

AKTYWNOŚĆ MUZYCZNA POLAKÓW W 2023 ROKU



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY

KOMUNIKAT Z BADANIA
NARODOWEGO CENTRUM KULTURY

Narodowe Centrum Kultury jest instytucją państwową działającą na rzecz rozwoju kultury w Polsce

Narodowe Centrum Kultury
ul. Płocka 13, 01-231 Warszawa
nck@nck.pl

<https://nck.pl>

<https://www.nck.pl/badania/>

<https://www.facebook.com/dzialbadanianaliznck>

Dofinansowano ze środków
Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego



Ministerstwo Kultury
i Dziedzictwa Narodowego



Raport jest dostępny na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa 3.0 Polska. Pewne prawa zastrzeżone na rzecz
Narodowego Centrum Kultury. Zezwala się na dowolne
wykorzystanie treści – pod warunkiem zachowania niniejszej
informacji licencyjnej i wskazania Narodowego Centrum Kultury
jako właściciela praw do tekstu. Treść licencji jest dostępna na stronie
<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>.

AUTOR:
ANTONI GŁOWACKI

SKŁAD I OPRACOWANIE
GRAFICZNE:
MARCIN GROHS

Warszawa, sierpień 2024

SPIS TREŚCI

Główne wnioski	3
Informacje o badaniu	3
Aktywności muzyczne	3
Praktyki słuchania	6
Czego słuchają Polacy?	8
Segmentacja słuchaczy muzyki	10

Słuchanie muzyki jest jednym z najczęstszych sposobów kontaktu ze sztuką. Słuchamy jej niemal wszyscy: tylko 3% badanych deklaruje, że nigdy nie słucha muzyki dla przyjemności. W tym komunikacie przyglądamy się bliżej muzycznym praktykom Polaków – zarówno słuchaniu, jak i wykonywaniu muzyki. Zastanawiamy się też, co właściwie oznacza powszechność tej formy kontaktu ze sztuką.

GŁÓWNE WNIOSKI

- ◆ Niemal wszyscy badani deklarują, że regularnie słuchają muzyki dla przyjemności. Większość czasem uczęszcza na koncerty oraz odbiera treści związane z muzyką. Mniej więcej jedna trzecia badanych korzysta ze streamingu, kupuje muzykę oraz dzieli się nią z innymi. Tylko jedna szóstka aktywnie tworzy muzykę.
- ◆ Większość aktywności muzycznych jest powiązana z wiekiem (młodszy częściej się w nie angażują) oraz poziomem wykształcenia (wyższe wykształcenie jest powiązane z częstszą aktywnością muzyczną).
- ◆ Muzyka towarzyszy badanym głównie podczas obowiązków domowych, podróży i odpoczynku, a jej głównym celem jest relaks i poprawienie nastroju.
- ◆ Segmentacja słuchaczy muzyki, którą przygotowaliśmy, pokazuje, że mniej więcej połowa słuchaczy to osoby niewielkim stopniu zainteresowane muzyką. Z kolei jedna piąta respondentów to osoby, dla których muzyka jest bardzo ważna i towarzyszy im w niemal każdej sytuacji.

INFORMACJE O BADANIU

Badanie zrealizowane zostało na zlecenie Narodowego Centrum Kultury przez firmę Opinia24 w dniach od 17 do 30 października 2023 roku metodą CATI (wywiady telefoniczne wspomagane komputerowo) na reprezentatywnej próbie 1000 dorosłych Polaków. Próba miała charakter losowo-kwotowy i jest reprezentatywna ze względu na: województwo, płeć, wiek (w przedziałach: 18-24 lata; 25-34 lata; 35-44 lata; 45-54 lata; 55-64 lata; 65 i więcej lat), wielkość miejscowości zamieszkania (w przedziałach: wieś; miasta do 20 tys. mieszkańców; miasta 20 tys. – 49 999 mieszkańców; miasta 50 tys. – 99 999 mieszkańców; miasta 100 tys. – 199 999 mieszkańców; miasta 200 tys. – 499 999 mieszkańców; miasta 500 tys. lub więcej mieszkańców), wykształcenie (w przedziałach: podstawowe lub niepełne podstawowe; zasadnicze zawodowe; średnie (liceum, technikum); wyższe, studia podyplomowe, doktorat). Ze względu na rozbieżności między zakładanymi i uzyskanymi liczebnościami według wieku i wykształcenia zastosowano wagi poststratyfikacyjne. Źródłem założonych kwot i danych do ważenia były dane Głównego Urzędu Statystycznego publikowane w Banku Danych Lokalnych.

AKTYWNOŚCI MUZYCZNE

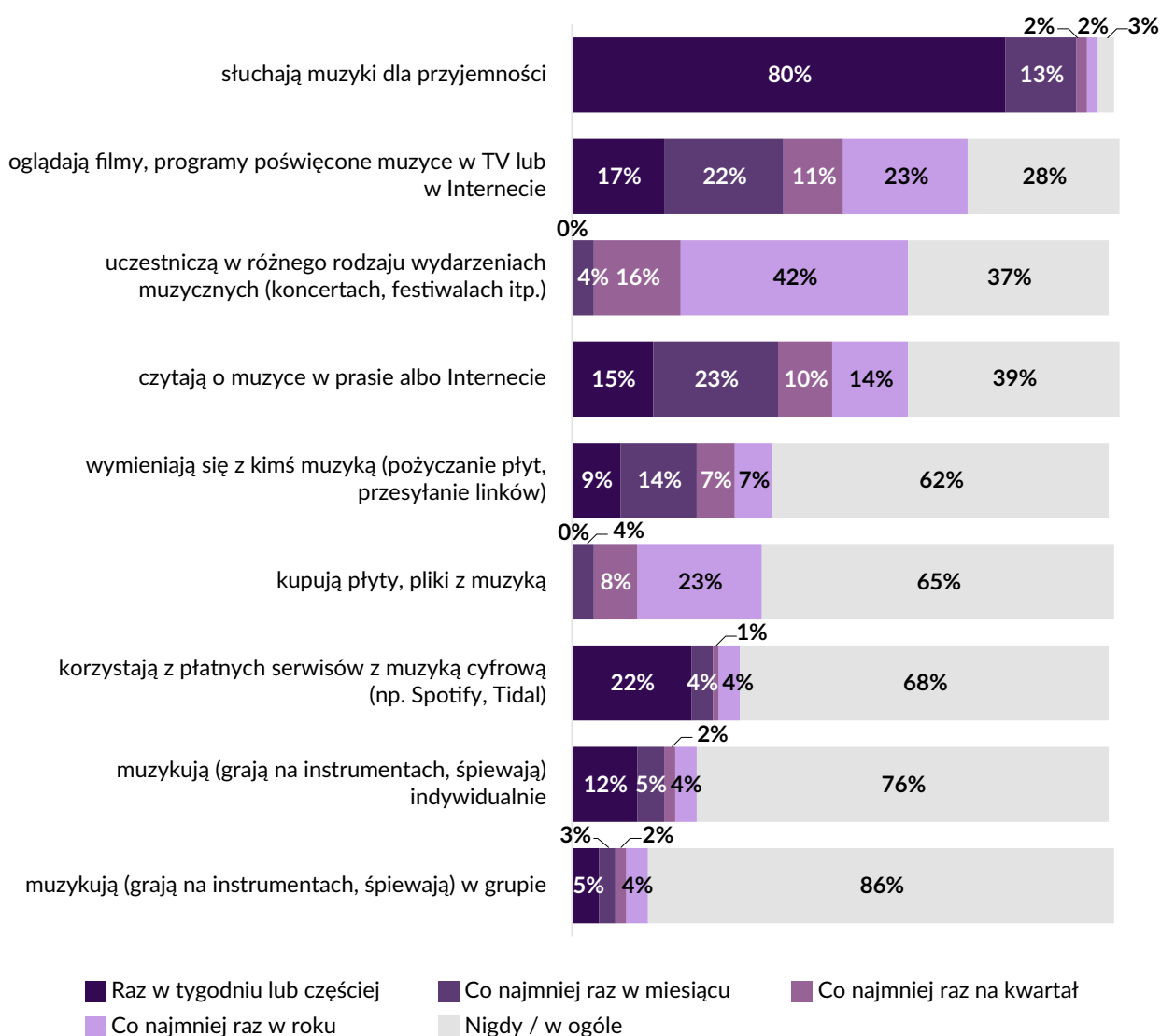
Muzyka jest częścią życia prawie wszystkich Polaków. Aż 80% badanych deklaruje, że słucha jej dla przyjemności co najmniej raz w tygodniu, a kolejne 13% co najmniej raz w miesiącu. Tylko niewielka grupa sięga po muzykę rzadziej.

Niektórzy angażują się także w inne aktywności muzyczne, ale nie są one tak powszechne. 39% respondentów przynajmniej raz w miesiącu ogląda materiały wideo dotyczące muzyki, a podobna liczba (37%) czyta o muzyce w internecie czy prasie. Dość znacząca jest także grupa uczestników koncertów: 63% badanych chodzi na nie przynajmniej raz do roku, choć większość (42% ogółu) nie częściej niż raz na pół roku. Niektóre muzyczne aktywności, jak streaming czy dzielenie się utworami, są domeną mniejszej grupy osób, ale ci, którzy się w nie angażują, robią to często. Kupowanie muzyki, czy to na płytach, czy w formie cyfrowej (nie uwzględniając streamingu) jest rzadkie, a ci, którzy to robią, nie czynią tego regularnie.

Mniej więcej co czwarty badany (27%) aktywnie tworzy muzykę: grając na instrumencie lub śpiewając, w grupie lub indywidualnie, co najmniej raz w roku. 14% robi to co najmniej raz w tygodniu.

Prawie wszyscy Polacy słuchają muzyki, większość bywa też na koncertach i interesuje się materiałami dotyczącymi muzyki

Odsetki respondentów deklarujących, że...



Źródło: NCK/Opinia24, CATI, 17-30 października 2023, próba reprezentatywna dorosłych Polaków, N = 1000. Pytanie brzmiało: „Jak często...?”. Dostępne odpowiedzi: Raz w tygodniu lub częściej; Kilka razy w miesiącu; Raz w miesiącu; Raz na 2-3 miesiące; Raz na pół roku; Rzadziej niż raz na pół roku; Nigdy / w ogóle.

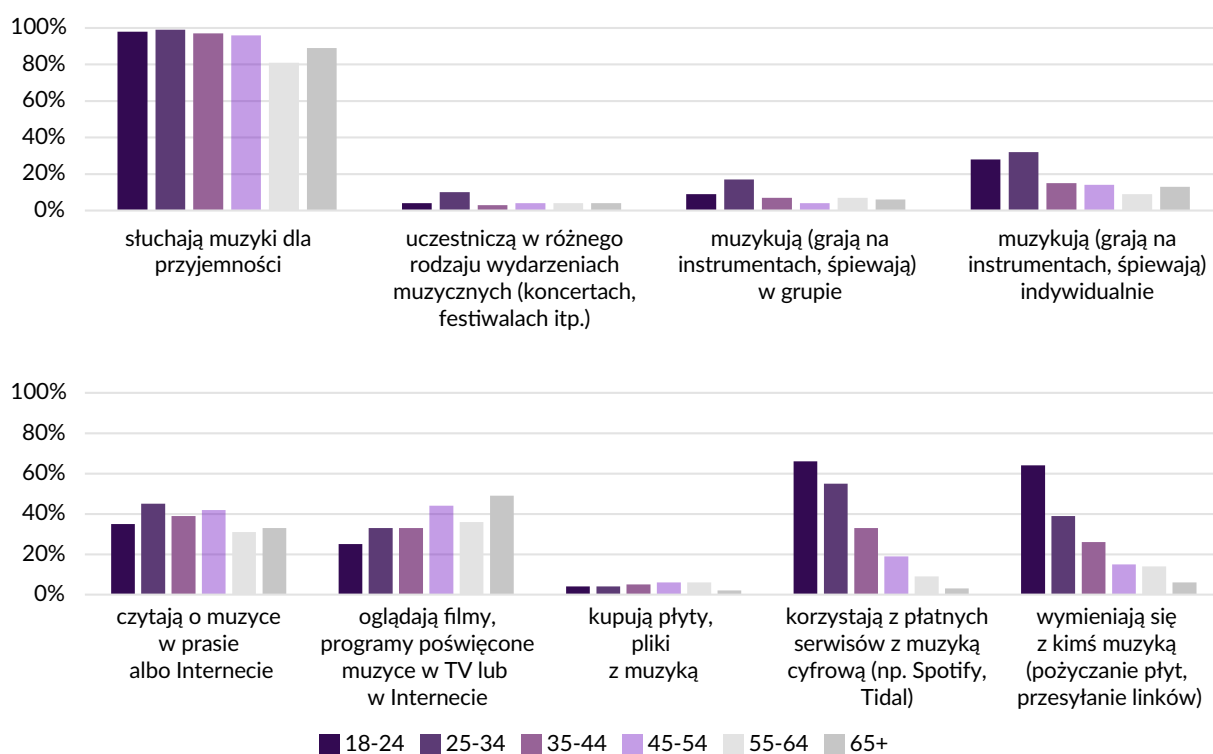
Praktyki muzyczne powiązane są z wiekiem i wykształceniem badanych¹. Młodszy badani relatywnie częściej niż starsi podejmują niemal wszystkie aktywności, o które pytaliśmy. Różnice te są szczególnie wyraźne w przypadku korzystania z serwisów streamingowych i dzielenia się muzyką. Z serwisów streamingowych co najmniej raz w tygodniu korzysta 57% respondentów poniżej 24 roku życia i 49% badanych w wieku 25-34 lata, a jedynie 7% osób w wieku 55-64 lata i tylko 2% najstarszych badanych (powyżej 65 roku życia). Muzyką dzieli się ze znajomymi co najmniej raz w tygodniu jedna trzecia (35%) najmłodszych badanych, jedna siódma (15%) respondentów w wieku 25-34 lata i mniej niż 10% starszych badanych.

Jedynym wyjątkiem jest oglądanie programów lub filmów dotyczących muzyki – to praktyka częstsza wśród starszych respondentów.

Młodszy i lepiej wykształceni badani częściej korzystają ze streamingu muzyki i dzielą się muzyką

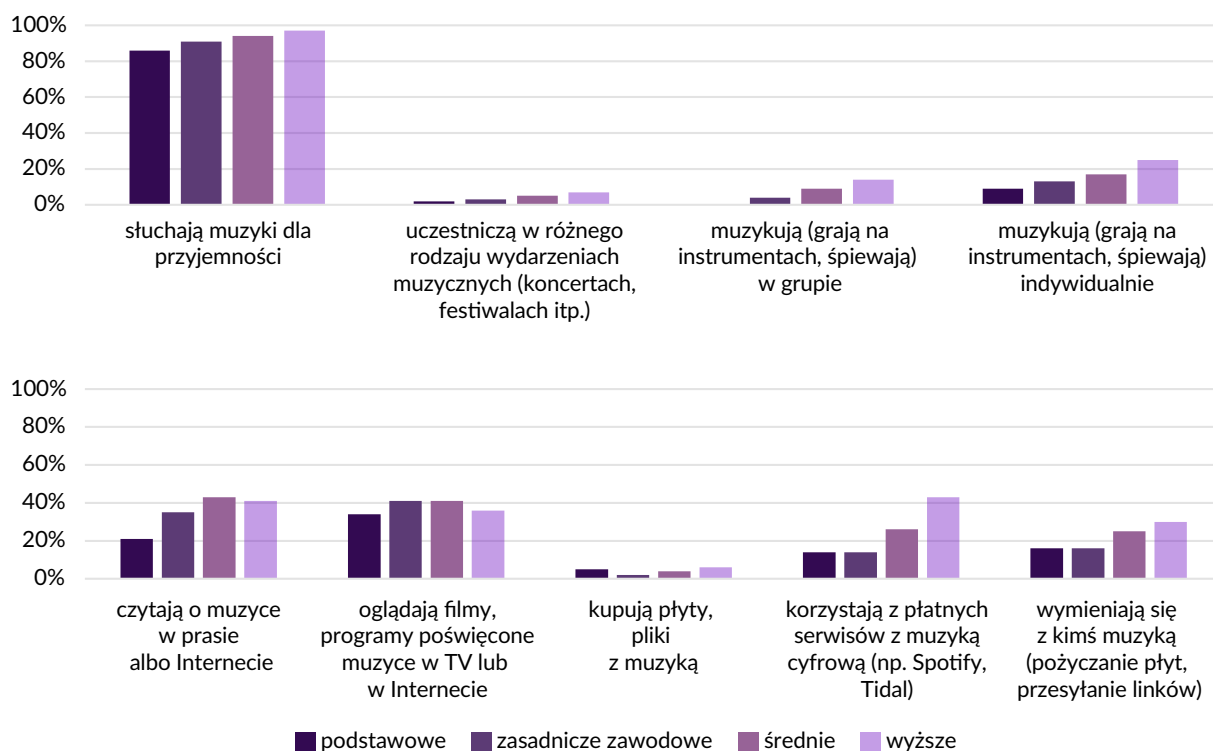
Odsetki respondentów deklarujących, że co najmniej raz w miesiącu ... w podziale według ...

... wieku



1 Wszystkie zróżnicowania opisywane w tekście są istotne statystycznie przy założonym poziomie istotności $p < 0,05$. Zastosowano test z (z poprawką Bonferroni) dla wielokrotnych porównań).

... wykształcenia



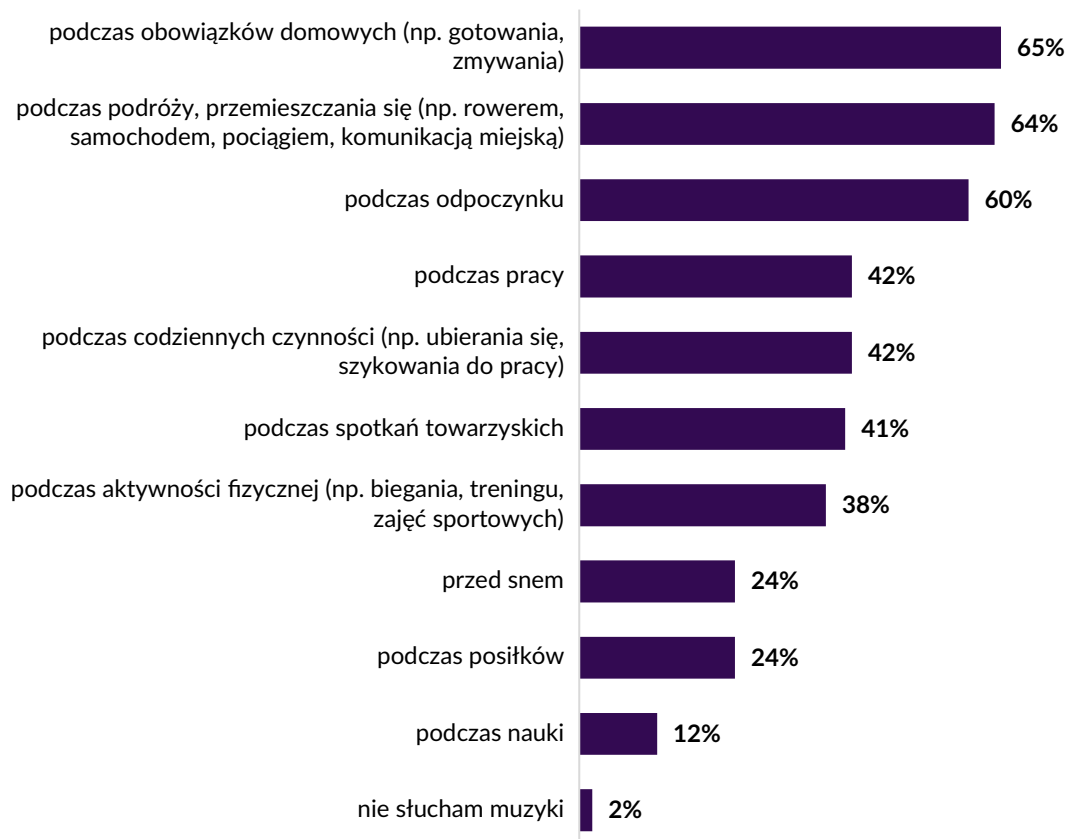
Źródło: NCK/Opinia24, CATI, 17-30 października 2023, próba reprezentatywna dorosłych Polaków, N = 1000.

PRAKTYKI SŁUCHANIA

Chcąc dowiedzieć się więcej o tym, co oznacza wszechobecne słuchanie muzyki, zadaliśmy badanym pytanie o to, w jakich sytuacjach to robią. Odpowiedzi pokazują, że muzyka towarzyszy badanym przede wszystkim w trakcie aktywności, które są mało angażujące i relatywnie długotrwałe: słuchają jej podczas wykonywania obowiązków domowych (65%), podczas podróży (64%) i odpoczynku (60%). Włączają ją przede wszystkim wtedy, gdy czeka ich dłuższe działanie niewymagające pełnego skupienia. Nieco rzadziej muzyka towarzyszy aktywnościom, które wymagają większego zaangażowania uwagi: pracy czy spotkaniom towarzyskim.

Muzyka jest dla badanych tłem codzienności

W jakich sytuacjach badani słuchają muzyki?



Źródło: NCK/Opinia24, CATI, 17-30 października 2023, próba reprezentatywna dorosłych Polaków, N = 1000. Odpowiedzi nie sumują się do 100%, bo badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Najczęstszą motywacją słuchania muzyki jest relaks, poprawienie sobie nastroju. W drugiej kolejności respondenci wskazywali motywację rozrywkową i redukcję stresu.

Słuchanie muzyki jest przede wszystkim sposobem na relaks

W jakim celu badani słuchają muzyki?



Źródło: NCK/Opinia24, CATI, 17-30 października 2023, próba reprezentatywna dorosłych Polaków, N = 1000. Odpowiedzi nie sumują się do 100%, bo badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Młodszy badani częściej niż starsi deklaruje, że muzyki słuchają dla rozrywki, aby zredukować stres, aby odciąć się od innych bodźców, a także ze względu na zainteresowanie muzyką. Badani z wykształceniem wyższym częściej niż inni twierdzą, że muzyki słuchają dla rozrywki.

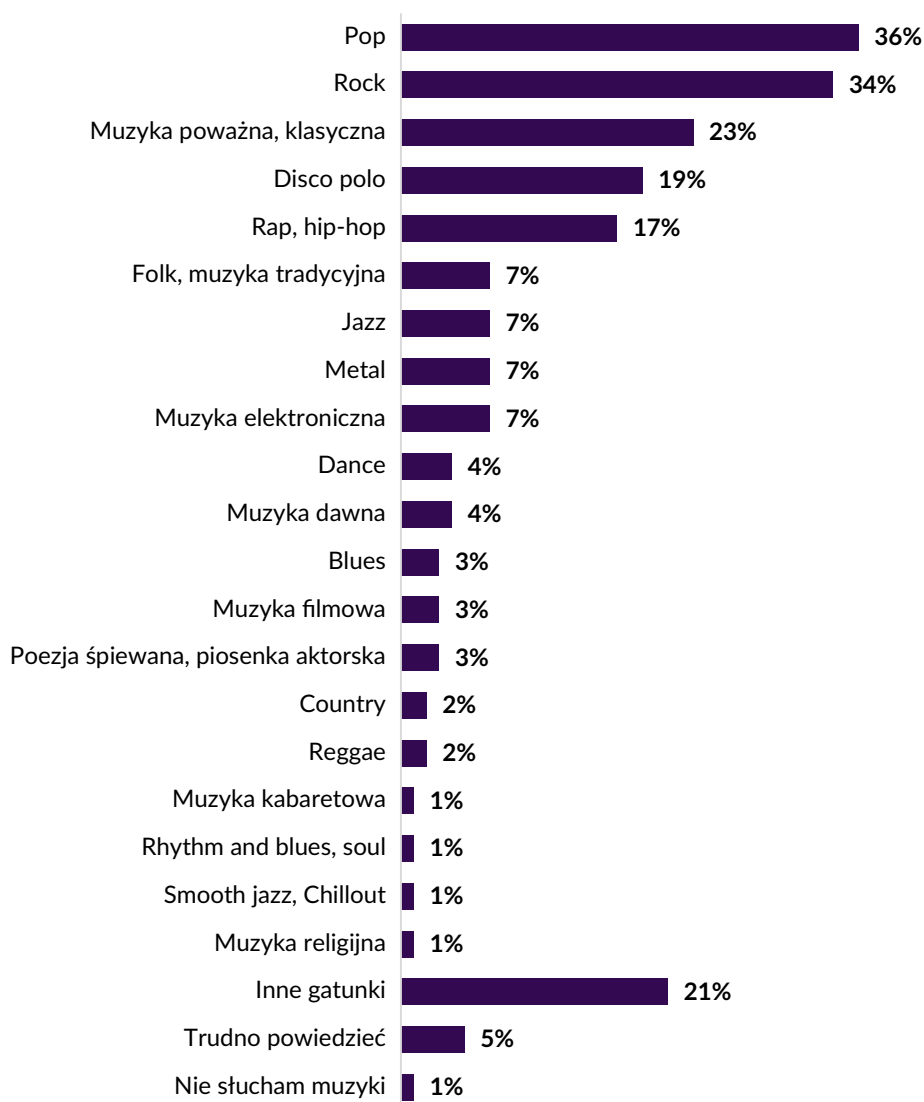
CZEGO SŁUCHAJĄ POLACY?

Respondenci deklaruje, jakiego rodzaju muzyki słuchają najczęściej. Pytanie zadawaliśmy wykorzystując szerokie kategorie gatunkowe. Staraliśmy się posługiwać rozpoznawalnymi nazwami, określającymi główne nurty muzyczne. Zależało nam, by ukazać zróżnicowanie gustów, ale jednocześnie nie schodzić na poziom nadmiernego rozdrobnienia i nazw znanych jedynie entuzjastom.

Spośród zaproponowanych kategorii, badani najczęściej wskazywali pop i rock, a także muzykę klasyczną, poważną, disco-polo oraz rap.

Według deklaracji, najpopularniejszymi rodzajami muzyki pozostają pop i rock

Jakich gatunków muzycznych badani słuchają najczęściej?



Źródło: NCK/Opinia24, CATI, 17-30 października 2023, próba reprezentatywna dorosłych Polaków, N = 1000. Odpowiedzi nie sumują się do 100%, bo badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Około jednej piątej badanych wskazało, że najczęściej słucha innych gatunków niż te wymienione w pytaniu. W swobodnych odpowiedziach zazwyczaj albo wymieniali bardziej szczegółowo opisane gatunki (m.in. drill, rock alternatywny, indie rock, techno, house, k-pop, punk) albo odnosili się do cech muzyki, której słuchają (awangardowa, instrumentalna, przyjemna, relaksująca).

Ponownie obserwujemy różnice ze względu na cechy społeczne badanych:

- ◆ Kobiety częściej deklarują słuchanie popu, muzyki klasycznej lub poważnej, a mężczyźni rocka, hip-hopu, metalu, muzyki elektronicznej.
- ◆ Starsi badani częściej słuchają disco-polo, muzyki klasycznej lub poważnej, a także folku. Młodszy badani częściej wskazują rap, pop, rock, a także metal i muzykę elektroniczną.
- ◆ Lepiej wykształceni respondenci częściej słuchają popu, rocka, muzyki klasycznej lub poważnej i jazzu, a rzadziej disco-polo.

SEGMENTACJA SŁUCHACZY MUZYKI

Niemal wszyscy słuchamy muzyki dla przyjemności. Nie oznacza to oczywiście, że wszyscy Polacy są zadeklarowanymi melomanami, dla których muzyka stanowi główną treść życia. Warto spojrzeć na praktyki związane ze słuchaniem muzyki w sposób bardziej zniuansowany i postarać się dostrzec zróżnicowanie postaw.

W tym celu posłużyliśmy się metodą segmentacji, dzieląc badanych na cztery grupy. Interesowało nas zróżnicowanie praktyk słuchania: braliśmy pod uwagę odpowiedzi na pytania o sytuacje, w których badani słuchają muzyki oraz o ich motywacje. Przygotowując segmentację posłużyliśmy się metodą analizy klas latentnych (LCA)². Jest to technika modelowania, która bierze pod uwagę wzory odpowiedzi badanych, grupując ich na tej podstawie w klasy. Celem jest wydobycie „ukrytej struktury” tłumaczącej wybory respondentów.

Na podstawie analizy podzieliliśmy badanych na cztery klasy różniące się zaangażowaniem w słuchanie muzyki. Wśród nich są słuchacze:

- ◆ Przypadkowi,
- ◆ Umiarkowani,
- ◆ Zanurzeni,
- ◆ Całodobowi.

2 Analiza została przeprowadzona za pomocą pakietu polCA w języku R. Pytania o sytuacje, w których badani słuchają muzyki oraz o motywacje słuchania zostały wprowadzone do modelu jako zmienne binarne, z wyłączeniem odpowiedzi niemerytorycznych (w pytaniu o sytuacje: „innych, jakich?“, „trudno powiedzieć“, „nie słucham muzyki“; w pytaniu o motywacje: „w innym celu, jakim“, „trudno powiedzieć“, „odmowa odpowiedzi“). W ramach analizy obliczone zostały modele zakładające od 1 do 10 klas. Ostateczne rozwiązanie wybrane zostało na podstawie merytorycznej interpretacji wyników oraz wartości BIC. Wartość współczynnika entropii (0,83) wskazuje, że uzyskane klasy są wystarczająco rozłączne.

Tabela. Charakterystyki segmentów

	Przypadkowi słuchacze	Umiarkowani słuchacze	Zanurzeni	Całodobowi słuchacze
Jak słuchają?	To osoby, które są mało zaangażowane w słuchanie muzyki. Relatywnie najczęściej wskazują słuchanie w czasie podróży i obowiązków domowych, i słuchanie dla relaksu. Można zakładać, że słuchają głównie przypadkowo, muzyki z radia, albo nie są specjalnie zaangażowane w słuchanie. Muzyka jest dla nich prawdopodobnie tłem codzienności.	Muzyka nie jest dla nich tylko tłem. Słuchają jej najczęściej w podróży, podczas obowiązków domowych (częściej niż „przypadkowi słuchacze”), ale też podczas odpoczynku. Słuchają dla relaksu, redukcji stresu, rozrywki. Można założyć, że to osoby relatywnie zainteresowane muzyką, ale nie takie, dla których jest to bardzo ważna sfera aktywności.	Muzyka jest w ich życiu wszechobecna: deklarują, że słuchają jej w każdej sytuacji i z każdego powodu, o który pytaliśmy. Jako jedyni w zdecydowanej większości interesują się muzyką.	To także osoby słuchające muzyki w każdej sytuacji (nawet podczas nauki czy posiłków). Ich motywacje są jednak inne od tych, o które pytaliśmy. Relatywnie najczęściej deklarują, że słuchają dla poprawy nastroju lub dla rozrywki, ale nawet te odpowiedzi wybierają rzadziej niż „zanurzeni”, a nawet „umiarkowani” słuchacze.
Kim są?	To około połowa badanych (51%). Badani należący do tego segmentu są przeciętnie nieco starsi od innych i więcej jest wśród nich osób o niższym poziomie wykształcenia.	To nieco więcej niż jedna czwarta badanych (28%). To nieco częściej kobiety i osoby dobrze wykształcone.	To mniej niż jedna piąta (18%) respondentów. Jest wśród nich więcej niż przeciętnie osób relatywnie młodych (poniżej 35 roku życia) i posiadających wyższe wykształcenie.	To bardzo nieliczna (4%), ale wyrazista grupa. Należą do niej częściej mężczyźni niż kobiety.
Czego słuchają?	Pod tym względem nie wyróżniają się: ich gust jest zgodny z ogólnymi tendencjami. Nieco rzadziej niż inni deklarują słuchanie rocka, popu i muzyki klasycznej, a nieco częściej disco polo.	Ich gust także jest raczej zgodny z przeciętnym. Nieco częściej niż inni deklarują słuchanie popu i muzyki poważnej.	Wyraźnie częściej niż przedstawiciele pozostałych segmentów słuchają rapu. Nieco częściej niż inni wskazują także metal, muzykę elektroniczną, rock i muzykę poważną.	Wyraźnie częściej niż inni słuchają rocka i metalu, a rzadziej rapu.

Dwie pierwsze grupy wyróżnione zostały ze względu na intensywność praktyk związanych ze słuchaniem muzyki. Okazuje się, że połowa osób deklarujących słuchanie muzyki niemal codziennie nie przykładają do niej wcale wielkiej wagi – w tym przypadku częstotliwości nie należy traktować jako miary zaangażowania. Kolejna ponad jedna czwarta to słuchacze umiarkowani: muzyka jest dla nich więcej niż tylko tłem, ale nie są bardzo zaangażowani w słuchanie. Nieco ponad jedną piątą (22%) stanowią prawdziwi entuzjaści muzyki.

Pod względem demograficznym, segmenty są zróżnicowane przede wszystkim ze względu na wiek: młodszy badani wyraźnie częściej niż starsi należą do segmentów zaangażowanych, a rzadziej do niezainteresowanych.

Realne zróżnicowanie – odmienność podejść, a nie tylko intensywności zainteresowania – zaczyna być widoczne dopiero wśród słuchaczy najbardziej zaangażowanych, stanowiących nieco ponad jedną piątą badanych. Te podgrupy zaangażowanych są jednak prawdopodobnie zbyt mało liczne, by można było je wyodrębnić na podstawie badania sondażowego na próbie o standardowej liczebności.

W ramach segmentacji udało nam się dostrzec tylko jedną wyrazistą podgrupę zaangażowanych, którą nazwaliśmy „Całodobowymi”. To w większości mężczyźni, słuchacze rocka i metalu. Słuchają muzyki we wszystkich sytuacjach, nawet w trakcie nauki, pracy czy posiłków. Charakterystyczne dla nich jest to, że – w odróżnieniu od innych mocno zaangażowanych słuchaczy, zebranych w segmencie „zanurzeni” – nie wskazują motywacji słuchania muzyki, o które pytaliśmy. Oznacza to zapewne, że słuchają jej z innych powodów, nie ujętych wśród zaproponowanych odpowiedzi.

Tabela: rozkład odpowiedzi na pytania wykorzystywane w segmentacji według wyróżnionych grup³

		Przypadkowi słuchacze (n = 508)	Umiarkowani słuchacze (n = 278)	Zanurzeni (n = 176)	Całodobowi słuchacze (n = 38) ⁴
W jakich sytuacjach słucha Pan(i) muzyki?	podczas aktywności fizycznej (np. biegania, treningu, zajęć sportowych)	16%	46%	85%	71%
	podczas nauki	1%	3%	44%	72%
	przed snem	7%	24%	57%	88%
	podczas pracy	25%	50%	70%	98%
	podczas obowiązków domowych (np. gotowania, zmywania)	39%	86%	96%	98%
	podczas podróży, przemieszczania się (np. rowerem, samochodem, pociągiem, komunikacją miejską)	45%	77%	93%	87%
	podczas odpoczynku	38%	73%	95%	97%
	podczas spotkań towarzyskich	16%	57%	82%	75%
	podczas codziennych czynności (np. ubierania się, szykowania do pracy)	23%	46%	81%	86%
	podczas posiłków	7%	28%	57%	84%
W jakim celu słucha Pan(i) muzyki?	żeby się zrelaksować, poprawić sobie nastrój	66%	98%	100%	61%
	żeby zredukować stres	21%	79%	97%	40%
	żeby się wyciszyć	21%	62%	94%	22%
	bo interesuję się muzyką	5%	48%	83%	22%
	żeby się dobrze bawić, dla rozrywki	25%	82%	97%	51%
	żeby się skupić, odciąć od innych bodźców	17%	51%	89%	22%
	żeby poprawić swoją kreatywność	4%	32%	87%	19%

Źródło: NCK/Opinia24, CATI, 17-30 października 2023, próba reprezentatywna dorosłych Polaków, N = 1000.

³ Tabela przedstawia uzyskane odpowiedzi w podziale według wyróżnionych grup, a nie modelowe prawdopodobieństwa.

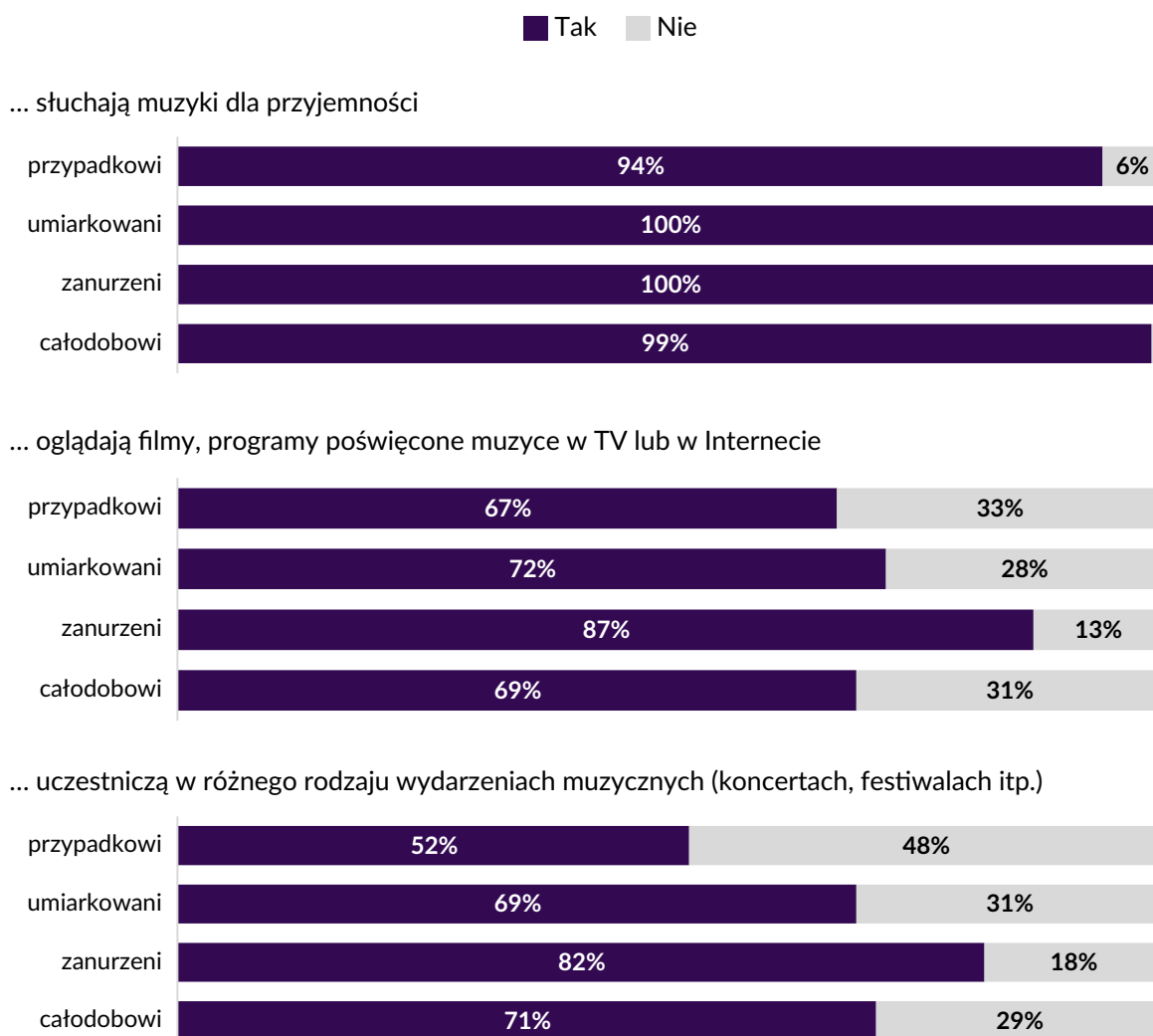
⁴ Wyniki dotyczące tej grupy należy traktować z ostrożnością ze względu na niewielką liczebność.

Podział badanych na segmenty przekłada się także na zaangażowanie w różne rodzaje aktywności muzycznej – nie tylko słuchanie muzyki – o które pytaliśmy w badaniu. „Zanurzeni” częściej niż przedstawiciele innych segmentów podejmują właściwie wszystkie rodzaje praktyk związanych z muzyką.

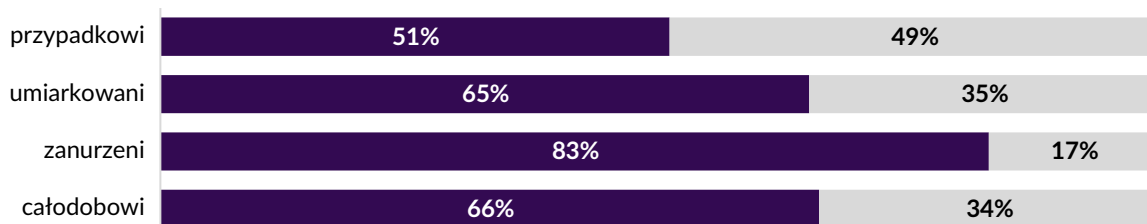
Warto zwrócić uwagę szczególnie na praktyki związane z finansowym zaangażowaniem. „Zanurzeni” są częściej niż inni badani skłonni płacić za muzykę, zarówno nabywając ją na płytach lub innych nośnikach, jak i płacąc za dostęp do serwisów streamingowych. Jednak nawet wśród nich odsetki osób wydających pieniądze na dostęp do muzyki wydają się relatywnie niskie: 55% z nich co najmniej raz w roku korzysta z płatnych serwisów streamingowych, a 48% kupuje płyty lub pliki z muzyką. W sumie 74% z nich płaci za dostęp do muzyki w którejś z tych dwóch form. Wśród „przypadkowych” słuchaczy odsetek płacących wynosi 39%, wśród „umiarkowanych” 57%, a wśród „całodobowych” 63%.

Podejmowanie wszystkich rodzajów praktyk muzycznych jest częstsze w segmentach bardziej zaangażowanych

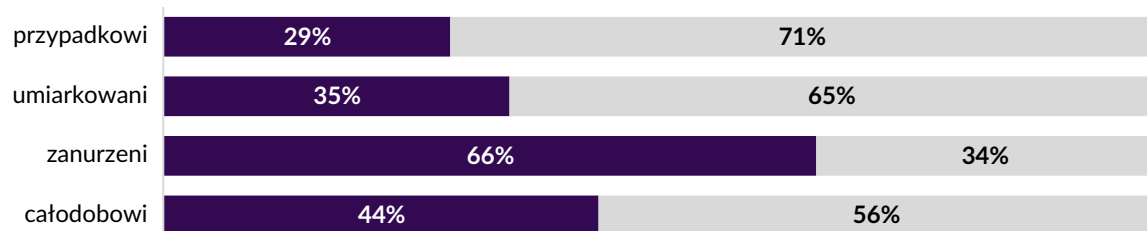
Odsetki badanych którzy ... co najmniej raz w roku, według segmentów



... czytają o muzyce w prasie albo Internecie



... wymieniają się z kimś muzyką (pożyczanie płyt, przesyłanie linków)



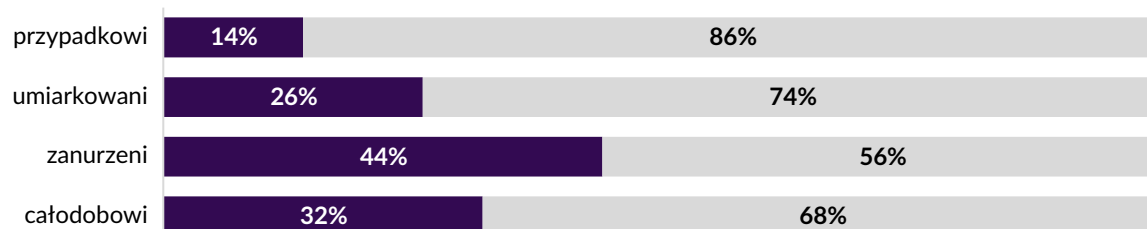
... kupują płyty, pliki z muzyką



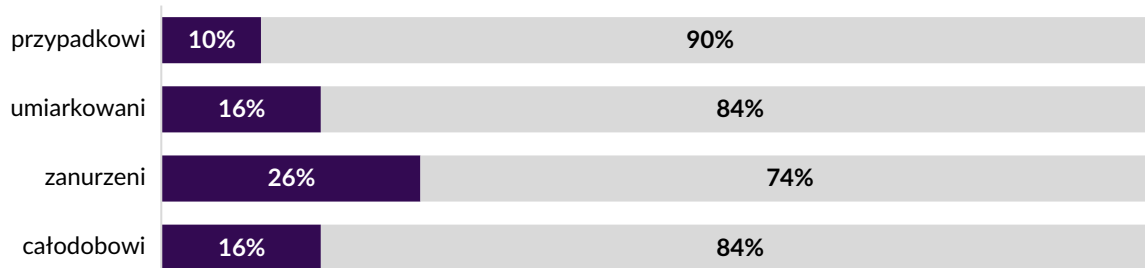
... korzystają z płatnych serwisów z muzyką cyfrową (np. Spotify, Tidal)



... muzykują (grają na instrumentach, śpiewają) indywidualnie



... muzykują (grają na instrumentach, śpiewają) w grupie



Źródło: NCK/Opinia24, CATI, 17-30 października 2023, próba reprezentatywna dorosłych Polaków, N = 1000.

Analiza segmentacji przypomina, że deklaracje niemal powszechnego słuchania muzyki dla przyjemności oznaczają bardzo różny poziom zaangażowania respondentów. Bardzo wielu Polaków codziennie słucha muzyki, ale grupa prawdziwych entuzjastów jest relatywnie niewielka. Dla większości jest ona raczej elementem tła ich życia.



NARODOWE
CENTRUM
KULTURY



BADANIA
NCK