

Beata Trzop*

CZAS WOLNY POLAKÓW Z PERSPEKTYWY ZMIAN SPOŁECZNO-USTROJOWYCH: OD OGNISKA DO BARBECUE

Czas wolny

Problematyka czasu wolnego jest obszarem zainteresowań badaczy z wielu społecznych dyscyplin naukowych, ale początki jego definiowania łączą się z osobą francuskiego badacza Joffre Dumazediera, który wskazuje, że czas wolny (*loisir*) dotyczy czynności, której jednostka może się oddać całkowicie dobrowolnie, poza obowiązkami zawodowymi, rodzinnymi i społecznymi. Robi to po to, by wypocząć, rozerwać się i rozwijać (Kłoskowska 2007, s. 16).

W miarę rozwoju badań nad czasem wolnym pojawiało się wiele propozycji definiowania tego terminu, zarówno w obszarze pedagogiki, socjologii, jak i ekonomii. Empiryczne badania czasu wolnego idą w dwóch kierunkach: ilości czasu wolnego (jaką część czasu człowieka stanowi czas wolny, czyli obszarem zainteresowania badaczy jest struktura budżetu czasu jednostki) oraz jego jakość – badania sposobów spędzania czasu wolnego.

Z pewnością sama struktura budżetu czasu jest różna od tej, która dominowała w latach PRL-u. Dziś powszechnie używamy określenia „weekend”, ale rzeczywistość czasów przed transformacją ustrojową, również w sferze czasu wolnego, była zupełnie inna. Od lat 70. pojawiają się wolne soboty, których częstotliwość jest regulowana Dekretami Rady Państwa, jednak to dopiero strajkujący robotnicy wywalczyli regularne wolne soboty¹. Stały się one czasem wypoczynku, relaksu, ale i nadrabiania zaległości prac domowych. To z uwagi na pojawienie się wolnych sobót stworzono dla potrzeb telewizji i jej odbiorców – telewizyjny program Studio 2.

***Beata Trzop** – dr, zatrudniona na stanowisku adiunkta w Zakładzie Socjologii Ogólnej Instytutu Socjologii Uniwersytetu Zielonogórskiego. Naukowo interesuje się socjologią kultury i cywilizacji oraz subkulturami młodzieżowymi. Jest również autorką publikacji na temat współczesnych zjawisk w edukacji oraz rynku pracy.

¹Od 1981 roku przysługują trzy wolne soboty w miesiącu.

Badania CBOS-u z 2001 roku i 2006 roku (CBOS 2009)² pokazują, że ilość czasu wolnego ludzi aktywnych zawodowo zmniejsza się. Deklaracje o zmniejszeniu ilości czasu wolnego dotyczą następujących kategorii wiekowych: 35-44 lata (36%) oraz 45-54 lata (27%). Autorzy tego raportu wskazują na czynniki wpływające na ilość deklarowanego czasu wolnego, a wśród nich oczywiście ważne są praca zawodowa oraz wiek respondentów. Na uwagę zasługuje również fakt, że wśród respondentów pracujących zawodowo ponad 50% deklaruje pracę zarobkową w weekendy.

Zupełnie nową formą spędzania czasu wolnego jest majówka i majowe długie weekendy, które wiążą się z występowaniem dwóch świąt majowych uznanych jako dni wolne od pracy – 1 i 3 maja. Pierwszy tzw. długi weekend wystąpił w 2001 roku. Badacze przeprowadzili sondaż dotyczący tego okresu (CBOS 2001)³. Pojawiające się wówczas zachowania wyznaczyły nowe trendy, gdzie pozostanie w domu i oglądanie telewizji zaczynało być formą najmniej atrakcyjną. Także tradycyjny pochód pierwszomajowy stał się wydarzeniem niszowym (1% respondentów brało w nim udział), podobnie jak popularny niegdyś festyn (5%). Święto Konstytucji 3 Maja świętowało w świetle tych wyników 16% respondentów, przy czym były to głównie formy aktywności religijnej.

Tendencje organizowania sobie w atrakcyjny sposób tego czasu zaobserwowano głównie wśród aktywnych zawodowo mieszkańców dużych miast, u osób z wyższym wykształceniem, inteligencji i kadry kierowniczej. To oni wyznaczali trendy na najbliższe lata i lansowali modę na aktywny wypoczynek lub turystykę zagraniczną.

Co robiliśmy i robimy w czasie wolnym

Podstawową tendencją, która pojawia się z perspektywy rzeczywistości PRL-u i III RP jest zmiana w sposobach spędzania czasu wolnego, przejawiająca się zarówno w nowych formach, jak i większej różnorodności. Dla potrzeb tej analizy można go podzielić na kilka szerszych kategorii: **wypoczynek i relaks; rozrywka i udział w imprezach sportowych; spotkania towarzyskie i rodzinne; korzystanie z oferty kulturalnej; wizyty w pubach i restauracjach; oglądanie telewizji** i jako ostatnią sferę można wskazać **używanie internetu w celach pozazawodowych**.

²CBOS, *Co zmieniło się w stylu życia Polaków w ostatnim dwudziestoleciu?*, Warszawa, luty 2009.

³CBOS, *Najdłuższy weekend nowoczesnej Europy*, Warszawa, maj 2001.

Już pobieżny ogłęd pozwala stwierdzić, że wiele z tych kategorii nie występowało w czasach PRL-u, a niektóre z nich charakteryzowały się innym zestawem działań.

Wypoczynek i relaks

Wypoczynek i relaks dotyczy zarówno aktywnych form spędzania czasu (uprawianie różnego rodzaju sportów, zajęcia fitness, ćwiczenia na siłowni, spacery, praca na działce i w ogrodzie), jak i wyjazdów w celach turystycznych i wypoczynkowych w kraju i za granicą. Dane, do których odnoszono się już wcześniej (CBOS 2009)⁴ wskazują, że około 20% respondentów spędza swój czas na pracach ogrodniczych (traktowane z przyjemnością są formą relaksu) lub na wycieczkach i spacerach do lasu. Uprawianie sportu w tych samych badaniach zadeklarowało 21% badanych. Badania ze stycznia 2003 roku pokazały, że 59% Polaków w ogóle nie uprawiało sportu. Wśród tych, którzy zadeklarowali aktywne formy spędzania czasu wolnego najpopularniejszą formą aktywności była jazda na rowerze (41%). Ta forma aktywnego wypoczynku zyskała najbardziej na popularności od 1997 roku, zanotowano tu bowiem wzrost o 26 punktów procentowych. Na drugim miejscu znalazły się ćwiczenia gimnastyczne (19%), następnie pływanie (16%), gra w piłkę nożną (15%) oraz bieganie (12%). Wśród pozostałych wskazań znalazły się aerobik, gry zespołowe, spacery oraz sporty zimowe (CBOS 2003)⁵. Autorzy komunikatu wskazywali na pewne zależności, które w widoczny sposób determinują ten sposób spędzania czasu wolnego. Aktywność fizyczna jest elementem stylu życia przede wszystkim ludzi wykształconych, mieszkańców dużych miast o wysokim statusie społecznym i majątkowym. Jednym z ciekawszych wniosków jest ukazanie, iż najrzadziej sport uprawiają osoby pracujące fizycznie na świeżym powietrzu. Największą grupą są tu rolnicy (75% rolników nie uprawia żadnego sportu). Badania pokazały również, że momentem, w którym respondenci najczęściej odchodzą od aktywności ruchowej jest przedział wiekowy między 25. a 34. rokiem życia. Wraz z wiekiem i przybywaniem nowych obowiązków (rodzinnych, zawodowych) aktywność ta już systematycznie maleje. Jednocześnie badacze podkreślają, że od 1997 roku do 2003 roku liczba Polaków uprawiających sport nie zmieniła się.

Sferą życia, która również wiąże się z wypoczynkiem i relaksem są na pewno wyjazdy wypoczynkowe. Sondaż GFK Polonia z 2008 roku dla „Rzeczpospolitej” wskazuje, że 28% Polaków wyjechało w danym roku na urlop, spośród których jedna czwarta wyjechała za granicę. Dane empirycz-

⁴CBOS, *Co zmieniło się...*, *op. cit.*

⁵CBOS, *O aktywności...*, *op. cit.*

ne wskazują na to, że coraz więcej miejsca w stylu życia Polaków zajmują wyjazdy zagraniczne. Nas w tym kontekście interesują wyjazdy niezarobkowe, a ich liczba od początku lat 90. rośnie. Badacze⁶ wskazują też pewne zależności związane z tą dynamiką wyjazdów zagranicznych: im wyższe wykształcenie respondentów, pozycja zawodowa, dochody i lepsze warunki materialne oraz większa miejscowość, tym częściej wyjazdy zagraniczne stają się elementem stylu życia badanych. Kolejna zależność, którą wykazały przytoczone badania: za granicę częściej wyjeżdżają respondenci poniżej 45. roku życia, więcej mężczyzn niż kobiet. Najmniejsze wskazania w tym badaniu miały osoby starsze, o niskich dochodach, choć badacze podkreślają, że grupą szczególnie upośledzoną w tym obszarze życia są rolnicy.

Nawiązując ponownie do wyjazdów wypoczynkowych w 2008 roku, za granicę Polacy głównie jeździli do Włoch, Wielkiej Brytanii i Chorwacji. Jednak nieco nowsze badania CBOS-u ukazały, że w latach 2003-2009 większość dorosłych Polaków nie wyjechała na wypoczynek poza miejsce zamieszkania. Największą przeszkodą był brak pieniędzy.

Rozrywka i udział w imprezach sportowych

Jest to ten obszar działań, który bezpośrednio łączy się z obszarami kultury masowej i popularnej. O ile polityka kulturalna PRL-u głównie polegała na kulturalnym uwłaszczeniu mas i preferowaniu z jednej strony form kultury wyższej, z drugiej zaś ludycznych form (festyny i zabawy ludowe), które miały pełnić głównie funkcję buforową, o tyle formy działań rozrywkowych w zmieniającym się społeczeństwie mają wymiar hedonistyczny i służą głównie do nadrabiania zaległości w tej sferze życia aktywności. W społeczeństwie posttransformacyjnym mamy oto taką sytuację, gdzie zarówno w sferze deklaracji, jak i realizacji dominuje kultura popularna.

W czasach PRL-u mieliśmy do czynienia z kilkoma sztandarowymi imprezami muzycznymi, które pełniły różnorodne funkcje. Wśród nich należy wymienić: Krajowy Festiwal Piosenki Polskiej w Opolu⁷, Międzynarodowy Festiwal Piosenki w Sopocie⁸, Festiwal Piosenki Żołnierskiej w Kołobrzegu⁹ czy w Festiwal Piosenki Radzieckiej Zielonej Górze¹⁰. Wśród wymienio-

⁶CBOS, *Co zmieniło się...*, *op.cit.*

⁷Odbywający się regularnie od 1963 roku, z przerwą w 1982 roku z powodu stanu wojennego.

⁸Od 1961 roku jako Międzynarodowy Festiwal Piosenki, w latach 70. z dopiskiem Interwizja; od 1992 Sopot Festiwal.

⁹Odbywający się od 1967 do 1990; od 1969 w Kołobrzegu.

¹⁰Odbywający się w latach 1965-1989; nieudana próba reaktywacji w nowej rzeczywistości społeczno-politycznej to Festiwal Piosenki Rosyjskiej, którego pierwsza edycja odbyła się w 2008 r.

nych festiwalu muzycznych najbardziej *komercyjny* charakter miał festiwal w Sopocie, który był oknem na świat ówczesnego środowiska muzycznego i odbiorcy. Festiwale w Kołobrzegu i Zielonej Górze miały całkowicie ideologiczny charakter, choć w sferze percepcji pełniły one również, a może przede wszystkim, funkcję ludyczną.

Obecnie propozycji imprez muzycznych jest wiele. Zaspakajają one różnorodne gusty muzyczne, zarówno te masowe, jak i bardziej wyrafinowane. Do tego dochodzą różnorodne festiwale i przeglądy kabaretowe: Festiwal Dobrego Humoru, Festiwal Kabaretu w Zielonej Górze, Lidzbarskie Starcia Kabaretowe czy Mazurska Noc Kabaretowa oraz popularne wśród mas darmowe koncerty i imprezy sponsorowane przez komercyjne stacje radiowe lub organizowane z okazji jarmarków, świąt miast czy regionów, otwierania centrów i galerii handlowych.

Do kategorii rozrywki możemy także zaliczyć udział w imprezach sportowych. Zestawione dane gusowskie pozwalają na porównanie liczby respondentów, którzy w 1988 roku i 2008 roku wskazali udział w imprezie sportowej jako jednej z form spędzania czasu wolnego: i tak w 1988 roku było to 26% respondentów, zaś dwadzieścia lat później już 37% (*Rocznik GUS 1989, 2009*). Tendencję wzrostową w tym zakresie dostarczają również dane CBOS-u (CBOS 2004)¹¹. Wiąże się to zapewne z różnorodną ofertą imprez sportowych, zarówno o charakterze lokalnym, ogólnopolskim, jak i międzynarodowym.

Spotkania towarzyskie i rodzinne

Życie towarzyskie i rodzinne jest tym obszarem naszej aktywności w czasie wolnym, który w sferze intensywności zmieniał się najmniej, natomiast niewątpliwie to w tym obszarze pojawiają się obok starych, tradycyjnych form (spotkania rodzinne z okazji świąt i uroczystości rodzinno-religijnych) nowe, *kapitalistyczne* formy życia towarzyskiego. Dane CBOS-u pokazują tę względną stabilną sytuację związaną z organizacją imprez towarzyskich, gdzie największy spadek nastąpił w trudnych, początkowych latach transformacji, na które nałożyła się także trudna sytuacja na rynku pracy¹². Jak piszą autorzy tego opracowania: „Urządzanie przyjęć dla przyjaciół i znajomych jest niemal powszechnym zwyczajem w środowisku osób o wysokiej pozycji społeczno-ekonomicznej oraz wśród ludzi młodych, głównie w wieku od 25 do 44 lat. Im gorsze położenie społeczne i materialne badanych oraz

¹¹Komunikat z badań CBOS, *Uczestnictwo w kulturze i niektóre inne formy spędzania czasu wolnego w 2003 roku*, luty 2004.

¹²Komunikat z badań CBOS, *Uczestnictwo w kulturze... op. cit.*; Komunikat z badań CBOS, *Co zmieniło się... op. cit.*

starszy wiek, tym na ogół rzadsze przypadki organizowania spotkań towarzyskich. Ograniczeń takich doświadczają przede wszystkim ludzie w starszym wieku, żyjący w złych warunkach materialnych, mający podstawowe wykształcenie, renciści i bezrobotni” (CBOS 2009)¹³. Badacze do czasu spędzonego z rodziną i przyjaciółmi zaliczają również wyjścia z rodziną do restauracji. Od 1987 roku odsetki te systematycznie rosną, co może wiązać się zarówno z ich upowszechnieniem i modą na tak okazjonalne formy spotkań rodzinno-towarzyskich, jak i z pojawieniem się wielu sieciowych restauracji. Ekspansja tych placówek jest ogromna. Nowością będą tu więc wizyty w restauracjach McDonald’s, KFC czy Pizza Hut¹⁴. Z wiosennego sondażu GFK Polonia (2010) widać, że około 57% Polaków w ogóle nie jada na mieście. Ci, którzy jadają poza domem, tylko w 2% są regularnymi bywalcami knajpek i barków. Najczęściej są to pracownicy wielkomiejskich korporacji, a daniem najczęściej kupowanym przez bywalców knajpek i restauracji jest hamburger¹⁵.

Dużą zmianę w zakresie spotkań rodzinno-towarzyskich można zaobserwować nie w ich częstotliwościach, ale w formie – wraz z nowym łańcem politycznym i ekonomicznym na polskie podwórka, ogrody, balkony wdziera się grill. W sferze obyczajowej jest to przejaw dyfuzji kulturowej. To przejaw globalizacji kultury, z jej różnymi odmianami (np. amerykanizacją). Grillowanie bowiem najpierw widzimy na ekranach amerykańskich filmów i seriali, choć tam raczej ma ono postać barbecue, czego jeszcze na początku lat 90. nie do końca rozumiemy. O ile garden party, z obowiązkowym barbecue, trafia na salony i jest domeną rodzącej się klasy biznesmenów i rodzimych nuworyszów, o tyle grillowane będzie miało bardziej plebejski i powszechny charakter. Sezon na grilla rozpoczyna się wraz majówką, a kończy jesienią. Badacze zjawiska zastanawiają się, na ile jest to nowe zjawisko i efekt dyfuzji kulturowej, a na ile modyfikacja starych zachowań towarzyskich. Roch Sulima uważa, że grillowanie miało swojego poprzednika: „W gruncie rzeczy grill jest mutacją ogniska. W czasach Polski Ludowej ognisko było taką samą jak dziś plenerową biesiadą, miało ten sam wspólnotowy charakter, było miejscem nieregulamentowanej rozmowy, wspólnego śpiewu i śmiechu i tak jak dzisiaj grill ognisko, w przeciwieństwie do rodzinnego obiadu, było *dla wszystkich*, czyli dla znajomych i sąsiadów, obiad zaś jest dla swoich”

¹³CBOS, *Co zmieniło się... op.cit.*

¹⁴Pierwsza restauracja McDonald’s w Polsce została otwarta w Warszawie 16 czerwca 1992 roku, obecnie jest ich 228 (listopad 2009 r.); pierwszy KFC w Polsce pojawił się w 1993 roku (obecnie jest ich 89); pierwsza restauracja Pizza Hut powstała w Warszawie w 1992 roku.

¹⁵Dane za: J. SOLSKA, *Polski Turek jest francuski*, „Polityka” nr 28, 10 VII 2010.

(Godziejewska, Żabczyński 2008, s. 38). Zasadniczą różnicą pomiędzy nowym grillowaniem a starym ogniskiem jest jego funkcja, co podkreślają przede wszystkim harcerze, dla których ognisko zarówno w czasach PRL-u, jak i obecnie jest ciągle tym samym: „W harcerstwie ognisko jest elementem rygorystycznie przestrzegane rytuału. Stanowi centrum kręgu, jest punktem organizującym przestrzeń spotkania i jako takie nie ma nic wspólnego z przyrządzaniem posiłków. No a grillowanie to już zupełnie nieharcerska sprawa. Po pierwsze dlatego, że uchodzi za coś spoza tradycji, a po drugie kojarzy się nie tylko z jedzeniem, ale i z piciem piwa” (Godziejewska, Żabczyński 2008, s. 38).

Pojawiają się także takie teorie, które tłumaczą popularność grillowania chęcią oderwania się wielkomiejskich korporacyjnych urzędników od fast-foodowej codzienności lunchów. Ale ciekawe są również rozważania na temat popularności grillowania nie tylko wśród mieszkańców miasta (dla których jest to często pretekst wypadu za miasto, dla najbardziej zdesperowanych zostają balkony), ale może nawet bardziej, mieszkańców wsi. Jak ocenia Sulima: „[...] jest to trwający od mniej więcej ośmiu lat charakterystyczny i narastający proces. Zmieniła się nawet koncepcja wiejskiego obejścia. Wyznacza się specjalną przestrzeń do grillowania, wykładaną kostką Bau-ma i okalaną donicami z kwiatami, co przypomina ogród z folderu. Nowe stajnie i obory zostają odsunięte od domu po to, by wyeksponować widoczne z drogi czy przystanku miejsce dla grillowego relaksu. Ta przyjemność to głównie niedzielna atrakcja, bo sobota należy jednak do dyskoteki” (Godziejewska, Żabczyński 2008, s. 39). Badacze zjawiska są zgodni co to tego, że współcześnie grillowanie jest już trwałym elementem obyczajowego krajobrazu i rozpowszechniło się z uwagi na swój demokratyczny charakter. Sprzyjały temu z pewnością stosunkowo niewielkie koszty, prostota i dostępność (obecnie w każdym hipermarkecie czy na stacji benzynowej można kupić zestaw do grillowania).

Korzystanie z oferty kulturalnej

Sytuację w sferze instytucjonalnego uczestnictwa w kulturze możemy ukazać na przestrzeni minionych dwudziestu lat, odwołując się do danych gusowskich czy raportów CBOS-u (CBOS 2003, 2009)¹⁶. W tych raportach autorzy głównie zestawiają ze sobą wizyty w teatrze, kinie i czytelnictwo książek.

Dane pokazują, iż początkowy okres zmian ustrojowych wyraźnie przyczynia się do spadku wskazań wizyt w kinach, co łączy się przede wszystkim

¹⁶Komunikat z badań CBOS, *Uczestnictwo w kulturze...*, *op. cit.*; Komunikat z badań CBOS, *Co zmieniło się...*, *op. cit.*

ze zmianą finansowania tych instytucji (szersze zmiany w polityce kulturalnej) i ich masowym zamykaniu na początku lat 90. Nie było to związane jedynie sytuacją ekonomiczno-polityczną, ale przyczynił się do tego również wzrost popularności zakupu odtwarzaczy VHS w indywidualnych gospodarstwach domowych. Ostatnie dane pokazują, że w obszarze odwiedzin instytucji kultury zbliżamy się do sytuacji sprzed transformacji, ale jakże różna jest ta sytuacja. Dziś chodzimy do multipleksów, gdzie poza potrzebami duchowymi zaspokajamy potrzeby towarzysko-konsumpcyjne i, co zdaje się być najważniejsze, korzystając z nowoczesnych technologii w komfortowy sposób odbieramy filmy, które jednocześnie oglądają widzowie na całym świecie.

Autorzy raportu CBOS (CBOS 2009)¹⁷ podkreślają, że każda z tych sfer uczestnictwa w kulturze jest mocno zróżnicowana cechami społeczno-demograficznymi. W czytelnictwie książek prym wiodą ludzie najlepiej wykształceni, z wysokimi dochodami, z dużych i wielkich miast. W tym obszarze dużą aktywność przejawiają również studenci i uczniowie oraz częściej kobiety niż mężczyźni. Najrzadziej po książkę sięgają robotnicy niewykwalifikowani i rolnicy z wykształceniem co najwyżej zasadniczym oraz osoby w złej sytuacji materialnej – renciści i emeryci.

Kino jako najczęściej odwiedzana instytucja kulturalna to przede wszystkim domena ludzi młodych – głównie uczniów i studentów oraz inteligencji z wielkich miast, żyjącej w dobrych warunkach materialnych. Na uwagę zasługuje fakt, że szczególnie zmarginalizowaną grupą są tu renciści, emeryci, bezrobotni oraz rolnicy.

Dane ukazują również, że publiczność teatralna pozostaje w miarę stabilna, a nawet w ostatnich latach następuje niewielki wzrost. Wśród instytucji kulturalnych teatr (szeroko pojęty) jest raczej instytucją elitarną (w przeciwieństwie do kina), gdzie kompetencje kulturowe odbiorcy muszą być na pewnym poziomie. Choć w teatrach, zarówno tych znanych i zatrudniających znanych aktorów, jak i w tych prowincjonalnych pojawia się repertuar różnego kalibru, to wśród publiczności teatralnej dominują ludzie z dużych i wielkich miast, z wyższym wykształceniem. I jak wskazują badacze, wbrew pozorom, sytuacja w tej sferze jest o wiele bardziej złożona niż w czasach polityki kulturalnej poprzedniego systemu. „Polacy korzystają dziś z kultury o wiele intensywniej niż 20 lat temu. Po pierwsze – oferta jest większa i bardziej urozmaicona. Po drugie – dostęp do treści kultury za pośrednictwem mediów jest łatwiejszy i bardziej powszechny niż kiedykolwiek przedtem. [...] Po trzecie – można zaobserwować wzrastającą aktywność

¹⁷CBOS, *Co zmieniło się...*, *op. cit.*

twórców i odbiorców kultury nieinstytucjonalnej, samorodnej – od organizacji obywatelskich po autorskie, przez bractwa rycerskie po awangardowe grupy teatralne” (Pęczak 2009, s. 38).

Dzisiejsze czasy sprzyjają demokratyzacji kultury o tyle, o ile umożliwiają realizację swoich potrzeb kulturalnych, jednak na poziomie ich kształtowania dominuje zjawisko komercjalizacji. Wyborami odbiorców rządzi pieniądz, gdyż ludzie uczestniczą na ogół w tym, na co ich stać, choć badacze zjawiska jednak ciągle podkreślają rolę kształtowania gustów i kompetencji kulturowych. Ten finansowy udział w kulturze¹⁸ to również pewien wymiar uczestnictwa, ale z pewnymi zastrzeżeniami. Według ustaleń ekspertów ministerstwa w 2007 roku polskie gospodarstwa domowe przeznaczyły na kulturę około 300 euro, podczas gdy np. Czesi – 600 euro, Słowacy – 400 euro, a Niemcy – 1500 euro. Należy jednak wiedzieć, że w tych wydatkach na kulturę eksperci brali również pod uwagę zakupy sprzętu audio-wizualnego. Zsumowane dane potwierdzają to, co badacze stwierdzają w swych badaniach – Polacy najwięcej w kategorii „kultura” wydają na opłaty medialne (zarówno abonament radiowo-telewizyjny, jak i w większej mierze innych operatorów sieci telewizyjnych), co przekłada się na największe wskazania dotyczące właśnie spędzania czasu wolnego na oglądaniu telewizji.

Jednak badacze kultury zdają sobie sprawę z tego, że dostępne dane statystyczne absolutnie nie opisują wyczerpująco faktycznego stanu rzeczy, gdyż istnieje cały szereg działań legalnych i nielegalnych, nie mierzonych i nie badanych do tej pory, głównie z uwagi na ich nowatorski charakter. Współcześni badacze kultury i uczestnicy Kongresu Kultury, odbywającego się we wrześniu 2009 roku¹⁹ wskazują, iż w badaniach społecznych dotyczących uczestnictwa w kulturze pomija się również ofertę nieodpłatną i treści oraz wytwory kultury symbolicznej ściągnięte (legalnie lub nie) z sieci. Dlatego też w środowisku badaczy kultury coraz głośniej mówi się o stworzeniu nowego systemu wskaźników pomiaru uczestnictwa w kulturze, biorąc pod uwagę nowe formy wynikające z nowych możliwości technologicznych. Miałoby to dotyczyć również sposobu zbierania danych przez GUS.

Oglądanie telewizji

Oglądanie telewizji zajmuje najwięcej czasu w strukturze budżetu czasu wolnego respondentów. Dane tns OBOP²⁰ ukazują stabilny poziom oglądalności (od 3:16 godzin dziennie w 2004 roku do 3:26 w 2008 roku), jednak dla

¹⁸GUS, *Rocznik Statystyczny 2008*.

¹⁹Nazwiska badaczy i autorów raportów o poszczególnych sferach aktywności kulturalnej Polaków można znaleźć na stronie www.kongreskultury.pl

²⁰Dane powszechnie dostępne na www.tnsobop.pl

badacza istotne jest również to, co respondenci oglądają. Dane potwierdzają, że ciągle liderem jest TVP 1 (23,3% odbiorców), następna jest publiczna „dwójka” (16,7%). Kolejne dwie pozycje zajmują liderzy stacji komercyjnych: Polsat – 15,6% oraz TVN – 14,9%. Stan obecny jest konsekwencją dwóch zdarzeń: pojawienia się telewizji w połowie XX wieku i transformacji systemowej lat 90.

Pojawienie się telewizji i domowych odbiorników telewizyjnych przyczyniło się na całym świecie do przekroczenia drugiego progu umasowienia kultury i na zawsze zmieniło już sposoby spędzania czasu wolnego. W Polsce Doświadczalna Stacja Telewizyjna IŁ nadała program informacyjny 25 października 1952 roku. Od kwietnia 1955 roku podjęto nadawanie programu dwa razy w tygodniu. Wzrastała też lawinowo liczba odbiorników w Polsce. W 1953 roku było ich 80, w 1955 roku – 10 tysięcy. Telewizja w Polsce zaczęła się od teatru i filmu, a dopiero później odkryto w niej fenomen informacyjno-publicystyczny. Na początku 1963 roku w Polsce zarejestrowano milionowego abonenta, a maksymalna oglądalność programów wynosiła około 4 milionów. Początek tej dekady upłynął pod znakiem utworzenia programu drugiego telewizji, który miał być uzupełnieniem programu pierwszego. Jednak przełomem w działalności TV, szczególnie drugiego programu, był blok programów Studio 2, który zdominował telewizję swoim rozmachem, oryginalnością, luzem w porównaniu do innych pozycji. Zawsze nadawany w wolne soboty, zawierał różnorodną ofertę programów studyjnych i seriali. Studio 2 prowadzili Bożena Walter, Tomasz Hopfer i Edward Mikołajczyk, a później Tadeusz Sznuć. Szefem programowym był Mariusz Walter. Znamienne jest dziś, że to właśnie państwo Walter stworzą wiele lat później jedną z najpopularniejszych stacji komercyjnych – TVN i grupę medialną ITI. Koniec dekady lat 70. przyniósł eksplozję polskich seriali, w tym między innymi: *07 zgłoś się*, *Dom*, *Daleko od szosy* i *Polskie drogi*, które do tej pory powtarzane są przez telewizję publiczną i stacje komercyjne. W latach 80. polska widowia telewizyjna oszałała na punkcie zagranicznych telenowel – *Niewolnica Isaura* wykazywała 89-procentowy udział w widowni. Telewizja w latach 80. poniosła jednak straty, długo odbudowywała się po stanie wojennym, w którym funkcjonowała jako narzędzie propagandy i była bojkotowana przez środowiska intelektualistów. Od 1985 roku telewizja jako instytucja wraca do względnej równowagi, ale służalczość wobec władzy w czasie stanu wojennego spowodowała utratę autorytetu *Dziennika*. W końcu lat 80. 3/5 społeczeństwa szukało już informacji w zachodnich mediach, a na widnokręgu pojawiły się anteny satelitarne, które przełamały monopol informacyjny telewizji publicznej. Nieuchronnie wraz ze zmianami politycznymi zbliżały się również zmiany w sferze mediów. Z dniem 5 grud-

nia 1992 roku ruszyła pierwsza komercyjna ogólnopolska telewizja – Polsat, która początkowo nadawała cztery godziny na dobę, a od 1994 roku nadaje już 16 godzin na dobę. Jest to o tyle ważny moment dla rynku medialnego i odbiorców, że od tej pory widz ma większy wybór, a Polsat zdaje się zaspokajać i jednocześnie kształtować gust masowej publiczności, ze wszystkimi jej cechami definicyjnymi.

I mimo iż Polak przed transformacją i po transformacji spędza podobnie dużo czasu przed telewizorem, to jakościowo jest to zupełnie inny sposób odbioru: telewizja w czasach PRL-u (a zwłaszcza od lat 70.) nadaje w myśl hasła: *wszystko dla wszystkich*. Obecnie, w czasach różnorodności stacji i kanałów, dostępu do kanałów tematycznych, nadaje w myśl hasła: *coś dla każdego*.

Korzystanie z internetu w celach pozazawodowych

Korzystanie z internetu w celach pozazawodowych jest nowym obszarem badawczym, który pojawia się dopiero od kilku lat w opracowaniach dotyczących czasu wolnego. Wg danych CBOS (CBOS 2009)²¹ odsetek osób mających komputer osobisty i dostęp do internetu systematycznie rośnie. W 2002 roku dane wskazywały na 13% użytkowników internetu, w 2009 już 56%. Jest to zapewne związane z rewolucją informatyczną i rozwojem społeczeństwa informacyjnego. Równie szybko rosła liczba posiadaczy komputerów: z 27% w 2002 roku do 65% w roku 2009. Badacze CBOS dopiero od 2006 roku diagnozują sposoby korzystania z internetu w celach pozazawodowych, lokując to w problematyce czasu wolnego. W raporcie z badań, do których wielokrotnie się już odwoływano (CBOS 2009)²² dane z tego obszaru pokazują systematyczny wzrost tych działań: w 2006 roku 35% respondentów zadeklarowało korzystanie z internetu w celach pozazawodowych, w 2007 było to 40%, a rok później – 52%. Można więc stwierdzić, że jest to jeden z najnowszych obszarów badawczych, a różnorodność możliwych form użytkowania internetu stawia również przed badaczami nowe wyzwania metodologiczne. Dane ukazują (CBOS 2009)²³, że prawie połowa ankietowanych używa internetu co najmniej raz w tygodniu. Wśród czynników determinujących częstotliwość i sposoby korzystania z sieci z pewnością jednym z ważniejszych jest wiek. Badacze wskazują, że wiek graniczny to 45 lat. Z badań wynika, że mniej niż połowa respondentów w wieku 65 lat i więcej, mających w gospodarstwie domowym dostęp do sieci, korzysta z tego. Jednocześnie inna zmienna – wykształcenie różnicuje tę sferę aktywno-

²¹CBOS, *Korzystanie z Internetu*, Warszawa, lipiec 2009.

²²CBOS, *Co zmieniło się...*, op. cit.

²³CBOS, *Korzystanie z Internetu*, op. cit.

ści. Osoby, które mają wykształcenie podstawowe i zawodowe w większości nie mają styczności z siecią. Wśród form korzystania z internetu (w celach pozazawodowych) jedną z dominujących są zakupy. Wg tego raportu, co trzeci dorosły Polak kupił coś za pośrednictwem sieci. Najczęściej kupowano odzież, obuwie, sprzęt elektroniczny.

To, co można ulokować wyraźnie w sferze czasu wolnego w kontekście kontaktów z siecią, sprowadza się do kilku działań: aktywności w serwisach społecznościowych, korzystania z internetowych form mass mediów oraz bliżej niezbadana sfera korzystania z filmów i muzyki.

Aktywność w serwisach społecznościowych deklarują głównie młodszy użytkownicy sieci. Jak obrazują dane (CBOS 2009)²⁴, zdecydowana większość respondentów poniżej 25. roku życia i połowa osób w przedziale wiekowym 25-34 lat deklaruje posiadanie profilu na jakimś portalu społecznościowym. W grupie wiekowej 65 lat i więcej takich wskazań mamy na poziomie 1%. Ciekawe wydają się motywy ankietowanych, którzy wskazują przede wszystkim chęć utrzymywania kontaktów ze znajomymi (56%) oraz odnowienie dawnych znajomości (50%). Kolejna interesująca kwestia dotyczy kontaktów z mass mediami w sieci. Większość internautów (57%) oraz 28% ogółu dorosłych Polaków czyta internetowe wersje gazet i czasopism; 20% ogółu użytkowników sieci słucha przez internet radia, a 18% ogląda filmy, seriale lub telewizję. W przypadku internautów dane te są z reguły o 20 procent wyższe.

Ostatnią interesującą kwestią jest bardzo lakoniczna informacja ww. raportu, dotycząca korzystania z darmowych programów, muzyki, ściągania filmów – badacze wskazują, że takie formy działania wskazała blisko jedna piąta ogółu respondentów, przy czym autorzy badania zaznaczają, iż nie pytano ankietowanych, czy robili to legalnie. I wydaje się, na co wskazywali również inni badacze, iż to jest właśnie ten obszar aktywności Polaków, który wymagałby dokładniejszych badań, z wypracowaniem jakichś nowych procedur metodologicznych.

Zakończenie

Sposoby spędzania czasu wolnego przez Polaków z perspektywy przemian społeczno-politycznych odzwierciedlają rozwój wzorów kultury konsumpcyjnej w społeczeństwie. Przytoczone dane statystyczne ukazują, iż w wielu obszarach sama statystyka nie wystarcza, by stwierdzić zmiany (np. uczestnictwo w kulturze czy spotkania rodzinno-towarzyskie). Dopiero głębsza analiza i ukazanie jakości tych działań pozwalają stwierdzić, że czas wolny

²⁴ *Ibidem.*

Polaków z perspektywy rzeczywistości PRL-u i III RP to inne style życia, bogatsza oferta, większy dostęp do różnorodnych treści, upowszechniane wzory globalnej kultury konsumpcyjnej. Jest to oczywiście zróżnicowane zmiennymi społeczno-demograficznymi, ale należy stwierdzić, iż homogeniczna kultura Peerelu została zastąpiona różnorodną ofertą kulturową, często precyzyjnie ukierunkowaną. Współcześnie, obok homogenicznych treści kultury masowej, mamy również różnorodne treści kultury popularnej i elitarnie treści kultury wyższej. Dziś mamy po prostu wybór.

Literatura

- GODZIEJEWSKA A., ŻABCZYŃSKI M. (2008), Świeżo upieczona demokracja, „Polityka”, nr 30.
- KŁOSKOWSKA A. (2007), Socjologia kultury, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- ORŁOWSKA M. (2007), Przymus bezczynności, APS, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- PĘCZAK M. (2009), Polak (bardziej) kulturalny, „Polityka”, nr 20.
- SOLSKA J. (2010), Polski Turek jest francuski, „Polityka”, nr 28.

Wykorzystane dane zastane

- CBOS, Najdłuższy weekend nowoczesnej Europy, Warszawa, maj 2001.
- CBOS, O aktywności fizycznej Polaków, Warszawa, styczeń 2003.
- CBOS, Uczestnictwo w kulturze i niektóre inne formy spędzania czasu wolnego w 2003 roku, Warszawa, luty 2004.
- CBOS, Co Polacy robią w czasie wolnym, Warszawa, sierpień 2006.
- GUS, Rocznik Statystyczny 2008.
- CBOS, Co zmieniło się w stylu życia Polaków w ostatnim dwudziestoleciu?, Warszawa, luty 2009.
- CBOS, Korzystanie z Internetu, Warszawa, lipiec 2009.

Beata Trzop

**THE POLES' LEISURE TIME FROM THE VIEWPOINT OF SOCIAL
AND POLITICAL CHANGES: FROM A BONFIRE TO A BARBECUE**

Abstract

The article presents changes that have occurred in the past 20 years in the field of leisure time of the Poles. Both the issue of changes in the very amount of free time as well as the ways of spending it by representatives of different social categories appear interesting. The article contains existing data illustrating various ways of spending leisure time, i.e., active (e.g., sports, family and friends meetings) and passive (e.g., watching TV, browsing the Internet) both before the transformation period and within the last 20 years. The scope conveys also participation in culture—both institutionalised as well as home originated. The fundamental thesis of the article is the assumption that in the past 20 years the Poles have adopted global models of spending leisure time, promoted in the media, which is simply put in the paper subtitle—from a bonfire to a barbecue.