

STELLA KACZMAREK

## SOCJALIZACJA A PREFERENCJE MUZYCZNE. CZY KIEDYŚ ZABRAKNIE CHĘTNYCH NA KONCERTY MUZYKI KLASYCZNEJ?

### PREFERENCJE MUZYCZNE

Preferencje muzyczne w istotny sposób wpływają na rozwój i przyszłość rynku muzycznego w Polsce. Celem artykułu jest przedstawienie sytuacji odbiorców muzyki w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem relacji różnych grup społecznych do muzyki klasycznej. Faktem jest, że z wiekiem pozostajemy wierni swoim (ukształtowanym już w okresie wczesnej młodości) preferencjom muzycznym, co oznacza, że preferencje te są zazwyczaj stabilne w cyklu życia. Ogólnoświatowy trend pokazuje, że z każdym pokoleniem wzrasta wiek odbiorców muzyki klasycznej. Jeżeli zatem ktoś wyrastał w domu rodzinnym, w którym rozbrzmiewała muzyka klasyczna, to prawdopodobnie także w życiu dorosłym będzie rozwijać wspomniane preferencje, co potwierdzają przytaczane wyniki badań (de Haan i Knulst). Innego zdania jest Rainer Dollase (35), który uważa, że preferencja dla odmian muzyki klasycznej to nie kwestia pokolenia, ale to kwestia wieku; muzykę klasyczną w rzeczywistości doceniają w większości dojrzały słuchacze, czyli osoby po 50. roku życia. Zanim jednak słuchacz wejdzie w wiek dorosły, ma uformowane niektóre preferencje muzyczne. Wpływ na nie mają zarówno określone cechy osobowościowe, proces socjalizacji, jak i szereg innych czynników, w tym m.in. środowisko rodzinne i społeczno-kulturowe (Levitin 250-251).

---

Dr STELLA KACZMAREK – Akademia Muzyczna im. Grażyny i Kiejstuta Bacewiczów w Łodzi, Katedra Edukacji Muzycznej; e-mail: [stella.kaczmarek@amuz.lodz.pl](mailto:stella.kaczmarek@amuz.lodz.pl); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4509-5790>.

STELLA KACZMAREK, PhD – the Grazyna and Kiejstut Bacewicz University of Music in Lodz, Department of Music Education; e-mail: [stella.kaczmarek@amuz.lodz.pl](mailto:stella.kaczmarek@amuz.lodz.pl); ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4509-5790>.

Badacze zwracają uwagę, że „polski gust muzyczny (...) jest bardzo tradycyjny. Słuchamy niemal wyłącznie muzyki popularnej, z czego większość stanowią wykonawcy i zespoły polskie, często te powstałe wiele lat temu” (Bachórz i in. 48). Innymi słowy: Polacy słuchają przede wszystkim muzyki popularnej, rodzimej, często wykonywanej przez muzyków będących wiele dekad na scenie (*Muzyczny portret Polaków; Muzyczne upodobania Polaków*). Do najbardziej popularnych gatunków muzyki słuchanej przez Polaków należą: pop (36%), rock/punk (33%), następnie „popularna muzyka taneczna” (11%), dance, disco polo, muzyka biesiadna i techno; a dopiero na kolejnej pozycji pojawia się muzyka klasyczna (*Słuchanie muzyki*).

### SŁUCHALNOŚĆ MUZYKI KLASYCZNEJ

W badaniach CBOS przeprowadzonych w 2019 r., dotyczących preferencji muzycznych dorosłych Polaków, okazało się, że muzyka klasyczna (poważna) jest słuchana przez 12% polskiego społeczeństwa (*Słuchanie muzyki*). Dwa razy wyższy wynik procentowy uzyskała szeroko rozumiana muzyka rozrywkowa (muzyka popularna, znane przeboje – 29%), natomiast muzyka jazzowa uzyskała jedynie 5% wskazań. W tym badaniu muzyka klasyczna zajmowała czwarte miejsce w rankingu. Podobne badanie przeprowadzone w 2007 r. pokazało, że spośród wielu gatunków muzykę klasyczną wybrało jedynie 15% badanych, co dało temu obszarowi muzyki szóste miejsce, po takich gatunkach jak pop, rock, disco-polo, muzyka filmowa i muzyka relaksacyjna (*Muzyczny portret Polaków 2*). W analogicznych badaniach w 2018 r. było to 18,9% badanych.

Natomiast w badaniu dotyczącym preferencji i antypreferencji muzycznych „Dystynkcje muzyczne” (Domański i in.) właśnie muzyka klasyczna zyskała 53% ale negatywnych wskazań (z czego 22% stanowi odpowiedź „zdecydowanie nie lubię”). Oznacza to, że prawdopodobnie  $\frac{1}{4}$  społeczeństwa polskiego nigdy nie słuchała i nie będzie w przyszłości słuchała muzyki klasycznej. Już wyniki badań TNS OBOP (2002) i TNS Pentor (2006) z początku XXI wieku mówią, że około 65% Polaków „nie lubi” muzyki klasycznej. Natomiast w badaniu GUS przeprowadzonym w 2010 r. okazało się, że istnieje pewna grupa ( $\frac{1}{6}$ ) społeczeństwa polskiego, która w ogóle nie słucha muzyki (17,01%), tym bardziej klasycznej (*Konsumpcja muzyki*).

W 2016 r. Instytut Muzyki i Tańca zlecił Centrum Badania Opinii Społecznej badanie opinii społecznej dotyczącej słuchania muzyki. Pytanie badawcze dotyczyło tego, jak często Polacy słuchają muzyki klasycznej oraz tradycyjnej.

Wyniki badania pokazały, że – podobnie jak we wcześniejszych latach – istnieje w Polsce silna grupa „przeciwników” muzyki klasycznej, stanowiąca około 40% ankietowanych. Grupa ta zadeklarowała, że w ubiegłym roku w ogóle nie słuchała tego rodzaju muzyki (w 2015 r. było to aż 50,9%, a w 2014 r. – 47,6%; *Wyniki badania omnibusowego*). Główna grupa słuchaczy muzyki klasycznej, stanowiąca około 18% społeczeństwa, słucha muzyki klasycznej regularnie („engen Besuchspotenzial”<sup>1</sup>, Nauhoff). I taki właśnie odsetek respondentów (18,2%) słuchał w 2016 r. muzyki klasycznej na koncercie, czyli był co najmniej raz w filharmonii lub innej sali koncertowej (w 2015 r. ten odsetek wynosił 13,1%, w 2014 r. – 18,9%, a w 2013 r. – 17,4%). Istnieje także „szeroki elektorat poparcia”, który w Polsce stanowi około 1/3 społeczeństwa (30%), słuchający muzyki klasycznej od czasu do czasu, np. rzadziej niż raz w roku (*Słuchanie muzyki*)<sup>2</sup>.

Z przeprowadzonych badań wynika, że 1/4 polskiego społeczeństwa (23-26%) uczęszcza regularnie na różnego rodzaju koncerty muzyki – nawet kilka razy w roku. W przynajmniej jednym koncercie w roku wzięło udział niemal 2/5 Polaków (39% w 2016 r., 44% w 2018 r.) (por. *Kompleksowe badanie polskiego rynku muzycznego* 48). Jeżeli jednak dokładnie przyjrzymy się temu, na jakie koncerty ci respondenci uczęszczają, to okaże się, że koncerty muzyki klasycznej stanowią jedynie 9,3% wszystkich wskazań. W przeciwieństwie do koncertów muzyki klasycznej na koncerty rockowe chodzi nieco ponad 13%, na jazzowe – 7%, disco – 7,6%, a na koncerty popowe – 12,2%. Oprócz koncertów muzyki klasycznej 9,4% melomanów chodzi na spektakle operowe, a 6,4% na spektakle baletowe (kategorie od „rzadko” do „jeden raz w miesiącu”) (*Wyniki badania omnibusowego*). Podobne można odczytać z analizy GUS z 2019 r., wedle której na koncerty muzyki klasycznej do filharmonii wybrało się 8,3%, a na innego rodzaju koncerty 19% badanych (*Uczestnictwo ludności w kulturze w 2019 roku*).

Jeżeli przyjrzymy się publiczności uczęszczającej na koncerty muzyki klasycznej, to okaże się, że przeważają w nich starsze generacje. Średni wiek obliczony dla melomana muzyki klasycznej wynosi obecnie około 53 lata. Na koncercie muzyki symfonicznej spotkamy zatem najprawdopodobniej osoby w wieku 50-60 lat, natomiast na koncercie muzyki współczesnej (awangardowej) – o 10 lat młodsze (Hamman 11; Kreutz i in. 11). Poza tym na koncerty muzyki klasycznej udają się przede wszystkim osoby z wyższym wykształceniem, czynne zawodowo, z wysokim potencjałem kulturowym, mieszkające w większych miastach, co potwierdza GUS, które zostało przeprowadzone na przełomie

<sup>1</sup> Zob. także: Hamann; Kreutz i in.; Gembris i in.

<sup>2</sup> Badanie zostało przeprowadzone metodą CAVI, na liczącej 1136 osób reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

grudnia 2009 i stycznia 2010 r. i badania OPOB z 2012 r. Według tego raportu słuchanie muzyki klasycznej było najwyższe w grupie osób z wykształceniem wyższym (38,31%), najniższe zaś w grupie z wykształceniem podstawowym (7,32%) (*Uczestnictwo w kulturze* 300).

Aby prawidłowo przewidzieć kierunek zmian w uczestnictwie w kulturze wysokiej w naszym kraju, warto spojrzeć na naszych zachodnich sąsiadów. W Niemczech owe zmiany już powoli zmieniają rynek koncertowo-muzyczny. Z reprezentatywnych badań przeprowadzonych w XXI wieku w Niemczech (m.in. Hamann; Kreutz i in.) wynika, że średni wiek słuchaczy koncertów wynosi od 53 do 60 lat (Mende i Neuwöhner 13). Według badań Hamanna (2008 i 2005 r.) średni wiek słuchaczy muzyki klasycznej rósł w ostatnich dwudziestu latach trzykrotnie szybciej (o około 11 lat) niż średni wiek populacji (o około 3,4 roku). Już teraz w grupie „fanów” muzyki klasycznej prawie co druga osoba należy do grupy rencistów bądź emerytów. Problem starzenia się publiczności w filharmoniach i teatrach operowych nie wynika z tego, że dorośli wraz z wiekiem odkrywają u siebie upodobanie do muzyki klasycznej (choć tak może się zdarzyć w niektórych przypadkach) (Gembris 67). Jest to głównie efekt długofalowy, związany z lepszą socjalizacją muzyczną tych pokoleń w młodości, amatorskimi tradycjami muzycznymi oraz dobrze prowadzoną edukacją muzyczną w szkołach podstawowych po II wojnie światowej.

Oprócz wieku ważnymi determinantami postaw wobec muzyki klasycznej są także płeć, wykształcenie i środowisko kulturowe. Jeżeli chodzi o płeć, to wśród preferujących ten rodzaj muzyki przeważają kobiety. Słuchaczy koncertów muzyki klasycznej cechuje przy tym duże zainteresowanie innymi działaniami kulturalnymi (np. teatr, kino, malarstwo, grafika). Na koncerty przychodzą głównie dla przyjemności, czyli celem przeżycia czegoś wyjątkowego, czy też z chęci poszerzenia swoich horyzontów. Są to zazwyczaj osoby z wyższą pozycją społeczną, tj. z wyższym wykształceniem, zamieszkujące duże miasta, osiągające wyższe dochody, chętniej konsumujące wytwory artystyczne (por. Szpunar 28).

Badając uczestników kultury w większych miastach Polski (takie jak Warszawa czy Kraków), można na podstawie raportów zbudować charakterystykę odbiorców kultury. Jak się okazuje, jest to częściej kobieta w średnim wieku z wyższym wykształceniem, pracująca w edukacji, kulturze lub jako specjalista, o stosunkowo dobrej sytuacji materialnej (*Krakowski odbiorca kultury*). Blisko połowa badanych warszawiaków (46%) w ciągu ostatnich 12 miesięcy była na koncercie, przedstawieniu operowym lub baletowym. Wprawdzie największą popularnością cieszyły się koncerty organizowane na Stadionie Narodowym (31%, w tym osoby w wieku 15-24 lata – 59%), ale słuchacze wybierali także

koncerty/przedstawienia w Teatrze Wielkim Operze Narodowej (14%) czy Filharmonii Narodowej (13%), przy czym najczęściej były to osoby w wieku 55-70 lat (48%) (*Uczestnictwo mieszkańców Warszawy w kulturze*). W przeciwieństwie do innych miast w koncertach muzyki klasycznej odbywających się w stolicy chętnie uczestniczą także osoby młode (uczniowie, studenci) oraz osoby przyjezdne (spoza Warszawy).

#### RAPORTY DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI KONCERTOWEJ / MUZYKI KLASYCZNEJ

W latach 2016-2018 odbyło się w Polsce 200 tys. koncertów muzycznych i ponad 150 tys. innych imprez muzycznych (*Kompleksowe badanie polskiego rynku muzycznego* 49). Większość odbywających się w Polsce koncertów to koncerty muzyki popularnej, rockowej, klasycznej oraz jazzowej, które łącznie stanowią 62% rynku koncertowego. Resztę stanowią koncerty muzyki disco-polo oraz muzyki elektronicznej. Jedną trzecią wszystkich badanych koncertów muzycznych – zwłaszcza muzyki etnicznej, pop czy rockowej, stanowią koncerty plenerowe (np. organizowane przez miasta) z darmowym wstępem (niebiletowane). Większość koncertów organizowanych w Polsce jest jednak biletowana, a ich koszt nie przekracza 50 PLN za bilet (koncerty muzyki klasycznej, piosenki literackiej). Bilety droższe (do 150 PLN, np. koncerty muzyki elektronicznej, przedstawienia operowe, baletowe) stanowią niewielki odsetek (54%). Trzeba przy tym pamiętać, że większość koncertów muzyki klasycznej w Polsce jest jednak biletowana.

Koncerty muzyki klasycznej są organizowane często także na imprezach masowych czy też festiwalach muzycznych (np. Sacrum Profanum, Festiwal Beethovenowski). Oprócz filharmonii i innych instytucji muzycznych organizatorami koncertów muzyki klasycznej są także domy kultury, kluby i świetlice, które w latach 2016-2018 zorganizowały łącznie ponad 111 tys. koncertów (*Kompleksowe badanie polskiego rynku muzycznego* 65).

#### BADANIA DOTYCZĄCE PUBLICZNOŚCI KONCERTÓW MUZYKI KLASYCZNEJ

Prognozy przedstawione przez T.K. Hamanna, dotyczące słuchalności muzyki w 2040 r., pokazują, że już za dwadzieścia lat rynek koncertowy stanie o wiele

bardziej zróżnicowany. Wynika to m.in. z faktu bardzo szybkiego rozwoju i powstawania nowych gatunków/stylów muzycznych w XXI wieku. Pokolenie obecnych 65-latków jest zorientowane na takie gatunki, jak muzyka klasyczna, opera/operetka, muzyka świata czy jazz. W następnym pokoleniu (w następnych grupach kohortowych) kultura muzyczna będzie zorientowana głównie na pop/rock, zarówno ten międzynarodowy, jak i rodzimy. Wynika to z faktu, że prawie 95% osób urodzonych w latach 70. (oraz później) słucha – mniej lub bardziej regularnie – muzyki rozrywkowej (pop/rock). Istotną rolę w przyszłości (czyli w następnych dwudziestu latach) będą odgrywały nowe kierunki i nurty w muzyce, których jeszcze nie znamy (Hamman, „Musikkultur”).

Tym, co może martwić, jest fakt, że aktualne instytucje kultury (filharmonie, teatry muzycznej i operetkowe) i preferowane przez nie gatunki muzyczne (muzyka klasyczna, opera czy operetka, a nawet muzyka ludowa) będą stanowiły gatunki niszowe, w które będą miały coraz mniej słuchaczy. Według symulacji komputerowej przeprowadzonej przez Hamanna (2005) publiczność muzyki klasycznej w ciągu najbliższych trzydziestu lat zmniejszy się o około 36%. Już do 2020 r. w Niemczech był zauważalny spadek liczby słuchaczy koncertów klasycznych o około 18%, czyli prawie o 7 mln osób.

Heiner Gembris, w swoim tekście omawia sytuację niemieckiego rynku muzycznego, z którym w Polsce zetkniemy się za około dwadzieścia lat (Gembris). Analizując zależności między liczbami koncertów i uczestniczącej w nich publiczności w latach 1997-2007 w Niemczech, dochodzi do wniosku, że coraz więcej wydarzeń muzycznych konkuruje o kurczącą się liczbę publiczności. Wynika to z danych, w których w omawianym okresie liczba koncertów zwiększyła się o 57%, a liczba publiczności jedynie o 18%. Jak pokazują statystyki, inna jest sytuacja teatrów muzycznych (i podobnych instytucji muzycznych), gdzie w analogicznym okresie w Niemczech liczba przedstawień muzycznych zmalała o 17,5%, a liczba publiczności nawet o 23%.

#### ZNACZENIE KULTURY WYSOKIEJ I MUZYKI KLASYCZNEJ

Kultura wysoka, do której zalicza się muzykę klasyczną, wymaga innych kompetencji i spełnia inną funkcję niż muzyka rozrywkowa (popularna). Prezentuje to poniższa tabela (nr 1), która różnicuje kulturę wysoką i kulturę popularną (w tym oczywiście takiego rodzaju muzykę), obecnie powszechnie „konsumowaną” np. przez młodzież (*Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych online*).

Tabela 1. Wymagania i funkcje kultury wysokiej oraz popularnej

<b>Kultura wysoka</b>	<b>Kultura popularna</b>
wymaga od odbiorcy dużego zaangażowania	wymaga od odbiorcy mniejszego zaangażowania
udział raczej planowany	udział w większości spontaniczny, ale nie zawsze
przyciąga specyficznego odbiorcę – osobę, która uczestnicząc w działaniach kulturalnych, chce wzmocnić swoje kompetencje	przyciąga szerokie grono odbiorców
pełni funkcje edukacyjne, ma prowadzić do refleksji	pełni przede wszystkim funkcję rozrywkową, wywołuje uczucie przyjemności
ponadczasowa, wzniosła, poruszająca	popularna, aktualna, modna, prosta, powszednia
cel: przełamywanie konwencji	cel: konwencjonalny repertuar
cechy: elitarność, trudność, przeżycie	cechy: popularność, łatwość, przyjemność
delektowanie się	konsumpcja
uniwersalny przekaz	personalizowany przekaz
angażuje mniejsze grono odbiorców, odbiorca wyselekcjonowany	angażuje szersze grono odbiorców, odbiorca masowy
rodzaj: przedstawienie teatralne, koncert, wizyta w muzeum, performance	rodzaj: serial w streamingu, posty w mediach społecznościowych, webinaria

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych* 32-33 oraz Draus 57.

Z przedstawionej tabeli wynika, że kultura wysoka nie jest przeznaczona dla szerokich mas publiczności, wymaga większej koncentracji i skupienia, a co ważniejsze – umiejętności refleksji i analizy. Przeznaczona jest przede wszystkim dla osób, które chcą się czegoś dowiedzieć, poszerzyć swoją wiedzę i horyzonty oraz w sposób atrakcyjny, a zarazem wymagający, spędzić czas. Kultura popularna natomiast skierowana jest do szerokiego grona amatorów, wywodzących się ze średnich warstw społecznych, oraz – gdy chodzi o muzykę – zaspokajają zapotrzebowanie na utwory o lżejszym charakterze. Według Marka Jezińskiego „muzykę popularną można zatem zdefiniować jako typ różnorodnej gatunkowo muzyki nastawionej na masowego odbiorcę, trafiającej w uśrednione gusta publiczności, pełniącej funkcje rozrywkowe, estetyczne i integracyjne” (14).

Zdaniem Theodora W. Adorno dochodzi do regresji odbioru muzyki w społeczeństwie oraz preferowania „zbanalizowanych i pozbawionych głębszej treści, masowych produktów muzycznych” (391). Aby zrozumieć kulturę wysoką

i muzykę klasyczną, potrzebna jest umiejętność „dekodowania określonych treści muzycznych, porządkowania ich, zdolnością kategoryzowania ich w ramach określonych gatunków i stylów muzycznych (Schütz 228). Podobnego zdania jest Pierre Bourdieu, dla którego obcowanie ze sztuką wyższą, posiadanie kompetencji estetycznych, znajomość muzycznych zagadnień, a także wyrobiony smak w tym zakresie to istotne elementy szeroko pojmowanej „kultury muzycznej” (Bourdieu 27; Jabłońska 117). Być może zatem te umiejętności stają się zbyt „elitarne” w naszym społeczeństwie i coraz trudniej jest stworzyć, jak uważa Alfred Schütz, „akt komunikacyjny” oraz odkrywanie istoty muzyki oraz jej znaczenia, które „mogą zostać uchwycone jedynie poprzez [...] zanurzenie się w jej dynamicznym przebiegu, poprzez odtworzenie artykułowanych zdarzeń muzycznych w taki sposób, w jaki ujawniają się one [...] krok po kroku” (235).

#### ROLA EDUKACJI KULTURALNEJ I SOCJALIZACJI

Dominującą dzisiaj częścią publiczności koncertów muzyki klasycznej (symfonicznych) są osoby zaawansowane wiekowo, co prawdopodobnie wynika to z procesu socjalizacji muzycznej – przygotowania muzycznego i edukacji muzycznej. „Starsze” pokolenia (obecnych 70-latków), które za młodu nie знаły współczesnej muzyki rozrywkowej (bo jej wtedy nie było) zostały wychowane w duchu muzyki klasycznej, ponieważ była ona mocno osadzona w ogólnym kanonie muzyki. Dużą rolę odegrało w tym procesie radio, które po wojnie propagowało ten rodzaj muzyki. Kolejne pokolenia (np. obecnych 50-latków) doświadczyły zupełnie innej socjalizacji muzycznej, w której główną rolę odgrywa muzyka popularna, tj. pop i rock, a nie muzyka klasyczna. Znaczy to, że związek młodych ludzi z muzyką klasyczną wykazuje tendencję do zanikania (Gembris 67-68; Pałosz 157). Zdaniem Heinera Gembrisa „im młodsza grupa wiekowa, tym mniejsze zainteresowanie muzyką klasyczną” (67; zob. też Behne). W ciągu nadchodzących trzech dekad w najmłodszych grupach wiekowych naszego społeczeństwa znacząco spadnie odsetek osób wymieniających muzykę klasyczną jako swoją główną preferencję (Parus-Jankowska i Nożyński).

Dla muzycznej socjalizacji oraz tworzenia się gustu muzycznego ogromne znaczenie ma zwłaszcza okres szkolny i studencki (od 5 do 24 roku życia). Początek socjalizacji muzycznej jest określaną na 10-13 rok życia. W tym czasie kształtują się zainteresowania muzyczne, wzory odbioru muzyki (*Rezeptionsmuster*) oraz otwartość na różne gatunki muzyczne. Osoby, które dzisiaj chodzą na koncerty muzyki klasycznej, to przeważnie osoby, które według Güntera



Kreuza w 94% miały przed 20 rokiem życia swoje pierwsze doświadczenia koncertowe, zainicjowane przez rodzinę (50%), przyjaciół (20%) albo z własnej potrzeby (10%). Ważny jest przy tym fakt, aby w czasie „tego” pierwszego koncertu słuchana była muzyka klasyczna (70%) (15).

Proces muzycznej socjalizacji wzmacniają silne muzyczne tradycje rodzinne, wspólne muzykowanie, nauka gry na instrumencie bądź nauka śpiewu, duża muzyczna aktywność własna bądź udział w grupie muzycznej (Eckhardt, Pawlitza i Wingasse 276; Oehmichen 8). Muzyki klasycznej słuchają z większym prawdopodobieństwem uczniowie szkół muzycznych oraz studenci szkół artystycznych. Podsumowując, zdaniem Anette Mende i Ulricha Neuwohnera „Możliwość własnej działalności muzycznej oraz możliwość obcowania z muzyką klasyczną poprzez koncerty, media, w domu i w szkole to ważne aspekty socjalizacji muzycznej” (14)<sup>3</sup>. Niestety – jak już wspomniano – współczesna socjalizacja muzyczna naszego społeczeństwa nie zawsze obejmuje muzykę klasyczną.

Z dostępnych opracowań można wnioskować, że do najważniejszych czynników prowadzących do dystansu i braku zainteresowania muzyką klasyczną należą: (1) brak znajomości i muzycznej socjalizacji dalekiej od muzyki klasycznej, (2) brak subiektywnie pozytywnych lub negatywnych doświadczeń z muzyką klasyczną, (3) brak informacji, (4) żywe środowisko, w którym muzyka klasyczna prawie nie odgrywa roli, (5) brak atrakcyjności emocjonalnej i (6) (negatywny) obraz muzyki klasycznej (Gembris 74-76).

Reasumując, z opracowań duetu Mende i Neuwöhner możemy wywnioskować, że „bliskość muzyki klasycznej ma wiele wspólnego z odpowiednią socjalizacją muzyczną, z doświadczeniami muzycznymi w dzieciństwie i okresie dojrzewania. Pod tym względem część dzisiejszego starszego pokolenia była znacznie silniej i intensywniej konfrontowana z muzyką klasyczną niż dzisiejsza młodzież. W szczególności popularna muzyka klasyczna była mocno osadzona w ogólnym kanonie muzyki” (247)<sup>4</sup>.

Muzyka klasyczna, zdaniem Heinera Gembrisa, potrzebuje ukierunkowanego przekazu, aby unowocześnić swój wizerunek i zwiększyć jej akceptację wśród młodszych pokoleń (76). Trudno będzie jednak to uczynić, jeżeli wśród młodego

<sup>3</sup> Tłumaczenie własne – S.K.: „Die Gelegenheit zu eigenen musikalischen Aktivitäten und die Möglichkeiten, über Konzerte, Medien, Elternhaus und Schule mit Klassik im Kontakt zu kommen, sind wichtige Aspekte der Musiksozialisation” (tłum. własne – S. K.).

<sup>4</sup> Tłumaczenie własne – S.K.: „Nähe zu klassischer Musik hat in starkem Maße mit einer entsprechenden musikalischen Sozialisation, mit Musikerfahrungen im Kindes- und Jugendalter zu tun. Insofern waren Teile der heute älteren Generation sehr viel stärker und intensiver mit klassischer Musik konfrontiert als dies bei jungen Menschen heute der Fall ist. Insbesondere die populäre Klassik war fest eingebettet in den Gesamtkanon der Musik”.

pokolenia muzyka klasyczna bywa określana jako „nudna” (56%), „zbyt melancholijna” (59%), „zbyt wyczerpująca” (52%), „niewystarczająco zróżnicowana” (37%), czy „przestarzała” (27%)” (Mende i Neuwöhner 248). Ponad połowa osób negatywnie nastawionych do muzyki klasycznej (56%) uważa, że muzyka klasyczna to „tylko coś na specjalne okazje”. Innymi słowy, poważnym problemem związanym z akceptacją muzyki klasycznej jest jej negatywny wizerunek wśród osób, które nie są otwarte na muzykę klasyczną. Potwierdza to fakt, że w badaniu NCK/IQS z 2018 r. muzyka klasyczna znalazła się wśród badanej młodzieży na jedenastym miejscu jedynie z dwuprocentowym udziałem (*Preferencje muzyczne nastolatków*). Nie znaczy to, że młodzież nie słucha muzyki w ogóle, wręcz przeciwnie: muzyki słuchają niemal wszyscy nastolatki (99%), najczęściej jednak wymienianym przez nich gatunkiem jest rap/hip-hop (25%), pop (23%), a następnie rock (10%), disco polo (8%) oraz dance (8%), a nie muzyka klasyczna (tamże; zob. też Wyrzykowska; Lawendowki).

Muzyka klasyczna powoli staje się w Polsce gatunkiem niszowym. Pytanie zatem brzmi: jak możemy odwrócić ten trend? Co powinniśmy zrobić, aby w przyszłości w salach koncertowych nie była prezentowana jedynie muzyka rozrywkowa? Warto podjąć wielopoziomowe działania naprawcze, do których należałoby m.in.:

- tworzenie kampanii wizerunkowych mające na celu „odmłodzenie” wizerunku muzyki klasycznej;
- zwiększenie prestiżu wśród młodszych pokoleń, korygowanie błędnych przekonań dotyczących muzyki klasycznej oraz zwiększenie powszechnego uznania muzyki klasycznej w społeczeństwie;
- audycje muzyczne, cykliczne koncerty profesjonalnych muzyków w szkołach, tygodnie projektowe poświęcone muzyce klasycznej;
- moderowane koncerty dla dzieci, młodzieży, rodzin z młodymi muzykami (modelowanie postaw/wzorców!), na ciekawe tematy (np. muzyka i erotyka) oraz w połączeniu z innymi atrakcjami (np. obraz, taniec, teatr, film, jedzenie, picie);
- upowszechnianie dostępu do muzyki klasycznej w Internecie (np. próbki audio, informacje, a może także artykuły na stronach internetowych dla młodzieży i grup docelowych) (Gembris 76-77);
- zmiana podstawy programowej przedmiotu Muzyka w szkołach ogólnokształcących (podstawowych i średnich) – to one powinny zaznajamiać z muzyką. Poza tym kluczowe jest także wsparcie merytoryczne dla nauczycieli muzyki.

## PODSUMOWANIE

Reasumując, jeżeli chodzi o gatunki muzyczne najczęściej słuchane przez Polaków, to okazuje się, że na co dzień wybieramy przede wszystkim muzykę lekką, łatwą i przyjemną. Istnieje jednak grupa prawdziwych muzycznych pasjonatów, którzy często uczestniczą w wydarzeniach muzyczno-kulturalnych, lubią eksperymentować i słuchać różnych (nowych) gatunków muzycznych. „Patrząc na obecny rozwój społeczeństwa, można się spodziewać, że znaczenie tej grupy na rynku muzycznym będzie w przyszłości rosło” (*Gatunki muzyczne*). Być może to ta grupa w przyszłości wypełni sale koncertowe w Polsce.

Drugą grupę nadziei stanowią tzw. wszystkożercy (*omnivorousness*), którzy – zdaniem Magdaleny Szpunar (31) – są efektem transformacji pokoleniowej, otwartej konsumpcji kulturowej, nowej postawy światopoglądowej. To oni mogą doprowadzić do rozkochania się w muzyce klasycznej, okazuje się bowiem, że muzyka klasyczna zaczyna być konsumowana w taki sam sposób we wszystkich klasach (Szpunar 28; zob. także Gartman 443). Miejsce kulturalnego „ekskluzywnego snoba” z klasy wyższej, zasłuchanego w utwory muzyki klasycznej zastępuje powoli odbiorca „wszystkożerny”, łączący w swoich wyborach różne gatunki muzyczne (obok muzyki popularnej także muzyka klasyczna). Zagrożeniem są natomiast „monożercy”, których gusta są „zamknięte, ujednolicone, skupione na wytworach kultury popularnej” (Szpunar 128).

Z przytoczonych w artykule badań wynika, że coraz mniejsza grupa młodych osób jest zainteresowana słuchaniem muzyki klasycznej. W związku ze starzeniem się odbiorców muzyki klasycznej i niewielkim przyrostem słuchaczy w grupie ludzi młodych pod znakiem zapytania będzie stało funkcjonowanie i trwanie instytucji muzycznych prezentujących i upowszechniających muzykę klasyczną. Wydaje się, że najważniejszym powodem zaistnienia takiej sytuacji jest zmniejszająca się liczba osób posiadających odpowiednie przygotowanie (wykształcenie) do kontaktu z tak rozumianą formą kultury wysokiej. Jest to paradoksalna sytuacja, ponieważ zwiększającemu się poziomowi dostępu do muzyki, która jest wszechobecna w przestrzeni społecznej, muzyka klasyczna z trudem znajduje dla siebie miejsce.

Nasuwa się wniosek, że koniecznym warunkiem utrzymania poziomu słuchaczy muzyki klasycznej na poziomie przynajmniej zbliżonym do obecnego jest wprowadzenie edukacji muzycznej na wczesnym etapie kształcenia dla jak najszerszej grupy uczniów, którzy mieliby szansę spotkania się z muzyką uważaną za przykład sztuki wysokiej. Edukacja muzyczna byłaby również szansą na uzmysłowienie młodym odbiorcom, że sfera dźwiękowa wypełniająca ich

przestrzeń codziennego funkcjonowania (np. film, reklama) bardzo często odwołuje się do „cytatów” z muzyki klasycznej.

Jak pokazują badania, warto zwrócić uwagę na spoty reklamowe, które często zawierają „cytaty” z utworów muzyki poważnej, jak choćby z utworów C. Orffa, czy S. Prokofiewa. Wynika to z tego, że muzyka poważna funkcjonuje w mediach, ale w formie zdegradowanej, gdyż słuchamy jej fragmentów i nie zdajemy sobie sprawy, czego słuchamy. Wiadomo, że jak każde dzieło sztuki, tak utwory muzyczne narzucają słuchaczom swoje warunki. Nie wszyscy są w stanie wysłuchać z przyjemnością danego dzieła w całości, ponieważ w odbiorze konieczny jest wysiłek umysłowy. Z drugiej strony wydaje się, że właśnie niedostępność, niepełność jest czynnikiem pobudzającym intelektualnie i emocjonalnie. „Między komunikatem i jego źródłem znajduje się rozdział, generujący efekt niepełności. Oglądając i słuchając reklamy, spotu, odbiorca odczuwa silnie pragnienie, ale nie uświadamia sobie, że jest to pragnienie poznania dzieła” (Posłuszna 138).

Muzyka klasyczna nie należy do ulubionych gatunków muzycznych w polskim społeczeństwie, a popularność muzyki klasycznej (czyli jej regularna słuchalność) dotyczy najwyżej 6-7% Polaków, co stanowi ok. 2,5 mln osób. Autorka jednak żywi nadzieję, że w przyszłości uda się wypracować sposób, aby zachęcić młode pokolenia do uczestnictwa w kulturze wysokiej. Jeżeli nie odnajdą oni drogi do muzyki klasycznej, to znacznie zmniejszy się liczba jej „konsumentów”, gdyż aktualni jej słuchacze na przestrzeni następnych dwóch dekad będą „sukcesywnie wymierać” (Hamann 10). Jedynie poprzez „zastępowalność pokoleń” możemy utrzymać (lub w przyszłości zwiększyć) poziom uczestnictwa w koncertach muzyki klasycznej. W przeciwnym razie sale filharmoniczne wypełnią się rapem, hip-hopem i pop-rockiem, a muzycy klasyczni będą grali do pustej sali.

## BIBLIOGRAFIA

- Adorno, Theodor W. „On the Social Situation of Music”. *Essays on Music*, red. Richard Leppert, University of California Press, 2002, ss. 391-436.
- Bachórz, Agata, Katarzyna Ciechorska-Kulesza, Martyna Grabowska, Jakub Knera, Lesław Michałowski, Krzysztof Stachura, Stanisław Szultka, Cezary Obracht-Prondzyński i Piotr Zbieganek, *Kulturalna hierarchia. Nowe dystynkcje i powinności w kulturze a stratyfikacja społeczna*. Instytut Kultury Miejskiej, 2016.
- Badanie TNS Pentor, 2006.
- Behne, Klaus-Ernst. „Aspekte einer Sozialpsychologie des Musikgeschmacks”. *Musiksoziologie*, red. Helga de la Motte-Haber i Heiner Neuhoff, Laab Verlag, 2007, ss. 418-437.

- Bourdieu, Pierre. *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądenia*. Tłum. Piotr Biłos. Scholar, 2005.
- Dollase, Rainer. „Musikalische Sozialisation”. *Enzyklopädie der Psychologie*, red. Heinz Schuler, Hogrefe Verlag, 2005.
- Domański, Henryk, Dariusz Przybysz, Katarzyna Wyrzykowska i Kinga Zawadzka, *Dystynkcje muzyczne. Specyfikacja społeczna i gusta muzyczne Polaków*. Wydawnictwo Naukowe Scholar, 2021.
- Draus, Agnieszka. „Z inspiracji popkulturą... Idee muzyki relacyjnej w twórczości młodych kompozytorów krakowskich”. *Współczesna kultura muzyczna w popkultura. Spotkania – Dialogi – Konfrontacje*, red. Ewa Kowalska-Zajac, Wydawnictwo AM w Łodzi, 2021, ss. 55-74.
- Eckhardt, Josef, Erik Pawlitza i Thomas Windgasse. „Besucherpotenzial von Operaufführungen und Konzerten der klassischen Musik. Ergebnisse der ARD-Musikstudie 2005”. *Media Perspektiven*, nr 5, 2006, ss. 273-282.
- Gartman, David. „Culture as class symbolization or mass reification? A critique of Bourdieu's distinctions”. *American Journal of Sociology*, nr 2(97) 1991, ss. 421-447.
- Gatunki muzyczne a preferencje Polaków*. TNS OBOP, 2018. [www.tns-global.pl; www.egospo.darka.pl/30597,Gatunki-muzyczne-a-preferencje-Polakow,2,39,1.html](http://www.tns-global.pl; www.egospo.darka.pl/30597,Gatunki-muzyczne-a-preferencje-Polakow,2,39,1.html). Dostęp 20.02.2023.
- Gembris, Heiner, Stephanie Forge, Johannes Kerkloh, Tobias Vogel i Finn Hassold. *Das Paderborner Konzertpublikum. Eine empirische Untersuchung*. Unveröffentlichter Forschungsbericht, Paderborn 2006.
- Gembris, Heiner. „Entwicklungsperspektiven zwischen Publikumsschwund und Publikumsentwicklung Empirische Daten zur Musikausbildung, dem Musikerberuf und den Konzertbesuchern”. *Das Konzert Neue Aufführungskonzepte für eine klassische Form*, red. Martin Tröndle, 2. erweiterte Auflage. Transkript Verlag, 2011, ss. 61-82.
- Haan, Jos de, i Wim P. Knulst. *Het bereik van de kunsten*. Sociaal en Cultureel Planbureau, 2000. [repository.scp.nl/handle/publications/1188](http://repository.scp.nl/handle/publications/1188). Dostęp 23.03.2023.
- Hamann, Thomas K. „Die Zukunft der Klassik”. *Das Orchester*, nr 9, 2005, ss. 10-19.
- Hamann, Thomas K. „Musikkultur – Einfluss der Bevölkerungsentwicklung auf Publikum und Konzertwesen”. *Musik im Alter. Soziokulturelle Rahmenbedingungen und individuelle Möglichkeiten*, red. Heiner Gembris, Peter Lang Verlag, 2008, ss. 195-211.
- Jabłońska, Barbara. „Socjologia muzyki i podejście socjologiczno-audialne (uwagi teoretyczno-metodologiczne)”. *Studia Socjologiczne* nr 2 (221), 2016, ss. 99-121.
- Jeziński, Marek. „Muzyka popularna jako forma pamięci kulturowej”. *Kultura współczesna*, nr 2, 2017, ss. 14-23.
- Kompleksowe badanie polskiego rynku muzycznego*, red. Jakub Sokołowski, Wojciech Hardy i Piotr Lewandowski. Instytut Badań Strukturalnych, 2019.
- Konsumpcja muzyki. Uczestnictwo w kulturze muzycznej w Polsce w świetle danych GUS*. [socjologia-muzyki.blogspot.com/2013/06/konsumpcja-muzyki-uczestnictwo-w.html](http://socjologia-muzyki.blogspot.com/2013/06/konsumpcja-muzyki-uczestnictwo-w.html). Dostęp 23.03.2023.
- Krakowski odbiorca kultury*. Raport NCK, 2020, [badania.kultura.uj.edu.pl/projekt/raport](http://badania.kultura.uj.edu.pl/projekt/raport). Dostęp 23.02.2023.
- Kreutz, Gunter, Hans Günther Bastian, Christoph Gotthardt, Anni Komppa, Nils Passian, Simon Rettelbach, Ute Sondergeld i Jens Stern. „Konzertpublikum: Quo vadis. Eine Untersuchung des heutigen Konzertpublikums”. *Das Orchester*, nr 12, 2003, ss. 8-19.
- Lawendowski. Rafał. *Osobowościowe uwarunkowania preferencji muzycznych w zależności od wieku*. Oficyna Wydawnicza Impuls, 2011.

- Levitin, Daniel. *Zasłuchany mózg. Co się dzieje w głowie, gdy słuchasz muzyki*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2016.
- Mende, Annette, i Ulrich Neuwöhner. „Wer hört heute klassische Musik? ARD-E-Musikstudie 2005: Musiksozialisation, E-Musiknutzung und E-Musikkompetenz”. *Media Perspektiven*, nr 5, 2006, ss. 246-258.
- Mende, Annette, i Ulrich Neuwöhner. „Wer hört heute klassische Musik? Musiksozialisation, E-Musik-Nutzung und E-MusikKompetenz”. *Das Orchester*, nr 12, 2006, ss. 10-14.
- Muzyczne upodobania Polaków*, red. Dorota Grzelak. Ośrodek Badania Opinii Publicznej, 1996. [tnsglobal.pl/archiw\\_files/M.1365.pdf](https://tnsglobal.pl/archiw_files/M.1365.pdf). Dostęp 02.03.2017.
- Muzyczny portret Polaków*, red. Artur Czajka. TNS OBOP, 2008. [www.tnsglobal.pl/uploads/6066/TNS\\_OBOP\\_Muzyczny\\_portret\\_Polakow.doc](http://www.tnsglobal.pl/uploads/6066/TNS_OBOP_Muzyczny_portret_Polakow.doc). Dostęp 27.03.2020.
- Neuhoff, Hans. „Die Altersstruktur von Konzertpublika – Querschnitte und Längsschnitte von Klassik bis Pop im kultursoziologischen Analyse“. *Musikforum*, t. 95, 2001, ss. 64-83.
- Oehmichen, Ekkehardt. „Klassische Musik und ihr Publikum. Ergebnisse einer ARD-E-Musik-Studie 2005”. *Das Orchester*, nr 12, 2006, ss. 8-9.
- Pałosz, Paulina. „Przegląd badań na uwarunkowaniach preferencji muzycznych”. *Przegląd Psychologiczny*, nr 2, 2009, ss. 151-179.
- Parus-Jankowska, Magdalena, i Szymon Nożyński. „Preferencje muzyczne w dobie popularności strumieniowego słuchania muzyki”. *Studia Humanistyczne AGH*, t. 19, nr 1, 2020, ss. 71-84.
- Posłuszna, Joanna. *Osobowość a preferencje muzyczne*. Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2014.
- Preferencje muzyczne nastolatków*, Raport NCK/IQS, Warszawa 2018, [www.nck.pl/badania/aktualnosci/preferencje-muzyczne-nastolatkow](http://www.nck.pl/badania/aktualnosci/preferencje-muzyczne-nastolatkow). Dostęp 14.07.2023.
- Preferencje muzyczne Polaków*, red. Elżbieta Lenczewska i Jarosław Kowalski. TNS OBOP, 2002, [www.obop-arch.tnsglobal.pl/archive-report/id/132](http://www.obop-arch.tnsglobal.pl/archive-report/id/132). Dostęp 27.03.2020.
- Schütz Alfred. „Wspólne tworzenie muzyki. Studium relacji społecznych”. *O wielości światów. Szkice z socjologii fenomenologicznej*. Tłum. Barbara Jabłońska. Wydawnictwo Nomos, 2008, ss. 225-239.
- Słuchanie muzyki*. Komunikat z badań nr 102/2018. CBOS, 2018, [www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2018/K\\_102\\_18.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2018/K_102_18.PDF). Dostęp 23.03.2023.
- Szpunar, Magdalena. „Muzyczna wszystkożerność”. *Kultura współczesna. Teoria. Interpretacje. Praktyka*, nr 96/3, 2017, ss. 26-35.
- Szpunar, Magdalena. *Kultura cyfrowego narcyzmu*. AGH, 2016.
- Uczestnictwo ludności w kulturze w 2009 roku*. Raport GUS, 2009. [www.stat.gov.pl/cps/rde/xber/gus/kts\\_uczestnictwo\\_ludnosci\\_w\\_kulturze\\_w\\_2009.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xber/gus/kts_uczestnictwo_ludnosci_w_kulturze_w_2009.pdf). Dostęp 20.03.2020.
- Uczestnictwo ludności w kulturze w 2019 roku*. Raport GUS, 2019. [stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/uczestnictwo-ludnosci-w-kulturze-w-2019-roku,6,3.html](http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/kultura-turystyka-sport/kultura/uczestnictwo-ludnosci-w-kulturze-w-2019-roku,6,3.html). Dostęp.20.03.2020.
- Uczestnictwo mieszkańców Warszawy w kulturze*. Raport NCK, 2020. [www.kulturalna.warszawa.pl/tmp/relacja\\_i\\_roznice.pdf](http://www.kulturalna.warszawa.pl/tmp/relacja_i_roznice.pdf). Dostęp 23.02.2023.
- Uczestnictwo w kulturze*. Badania IMIT. Centrum Badania Opinii Społecznej, 2012.
- Uczestnictwo w wydarzeniach kulturalnych online w trakcie pandemii. Raport z badania jakościowego*. NCK, 2022.

*Wyniki badania omnibusowego na temat częstości słuchania muzyki poważnej i ludowej.* CBOS/IMIT, 2016. [www.nck.pl/badania/raporty/raport-wyniki-badania-omnibusowego-na-temat-czestosci-sluchania-muzyki-powaznej-i-.pdf](http://www.nck.pl/badania/raporty/raport-wyniki-badania-omnibusowego-na-temat-czestosci-sluchania-muzyki-powaznej-i-.pdf). Dostęp 23.03.2023.

Wyrzykowska, Katarzyna M. *Muzyka, młodzież i styl życia. O uczestnictwie w kulturze muzycznej warszawskiej młodzieży.* Warszawskie Wydawnictwo Socjologiczne, 2017.

SOCJALIZACJA A PREFERENCJE MUZYCZNE.  
CZY KIEDYŚ ZABRAKNIĘ CHĘTNYCH NA KONCERTY  
MUZYKI KLASYCZNEJ?

Streszczenie

Rozwój nowych mediów, obserwowane starzenie się publiczności uczestniczącej w koncertach muzyki klasycznej i stan polskiego szkolnictwa muzycznego na nowo stawiają przed nami pytanie tak o teraźniejszość, jak i o przyszłość muzyki klasycznej. Mimo że dostęp do różnego rodzaju koncertów jest niemal nieograniczony, a oferta bardzo atrakcyjna, regularnie zmniejsza się liczba słuchaczy muzyki klasycznej, zwłaszcza w krajach Europy zachodniej, ale także w Polsce, a średnia wieku słuchaczy znacząco wzrasta. Rozmijanie się oferty z liczbą słuchaczy może doprowadzić w dwóch następujących dziesięcioleciach do drastycznych zmian w preferencjach muzycznych polskiego społeczeństwa.

W artykule są przedstawiane dane z XXI wieku dotyczące słuchalności koncertów muzyki klasycznej (i podobnych form muzycznych) w Polsce i porównawczo w Niemczech – statystyki dotyczące liczby koncertów, liczby słuchaczy oraz przyszłości rynku koncertowego. Ważnym aspektem omawianym w artykule jest analiza bezpośredniego związku obecności muzyki klasycznej w życiu człowieka i jej percepcji z wczesną socjalizacją muzyczną.

**Słowa kluczowe:** socjalizacja; percepcja; koncerty; muzyka klasyczna

SOCIALISATION AND THE PERCEPTION OF MUSIC:  
WILL THERE EVER BE A SHORTAGE OF PEOPLE  
WILLING TO ATTEND CLASSICAL MUSIC CONCERTS?

Summary

The development of new mass media, the observed aging audience at classical music concerts, and the state of Polish music education put before us again the question of both the present state and the future of classical music. Although access to various types of concerts is almost unlimited, and that which is on offer is very attractive, the number of classical music listeners is regularly decreasing, especially in Western Europe, but also in Poland, and the average age of listeners is increasing significantly. The discrepancy between the choice on offer and the number of listeners may lead to drastic changes in the musical preferences of Polish society in the next two decades.

This article presents data from the 21st century on the audience of classical music concerts (and similar musical forms) in Poland and comparatively in Germany – statistics on the number of concerts, the number of listeners and the future of the concert market in Poland. An important aspect discussed in this article is the direct relationship between the presence and perception of classical music in human life and early musical socialisation.

**Keywords:** socialisation; perception; concerts; classical music