowe, Tabl. 6 (132), Dział 4. Biblioteki, Tabl. 4 (27), Tabl. 21 (44), Tabl. 24 (47), Dział V. Wystawiennictwo, Tabl. 2 (99), Tabl. 25 (122); *Kultura w 2000 r.*, GUS, Warszawa 2001, s. 34, 48, 50, 54-55, 65, 82, 90; *Kultura w 2015 r. ... op. cit.*, Dział VIII. Teatry, instytucje muzyczne i rozrywkowe, Tabl. 6 (226); Dział III. Biblioteki, Tabl. 19 (31), Tabl. 21 (33), Tabl. 4 (16); Dział VII. Wystawiennictwo, Tabl. 9 (198), Tabl. 27 (216).

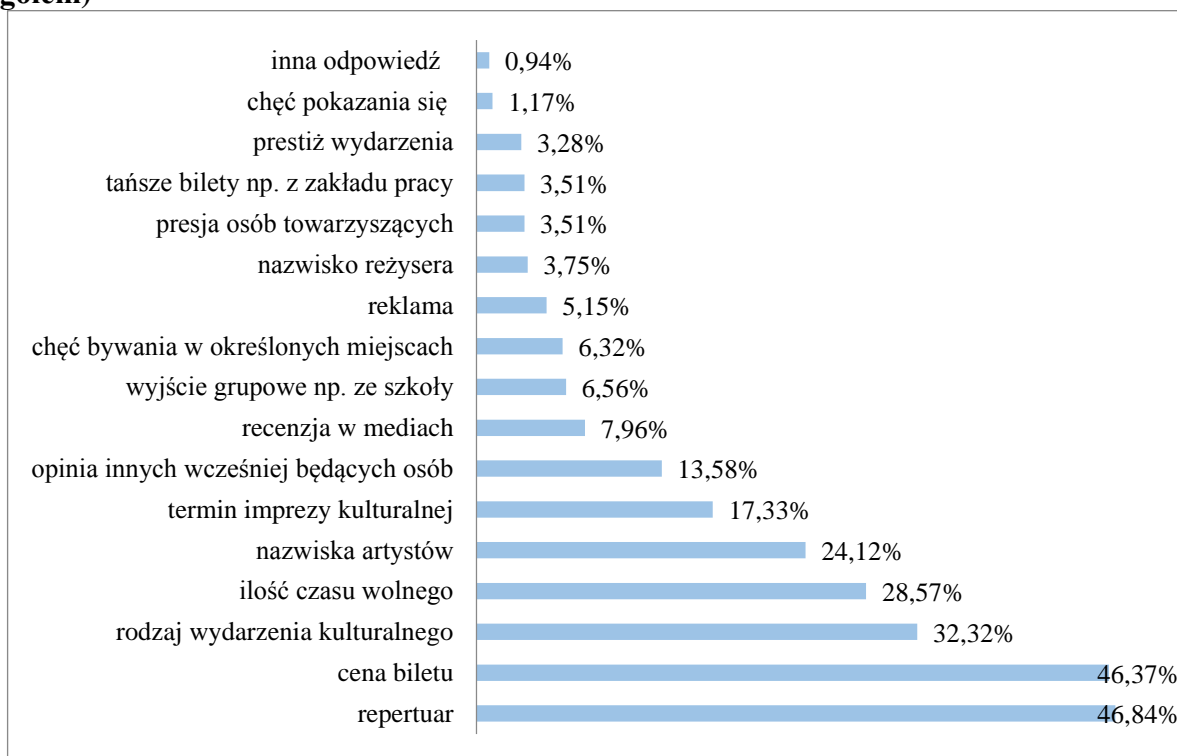
Ważnym aspektem dostępności infrastruktury kulturalnej są również dni i godziny imprez kulturalnych, a także otwarcia galerii, muzeów. Jak pokazują wyniki badań ankietowych, czynniki te mogą stanowić barierę konsumpcji kultury wysokiej dla części osób, zwłaszcza jeśli uwzględnić dotykający coraz większą grupę osób brak dostatecznej ilości czasu wolnego. Chociaż zdaniem autorki wskazywanie na brak czasu przynajmniej częściowo może stanowić popularną wymówkę czy usprawiedliwienie dla niepodjęcia określonych aktywności. Generalnie na problemy z dostępnością do infrastruktury kulturalnej, jako przyczynę niskiego uczestnictwa w kulturze wysokiej, wskazywali przede wszystkim mieszkańcy wsi i miast do 20 tysięcy mieszkańców, ale też część mieszkańców Szczecina (w tym ostatnim przypadku wskazywano głównie na niedogodne godziny i dni przedstawię/koncertów).

Istotna jest również dostępność ekonomiczna infrastruktury kulturalnej, decyduje ona bowiem o możliwości zaspokojenia potrzeb związanych z konsumpcją kultury wysokiej. Zwłaszcza, że źródłem finansowania konsumpcji kultury wysokiej jest w większości fundusz swobodnej decyzji konsumenta. Z przeprowadzonych badań wynika, że poziom konsumpcji kultury, w tym kultury wysokiej, mierzony wielkością wydatków na kulturę i częstotliwością uczestnictwa w kulturze wysokiej jest dodatnio skorelowany z poziomem dochodów gospodarstwa domowego. Wynika to między innymi z tego, że potrzeby uczestnictwa w kulturze należą do potrzeb wyższego rzędu, a więc realizowanych po zaspokojeniu potrzeb podstawowych. Chociaż cena w deklaracjach respondentów nie stanowiła najważniejszego czynnika decydującego o konsumpcji kultury wysokiej, to zauważyć należy, iż opinie takie wygłaszali przede wszystkim konsumenci relatywnie często uczestniczący w kulturze wysokiej. W większości deklarowali oni również, iż wzrost ceny biletów na imprezy kulturalne nie ograniczy ich uczestnictwa w kulturze, ale raczej skłoni ich do ograniczenia innych wydatków tak, aby mogli dalej uczestniczyć w imprezach kulturalnych. Bez wątplenia jednak istnieje grupa konsumentów, którym dochody uniemożliwiają wygospodarowanie funduszu swobodnej decyzji lub jest on relatywnie niewielki, co stanowi czynnik ograniczający częstotliwość konsumpcji kultury wysokiej – na taki problem wskazywali najczęściej respondenci, którzy deklarowali wzrost konsumpcji kultury wysokiej w przypadku poprawy sytuacji materialnej, czy też możliwości zakupu tańszych biletów, jak również ograniczenie konsumpcji kultury wysokiej z uwagi na wzrost cen biletów.

Co ciekawe – w kontekście elitarnego charakteru kultury wysokiej – zaledwie 5% respondentów wśród głównych czynników motywujących ich do uczestnictwa w określonych imprezach kultury wysokiej wskazało na: konieczność bywania wynikającą z przynależności

do określonej grupy społeczno-zawodowej (naśladownictwo), chęć pokazania się czy prestiż imprezy kulturalnej (efekt demonstracji). O wyborze konkretnego wydarzenia kulturalnego decydują przede wszystkim: repertuar (46,84% odpowiedzi), cena biletu (46,73%) i rodzaj wydarzenia kulturalnego (32,32%) (wykres 3).

Wykres 3. Czynniki decydujące o uczestnictwie w konkretnym wydarzeniu kulturalnym w deklaracjach mieszkańców województwa zachodniopomorskiego (w % odpowiedzi ogółem)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych.

Oferta kulturalna jest więc istotnym czynnikiem wpływającym na poziom i strukturę konsumpcji kultury wysokiej. Jak wskazano w pracy, z jednej strony powinna być ona zgodna z potrzebami i preferencjami odbiorców, z drugiej zaś - te potrzeby i preferencje kształtować, co szczególnie dotyczy kultury wysokiej. Zaledwie 13% ankietowanych mieszkańców województwa zachodniopomorskiego pozytywnie oceniło ofertę placówek kultury wysokiej w miejscu swojego zamieszkania. Większość uznała ją za przeciętną i mało zróżnicowaną. Stosunkowo niewiele osób decyduje się też na konsumpcję kultury wysokiej poza miejscem zamieszkania, np. poprzez wyjazdy na koncerty bądź przedstawienia do Berlina czy Warszawy, co związane jest z koniecznością posiadania większej ilości czasu wolnego, ale także wyższymi kosztami takiej konsumpcji.

6. WNIOSKI

Podsumowując wyniki badań, można zauważyć, że potrzeby uczestnictwa w kulturze wysokiej dotyczą relatywnie niewielkiej grupy konsumentów i związane są przede wszystkim z poziomem wykształcenia, zaś na możliwość zaspokojenia tych potrzeb wpływa głównie czasowa, przestrzenna i ekonomiczna dostępność infrastruktury kulturalnej. Większość badanych osób nie jest zainteresowana spędzaniem czasu wolnego na uczestnictwie w kulturze wysokiej i w ich deklaracjach nic ich do tego nie zachęci, co potwierdza elitarność analizowanej kultury. Część konsumentów uczestniczy w różnych formach kultury wysokiej sporadycznie, jako główne bariery wskazując wysokie ceny biletów na takie wydarzenia, jak i niedostateczną ilość czasu wolnego, wynikającą m.in. ze sposobu świadczenia pracy, czy też obowiązków rodzinnych bądź niedogodnych dni i godzin imprez kulturalnych, ale także wymieniając mało interesującą ofertę w tym zakresie. W analizowanych formach kultury wysokiej przynajmniej kilka razy w roku uczestniczy zaledwie od ułamka do kilkunastu procent ankietowanych (zależnie od rodzaju imprezy kulturalnej). Są to przede wszystkim konsumenci z wykształceniem wyższym (w mniejszej mierze z wykształceniem średnim), pracujący na stanowiskach umysłowych wyższego szczebla, prowadzący działalność gospodarczą, jak również przedstawiciele wolnych zawodów, a także studenci czy uczniowie, głównie osoby w wieku 16-24 lata oraz 45-54 lata, członkowie gospodarstw domowych osiągających dochody netto powyżej 2000 złotych miesięcznie na osobę, a także mieszkający w miastach (zwłaszcza w Szczecinie).

Przedstawione rozważania teoretyczne oraz wyniki badań wtórnych i pierwotnych pozwoliły na realizację celu głównego, jak również celów częściowych rozprawy, a także pozytywną weryfikację hipotezy głównej i hipotez częściowych. Jednocześnie wyniki badań, poza aspektem poznawczym, mają również walor praktyczny i przydatne być mogą w działaniach marketingowych instytucji zajmujących się kulturą wysoką, zarówno w kształtowaniu oferty, jak i potrzeb konsumentów kultury, czy też działaniach promocyjnych.