

Sławomir H. Zaręba, Marcin Choczyński

Warszawa jako metropolia i centrum kultury

Uniwersyteckie Czasopismo Socjologiczne nr 8, 41-53

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

Sławomir H. Zareba
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
Marcin Choczyński
Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

WARSZAWA JAKO METROPOLIA I CENTRUM KULTURY

ABSTRAKT

Tematem niniejszego opracowania będzie kultura występująca w metropolitalnym środowisku m.st. Warszawy. Wzory kulturowe – jako podstawowe fenomeny wiążące relacje społeczne – występują we wszystkich wspólnotach ludzkich, pozwalając tym samym jednostkom na pokazywanie swojego człowieczeństwa i budowanie trwałych związków interpersonalnych. Im większy wymiar zbiorowiska ludzkiego, tym być może mniej te związki są oczywiste (kwestia anonimowości), jednakże to właśnie we wielkich aglomeracjach ich natężenie przybiera formy najbardziej złożone. Taki też obraz widoczny jest w przeprowadzonym przez zespół socjologów z Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego badaniu dotyczącym kultury przejawianej w Warszawie. Ta analiza jest kolejnym projektem, realizowanym w ramach cyklu Polski Pomiar Postaw i Wartości (PPPiW) w Instytucie Socjologii UKSW w Warszawie. W niniejszym artykule przedstawione zostaną więc główne determinanty rozwoju zjawisk kulturowych w środowisku metropolitalnym, poparte w drugiej części wybranymi analizami empirycznymi, zanotowanymi w procesie badawczym.

Słowa kluczowe: kultura, metropolia, Warszawa, Noc Muzeów

ABSTRACT

The main theme of this study is the culture of Warsaw metropolitan area. Cultural patterns, as a basic phenomenon that bonds human interactions, exist in all societies and allow their members to express themselves and build stable relationships. The bigger the society, the less obvious these relationships are (anonymity), however, they are also the most complex in urbanized areas. Similar picture appears in the research on manifestation of culture in Warsaw. In the second part of this article we show the main determinants of cultural phenomena development in metropolitan area, which were confirmed by empirical analysis. The presented analysis is a part of the bigger project that is realized in Institute of Sociology (Cardinal Stefan Wyszyński University in Warsaw) – Polish Measurement of Attitudes and Values.

Keywords: culture, metropolis, Warsaw

Wprowadzenie

Kultura jako występująca powszechnie wartość i zarazem element definicyjny każdego społeczeństwa ludzkiego, dostosowana jest zawsze do charakterystycznych cech danej społeczności. Trzeba także dodać, że dziejący się powszechnie w czasie i przestrzeni proces kulturowy odbywa się w swoistych ramach instytucjonalnych, wytworzonych przez wzory

interakcji międzyludzkiej. Takimi ramami mogą być określone środowiska, w jakich współdziałają jednostki. Jednym z nich jest środowisko zurbanizowanej przestrzeni metropolitalnej, które w Polsce najpełniej występuje w Warszawie. Należy tutaj wspomnieć, że środowisko miasta stołecznego wytworzyło specyficzne wzory kulturowe, oparte przede wszystkim na unikalnym dziedzictwie historycznym i będące poniekąd symbolicznymi reprezentacjami losów narodu polskiego. Te wszystkie konotacje sprawiają, że w analizach dotyczących kultury warszawskiej pojawia się „egocentryzm stołeczny” przejawiający się w gloryfikowaniu jej cech i jednocześnie budowaniu dystansu do dziedzictwa innych polskich miast (por. Wallis 1969: 229-230). Dlatego właśnie analiza kultury warszawskiej wydaje się być tak ciekawa poznawczo, będąc zarazem doskonałym polem badawczym.

Niniejsze opracowanie jest odzwierciedleniem obserwacji poczynionych podczas analizy badawczej warszawskiej Nocy Muzeów 2013. Kultura wielkomiejska, połączona z nocną aurą, uwypuklającą jej cechy, stanowiła wyzwanie, ale także zmuszała do kontemplacji napotykaných wartości. Nocna atmosfera jest takim czasem, gdzie uwidacznia się najlepiej kontrast między miejskim stylem życia (zwyczajowa pora konsumpcji, ale i towarzyskości) w porównaniu chociażby do obszarów wiejskich, pozbawionych w dużym stopniu elementów świetlnych. Takie artefakty jak neony, bandery, billboardy i świetlne dekoracje uliczne stanowią podkreślenie pory nocnej, jako czasu nie tylko odpoczynku, ale i aktywności (zob. Rewers 2005: 137).

Wielkomiejski styl życia jednostek wytworzony na przestrzeni lat i będący jednocześnie szczytowym osiągnięciem procesu rozwoju społeczeństw jest odpowiedzialny zarówno za proces twórczy, jak też i recepcję kulturowych wzorów przez poszczególnych ludzi. Dzisiejsze społeczeństwa, zglobalizowane oraz rozwijające się w duchu paradygmatu ponowoczesnego, szczególnie w środowiskach aglomeracyjnych pokazują nowe wzory kulturowe, oparte m.in. na innym niż dotychczas podejściu do architektury (np. zagospodarowywanie dawnych, zdewastowanych przestrzeni industrialnych), czy także kreacji specyficznych stylów życia, w tym mody, która w warunkach wielkomiejskich zawsze nabierała szczególnego wyrazu. Odmienność sposobów życia w metropolii od specyfiki małomiasteczkowej, czy wiejskiej jest w socjologii stałym punktem wyjścia do analizy różnic między społeczeństwami tradycyjnymi a nowoczesnymi. Można nawet powiedzieć, że metropolia i wielkomiejski styl życia są czystą reprezentacją empiryczną najnowocześniejszego typu relacji społecznych, dostosowaną przede wszystkim do dzisiejszej doskonałości technologicznej.

Socjologia kultury miasta

Na początku należy zaznaczyć, że zagadnienia kulturowe przejawiane w mieście były obecne w refleksji uznanych twórców polskiej socjologii akademickiej, m.in. Floriana Znanięckiego (*Miasto w świadomości jego obywateli. Z badań Polskiego Instytutu Socjologicznego nad miastem Poznaniem*, publikacja z 1931 r.) oraz Stanisława Ossowskiego (artykuł *Urbanistyka i socjologia* z 1945 r.). Obecnie najbardziej znani przedstawiciele polskiej socjologii miasta to Aleksander Wallis, Paweł Rybicki, Bohdan Jałowicki oraz Krzysztof Przeclawski. Odnotowanie dorobku polskiej socjologii obszarów miejskich ukazuje, iż urbanizacja i zachodzące w niej procesy kulturowe nie były obojętne dla polskich uczonych i badaczy społecznych. Starali się oni nawiązywać do ustaleń innych twórców, m.in. ekologizmu miejskiego i przede wszystkim szkoły chicagowskiej. Co ważne, ich spostrzeżenia nie zdezaktualizowały się i nadal stanowią trwały wkład do kwestii urbanistyki, socjologii i kultury jako takiej, dając jednocześnie niezbędną inspirację dla nowych pokoleń badaczy eksplorujących wciąż do końca niepoznany aglomeracyjny

behavior. Dzieje się tak dlatego, ponieważ aglomeracje miejskie wciąż rozwijają się – zarówno pod względem ilościowym jak też jakościowym, a sama problematyka urbanizacji staje się jednym z głównych problemów społecznych w XXI w.

Żeby w pełni przejść do zdiagnozowania głównych determinantów uczestnictwa warszawiaków w kulturze swojego miasta, trzeba najpierw zaakcentować socjologiczną analizę kultury wielkomiejskiej jako fenomenu swoiście odrębnego od innych. Jest ona specyficzna, gdyż wymuszona warunkami środowiska urbanizacyjnego, powodującego modyfikacje w ludzkich interakcjach. Trzeba jednak dodać, że to środowisko metropolitalne oferuje jednostce najpełniejszy wachlarz uczestnictwa w kulturze, od form bezpośrednich, popkulturowych (street art, graffiti, murale, happeningi, koncerty muzyki popularnej) aż po najbardziej wysublimowane przejawy kultury wysokiej (muzea, opera, teatr). „Możliwości wyboru dóbr kulturalnych stanowią o integracji kulturowej i świadczą o wyższym stopniu rozwoju kultury. Nie tylko bowiem dobra te są dostępne, ale też można je – i to w coraz wyższym stopniu – wybierać” (Jacher 2010: 41). Argument ten odnosi się do warunków twórczego uczestnictwa w kulturze wielkomiejskiej, jej pogłębiania. Powyższe stwierdzenia są odzwierciedleniem niebywalej ruchliwości społecznej, jaką można zaobserwować w mieście. To właśnie ona determinuje wolny wybór wartości kulturowych, zrywa także z przypisanymi przez tradycję idealami wywodzącymi się z wiejskich społeczeństw tradycyjnych (zob. Przeclawski 1968: 17-20). Warto również dodać, że tym sposobem obszar zurbanizowany wpływa na modyfikację samego wychowania jednostki i nabywanie przez nią określonych wartości socjalizacyjnych.

Symboliczne reprezentacje kulturowe mają odbicie w dążeniu ludzi do poznawania wartości wyższego rzędu, pozwalają również na zaspokojenie potrzeb o bardziej wysublimowanym charakterze, niż tylko te podstawowe, wynikające z organicznego urządzenia ludzkiego ciała. Kultura jest więc także cechą wyróżniającą gatunek ludzki i dającą przewagę nad innymi wytworami natury, ponieważ wychodzi poza naturalne ograniczenia, będąc pokazem siły i triumfu ludzkości (por. Jencks 1995: 2). Jednakże doskonale niekiedy widać, że nadmierny tryumfalizm i wiara w doskonałość ludzkiego gatunku, widziana przez pryzmat doskonałości kulturowej – nie sprawdzają się. Analizowane tutaj środowisko wielkomiejskie, będące przecież szczytowym wytworem kultury ludzkiej, nie jest wszak wolne od patologii i dewiacji, przyjmujących niekiedy duże rozmiary.

Kultura jest przede wszystkim podstawą funkcjonowania człowieka w świecie, stanowi o jego prymacie względem innych istot, a także ukazuje jego możliwości twórcze, przyczyniające się do powstania określonego dorobku, który jest wspólny dla całej ludzkości (por. Czarnowski 2005: 18). Najbardziej innowacyjnym zaś faktorem kultury jest niewątpliwie fakt jej budowania przez ogół ludzkości świata, poczynając od form prymitywnych, charakteryzujących się trybalizmem i mało rozwiniętą strukturą społeczną aż do zdecydowanie nowocześniejszych, technologicznie bardziej zaawansowanych społeczeństw (zob. Malinowski 1944: 10). Można więc z całą pewnością stwierdzić, że kultura jest immanentną częścią życia zbiorowości ludzkich.

Najbardziej doniosłymi fenomenami kulturowymi są z pewnością symbole. Miasto jako określone środowisko zmienione w sposób twórczy przez człowieka będzie więc takim miejscem, w którym symbole będą się przejawiać w całej rozciągłości. Są one wartościami kulturalnymi, które poprzez swoją wymowę określają charakter danego miejsca, jego rolę historyczną oraz potencjał. Aleksander Wallis (zob. 1967: 73-74) wymienia lapidarność, obrazowość oraz konkretność jako cechy symboli miejskich. Stanowią one podstawowe skojarzenia z miastem, przeniknięte szeroko do popkultury, np. warszawska syrenka, poznańskie koziołki, krakowski

Wawel. Mogą się one również wiązać ze sferą stereotypizacji a także stanowić nawiązanie do sfery podświadomości i pozaracjonalności.

Robert Ezra Park w jednym ze swoich artykułów w ciekawy sposób łączy typową dla społeczeństw tradycyjnych wiarę w magię i inne artefakty o charakterze nadprzyrodzonym z elementarnymi cechami kultury nowoczesnej, skupionej przede wszystkim w obszarach metropolitalnych. Dawne zwyczaje magiczne można nadal odnaleźć w tak złożonym, nowoczesnym i kompleksowym środowisku, jak dzisiejsze wielkomiejskie obszary zurbanizowane, ich forma jest jednak znacznie bardziej zrjonalizowana, dająca się wytłumaczyć argumentami natury naukowej (zob. Park 1925: 129). Tak więc kultura jako ludzki superwzorzec, posiada niebywałą wręcz zdolność przystosowawczą – jej części najstarsze, powszechnie uznane za przeżytki kulturowe, mogą występować w najbardziej technologicznie zaawansowanych środowiskach miejskich. Jest to jeszcze jeden argument na rzecz podjęcia badań nad kulturą miejską jako specyficznego *patchworku*, przekazującego wiele informacji o rozwoju społecznym od czasów wspólnotowych po dzień dzisiejszy.

Kultura w formie najnowszej, najbardziej rozwiniętej i różnorodnej, występuje więc w dzisiejszych obszarach metropolitalnych, złożonych przede wszystkim z wielu odmiennych środowisk składających się na jeden obszar miejski. Kwestia kultury miejskiej jest także obiektem wzmożonego zainteresowania socjologów, gdyż urbanistyczny *behavior* staje się jakby katalizatorem wielu specyficznych wzorów czy stylów życia, odzwierciedlających panujące mody, ale także jednocześnie kreujących te zjawiska. Już w początkach socjologicznej refleksji o mieście, jako wyjątkowym miejscu egzystencji jednostek, pojawiają się twierdzenia o charakterystycznej roli kultury, jej obecności w życiu mieszkańców, a także jej oddziaływaniu na tożsamość wielkomiejską. Przede wszystkim wymienia się tutaj kompleksowość życia miejskiego, łączącego w swoim wymiarze wiele zachowań, nawet przeciwstawnych (por. Park, 1915: 578). Wynika ona przede wszystkim z samego zagęszczenia populacji w obszarze miejskim, spotęgowanego zastanym układem urbanistycznym, który wpływa na rozprzestrzenianie się charakterystycznych wzorów kulturowych.

Kompleksowość taka, opisana przez pioniera badań nad miastem - Roberta Ezrę Parka – jest połączona z inną cechą metropolii, mianowicie jej niebywałą segmentacją oraz różnicowaniem się funkcji poszczególnych obszarów, które specjalizują się w innych rodzajach działalności (zob. Burgess 1925: 56). Zaistnienie takich a nie innych wzorów kulturowych pomiędzy mieszkańcami metropolii jest więc uwarunkowane warunkami środowiska urbanizacyjnego, które kształtuje podział ludności, fragmentaryzując przy okazji rodzaje działalności ludzkiej.

Oprócz kompleksowości, jako cechy definicyjnej kultury miejskiej, wyróżnić można także kreatywność jako tendencję do ulepszania zastanej rzeczywistości, wyrażonej przede wszystkim w dynamizmie zmian zachodzących w obszarze metropolitalnym (por. Landry 2010: 8). Poprzez zagęszczenie terytorialne jednostek, wynikający z tego faktu charakter zabudowy, kultura miejska posiada tendencje do coraz bardziej specjalistycznego definiowania swojej istoty.

Przytłaczający charakter miejskiego zgielku czy tłumu, który stara się wymusić na jednostce stopniową unifikację, daje jednocześnie podstawę do poszukiwania wolności poprzez kreatywne odróżnienie się oraz zaznaczenie swojej odmienności. Unifikacyjny i zarazem nastawiony na uniformizację charakter wielkomiejskiego życia, paradoksalnie wywołuje rozwój kultury, poprzez poszukiwanie coraz to nowych możliwości ekspresji. Amerykański pisarz Lewis Mumford właśnie dlatego twierdził, że „kultura miejska jest ostatecznie kulturą życia

w najbardziej doniosłych jego przejawach” (Mumford 1996: 492). Taka afirmacja kultury miejskiej stanowi o jej sile oddziaływania, która wzmocniona jest dodatkowo uwarunkowaniem środowiskowym. Koncentracja zjawisk kultury masowej, polegająca na ujednostajnieniu zwyczajów, obyczajów czy mód, stanowi więc dla jednostki pewne wyzwanie w aktywnym oszukiwaniu swojej niszy kulturowej, niebędącej prosta kalką wartości oferowanych powszechnie (por. Rybicki, 1972: 326).

Okazuje się, że urbanizm (sam traktowany jako przejaw kultury) pomaga w tworzeniu nowych wzorów, niejako poprzez wymuszenie na jednostkach pewnych innowacji, które niezbędne są do pokonania niewygód, związanych z funkcjonowaniem w zatłoczonej miejskiej przestrzeni. Na przestrzeni lat widać bowiem, że to wielkie miasta stanowiły centrum wszelkich innowacji technologicznych, chociaż przypisywano im charakterystyki raczej negatywne, z punktu widzenia ich pejoratywnego oddziaływania na jednostkę (zob. Jałowiecki, Szczepański, 2006: 15).

Rozwój kultury miejskiej nie byłby widoczny w takim stopniu jak obecnie, gdyby nie zaistniały wielopoziomowe sieci wymiany, które w środowisku miejskim uzyskują najlepsze warunki do rozwoju. To właśnie dystrybucja (wymiana) jest tym czynnikiem, który powoduje najszybszy rozwój wzorów kulturowych w społeczeństwie wielkomiejskim. Dodatkowo jest ona spotęgowana przez samą ilość jednostek skupionych w mieście i mogących uczestniczyć w jej realizacji (zob. Jałowiecki, 2010: 199). Należy tutaj także przypomnieć, że infrastruktura miejska, dostosowana do przemieszczania się dużej liczby jednostek, sprzyja nawiązywaniu wzorów wymiany kulturalnej. Powoduje również ekspozycję dużych liczebnie zbiorowości na komunikaty perswazyjne uosobione w reklamie.

Trzeba w tym miejscu również przytoczyć opinie przeciwstawne, które odnoszą się do kwestii socjologii kultury miasta w sposób bardziej krytyczny. Wybitny socjolog hiszpański Manuel Castells twierdzi w swoich pracach, że pojęcia miejskiej kultury są głęboko niejednoznaczne i niedookreślone, aby można było je analizować w sposób obiektywny. Miejskość jako kategoria kultury wg tego autora wymyka się prostym schematom interpretacyjnym, które zostały nakreślone jeszcze przez twórców szkoły chicagowskiej (por. Castells 1982: 81). Nie znaczy to jednak, że zurbanizowane obszary miejskie nie tworzą zupełnie nowych, specyficznych dla siebie wzorów uzewnętrzniionych w ludzkim współoddziaływaniu. Ich odkrywanie jest jednak procesem złożonym, stanowiąc tym samym pole do przyszłych analiz socjologicznych, skupiających się właśnie na obszarach metropolitalnych. W naukowych opisach kultury miejskiej nie brak jest także barwnych jej opisów, które podkreślają stosunek autorów do tej kwestii. Należy także dodać, że takie działania charakteryzowały świadomościowe ujęcie miasta i jego kultury, jako faktów decydujących o jego postrzeganiu (por. Majer 2010: 124-126). Emocjonalne podejście do kwestii miejskich jest poniekąd uwarunkowane osobistym uczestnictwem w tym fenomenie, stanowiąc realistyczny, namacalny wymiar uczestnictwa.

Występujące w miejskiej tkance różnorakie konfiguracje kulturowe pobudzają się wzajemnie do wzrostu i działania, powodując tym samym większe zagęszczenie artefaktów w przestrzeni publicznej miasta. W tym kontekście trzeba także wspomnieć o roli usług, które w obszarach metropolitalnych znalazły najlepsze warunki do rozwoju, przyczyniając się tym samym również do specjalizacji kultury, odpowiadającej danemu obszarowi w mieście, i będącej niejako wyrazicielem manifestu danej dzielnicy i jej mieszkańców. To właśnie traktowanie kultury jako jeszcze jednej sfery użytkowej, spowodowało w obszarach wielkomiejskich jej umasowienie. Stało się ono bezpośrednim przyczynkiem do instytucjonalizacji kultury miejskiej i jej wytworów. Instytucjonalizacja danych wzorów kulturowych prowadzi do dalszej specjalizacji kultury

ujmowanej jako sztuka wyższa, której charakter jest przeważnie kontemplacyjny. Tak widziana infrastruktura socjokulturalna jest także swoistym panaceum na zagubienie człowieka w sferze dominującego nad nim w metropoliach gigantycznego urbanizmu (por. Syrkus 1984: 788). Instytucjonalizacja kultury w miastach jednocześnie zwiększa możliwość dotarcia do niej. Poszczególne jednostki mogą zatem w obrębie miasta, korzystając z udogodnień komunikacyjnych, w miarę łatwo dotrzeć do ośrodków informacji, instytucji naukowych, oświatowych czy artystycznych uosobionych najczęściej w muzeach (zob. Przeclawski 1966: 27). Należy jednak dodać w tym miejscu rolę dzisiejszych mediów elektronicznych, które niejako „przybliżyły” możliwość obcowania z kulturą dla jednostek, które są od centrów miast oddalone przestrzennie. Urbanizacja nie stanowi już więc takiego ułatwienia w dostępie do kultury, jak kilkadziesiąt lat temu.

Można także powiedzieć, że instytucjonalna forma kultury jest jakby parasolem ochronnym i odprężeniem dla jednostki, pragnącej odpocząć od trudów życia wielkomiejskiego. Takie instytucje są także odpowiedzią na rozpowszechnioną w metropoliach komercjalizację wszystkich przejawów funkcjonowania i traktowania zarówno realnych jak i wirtualnych zdarzeń w kategoriach towaru na sprzedaż. Wystawienie coraz większych ilości elementów kultury na rynek rodzi reperkusje w postaci chęci ucieczki od miejskiego zgiełku i nadmiaru komunikatów perswazyjnych, które spotęgowane są chociażby poprzez działalność usługową (zob. Wirth 1938: 22). Klasyk niemieckiej myśli socjologicznej, Georg Simmel, doskonale opisał postawy mieszkańców obszarów metropolitalnych, posługując się twierdzeniem o ich zblazowaniu, czyli przeciążeniu sensorycznym wobec stale obecnych w środowisku miejskim bodźców. Po pewnym czasie jednostki nie odbierają już kierowanych do nich komunikatów, z uwagi na ich spowszednienie a także postępującą obojętność łączącą się niekiedy z wyczerpaniem nerwowym (zob. Simmel 2005: 308). Wielkomiejskie środowisko stanowi zatem zarówno pole wielkiej wolności i indywidualizacji kultury, z drugiej jednak strony może być jednak zagrożeniem dla tożsamości, z uwagi na nadmiar nawet przeciwstawnych ofert kulturalnych.

Kolejnym ważnym aspektem kultury miejskiej zdaje się być stałość procesu modernizacji. Widoczne to jest chociażby w metropolii warszawskiej, jednakże ilość i charakter zmian zdają się redefiniować „tradycyjne” ujęcia poszczególnych jej fragmentów. Należy tutaj wspomnieć chociażby o dzielnicach, które dynamicznie zmieniają swój charakter, poprzez zmiany w technologii produkcji. Takim przykładem jest chociażby Wola, zmieniająca kompleksowo swój charakter jako dzielnica. Dawniej kojarzona w przemyśle, dziś – w obliczu wyczerpania się paradygmatu industrialnego – coraz częściej przedstawiana jest jako część biurowo-usługowa, będąca siedzibą globalnych firm działających w najbardziej innowacyjnych sektorach gospodarki. Towarzyszy temu zmiana krajobrazu i tkanki miejskiej. Budynki przemysłowe są zastępowane biurami oraz hotelami, które na stałe redefiniują charakter i sposób postrzegania tego obszaru metropolii.

Powyższe stwierdzenia, odnoszące się do fragmentaryzacji funkcji poszczególnych dzielnic w metropolii, są także potwierdzeniem widocznych w socjologicznej refleksji ujęć dotyczących centrum i peryferii danego miasta. Rejonizacja obszaru jest procesem naturalnym, ponieważ pozwala na bardziej właściwe wyodrębnienie funkcji danych obszarów. Trzeba także dodać, że kulturowe wzory dzielnic śródmiejskich mogą znacząco różnić się od obszarów peryferyjnych. O ile suburbia stanowią obszary codziennego zamieszkania, sferę „sypialną”, której głównym celem staje się odpoczynek, o tyle śródmieście, jako centrum skupia segmenty pracy, rozrywki a także szerokiego uczestnictwa w kulturze, poprzez ulokowanie w prestiżowych miejscach

podstawowych instytucji kulturalnych. Rejonizacja miast wymaga więc specjalizację czynności i zarazem odseparowanie sfer odpoczynku oraz czynnego uczestnictwa w kulturze (por. Giddens 2003: 175).

Takie rozczłonkowanie miasta i jego części składowych spełnia rolę funkcjonalną, która różnicuje poszczególne etapy działalności człowieka, stawiając przy tym kulturę wysoką w miejscu uprzywilejowanym, czyli centrum – które zarazem podkreśla jej znaczenie i prestiż. Czynności o charakterze mniej waloryzującym przenoszone są zaś na peryferie. Działanie takie jest również odpowiedzialne za hierarchizację symboli, uporządkowanie ich według rang dzielnic. Powszechnie wiadomo, że najbardziej pożądane wydają się być dzielnice centralne miasta, które stanowią o jego tożsamości i ważności (zob. Wallis 1979: 111). Podstawowa organizacja życia miejskiego jest właśnie wyznaczona przez jego centrum, uosabiające wartości kulturowe – zarówno symboliczne jak i materialne. Ono stanowi podstawową oś miasta, jego miejsce reprezentacyjne.

Oprócz centrum, najbardziej doniosłymi miejscami w tkance miejskiej okazują się być otwarte przestrzenie publiczne, takie jak parki, place, pasáže, deptaki, błonia czy skwery. To właśnie w takich miejscach zachodzi namacalna i wspólna recepcja wzorów kulturowych. Celebracja ważnych wydarzeń społecznych, politycznych czy religijnych zachodzi właśnie w plenerowym otoczeniu. Zarówno mieszkańcy wielkich miast, jak i turyści mogą wtedy wspólnie uczestniczyć w ważnych dla nich wydarzeniach, które jednocześnie, poprzez wspólne zgrupowanie, budują tożsamość zbiorową (por. Klasik 2010: 15). Wspólne przeżycia publiczności warszawskiej wielokrotnie uwidaczniały się w takich wydarzeniach plenerowych, jak chociażby msza papieska odprawiana na Placu Zwycięstwa w 1979 r. czy zbiorowe kibicowanie polskiej reprezentacji podczas meczów Mistrzostw Europy w piłce nożnej w 2012 r.

Same organizacje i instytucje miejskie starają się propagować swoją kulturę oraz inwestować w jej rozwój. Jakość oferty kulturalnej dla potencjalnych konsumentów stanowi więc także dowód na ich kreatywność w budowaniu swojego wizerunku. W różnorodnych rankingach jakości życia w mieście, coraz częściej pojawiają się odwołania właśnie do stopnia rozwoju oferty kulturalnej jako wskaźnika osobowego uczestnictwa i zarazem stylu życia. Stanowi to wyróżnik tzw. *creative cities* (zob. Gruszka 2010: 256). Troska o dobro wspólne a także dziedzictwo kulturowe to następna cecha rozwiniętych metropolii, świadomych własnej wartości i znaczenia.

Nie da się więc w kontekście powyższych rozważań nie zauważyć, że urbanizm składa się na szerszy aspekt danego stylu życia, wyrażającego przede wszystkim chęć zerwania z przypisanym charakterem życia społeczeństw tradycyjnych. Miasto daje daleko większe pole możliwości do urzeczywistnienia pragnień jednostki, jej wolności oraz samostanowienia. Specyficzne warunki środowiskowe metropolii pozwalają także jednostce na dowolne kształtowanie swoich wzorów czy relacji w multikulturowej panoramie społecznej, charakteryzującej się ponadto stałą fluktuacją (zob. Zareba, 2012: 23-24). Ciągła zmiana ilościowa składu mieszkańców powoduje, że to wielkie skupiska ludności miejskiej są głównymi aktorami działań innowacyjnych, przyczyniając się do rozwoju i tym samym modyfikacji zastanych wzorów kulturowych.

Nie należy jednak jednocześnie zapominać, że każde środowisko wielkomiejskie jest także konkretną przestrzenią lokalną i miejscem, z którymi jednostki je zamieszkujące głęboko się identyfikują, mimo stałej zmienności. Tendencje zewnętrzne czasami napotykać na opór w postaci artykulacji potrzeb środowiska lokalnego, którego egzystencja kulturalna stoi z nimi w sprzeczności. Uwidacznia się tutaj także rola tradycji (zob. Bukowska-Floreńska 2010: 9).

Widać więc, że także w środowisku metropolitalnym obecne są tendencje wyrażające sprzeciw wobec jego cech konstytutywnych, takich jak ciągła modernizacja oraz ruchliwość i zmiana kulturowa. Empirycznym uzasadnieniem będą tutaj widoczne w miastach obszary poddane procesowi gettoizacji przestrzeni, wyrażające się obroną kultury własnej wobec egzogamicznych trendów i idei.

Szczególną formą wyrażania kultury wielkomiejskiej jest uczestnictwo jednostek w jej przejawach. Jedną z nich jest na pewno inicjatywa „Noc Muzeów”, mająca za cel przybliżenie wartości kulturowych mieszkańcom metropolii. Podstawowe dane obrazujące charakter uczestnictwa w kulturze miasta zostały przedstawione poniżej, a zamiarem zespołu badawczego jest kontynuowanie tych analiz, tak aby ich charakter zbliżył się do badań longitudinalnych (wzdłuż czasu), pozwalających na uchwycenie stałych tendencji w cyklicznie wznawianym procesie analizy.

Europejska Noc Muzeów. Warszawa 2013 – egzemplifikacja uczestnictwa w kulturze

Organizowane w Warszawie już po raz dziesiąty wydarzenie kulturalne, noszące nazwę Noc Muzeów 2013, stało się dobrą okazją do socjologicznej obserwacji uczestników, a więc osób pragnących wziąć udział w tzw. kulturze wyższej. M. Czerwiński (1999: 112) pisząc o warunkach uczestnictwa w takiej kulturze zauważa, że „dzieła i zdarzenia nowoczesnej kultury wyższej dostępne są dziś na zasadzie rynkowej, z założenia otwartej. Do muzeum, galerii, biblioteki teatru wchodzi się wykupując bilet, czy abonament, a reprodukcje plastyczne, nagrania płytowe, książki, czasopisma są towarem dostępnym w zasadzie dla każdego”. A zatem, nie jest już ona zastrzeżona dla wąskiej grupy znawców i odbiorców, jak to było kiedyś. Dziś problemem może być dostępność (duże miasto z zasobami kulturalnymi) oraz zasobność portfela. Warto w tym miejscu dodać, że różnica pomiędzy tą jedną nocą a resztą dni w roku jest dość zasadnicza, znika bowiem bariera finansowa, gdyż wszystkie obiekty były ogólnie dostępne.

Permanentne organizowanie takich imprez kulturalnych budzi – i chyba słusznie – pytania o kulturę wyższą (elitarną) i kulturę masową oraz ich współzależność. Czy faktycznie występuje między nimi jakaś opozycja i wyraźna granica? Czy zarówno jedna jak i druga dostarczają podobnych przeżyć estetycznych o silnym ładunku emocjonalnym, czy obie są gwarantem głębokich przeżyć intelektualnych? Nie jest łatwo odpowiedzieć na te pytania jednoznacznie. Wiadomą jest rzeczą, że pierwsza upowszechniana jest przez instytucje kulturalne według określonego kanonu estetycznego, a przy tym najczęściej przy bezpośrednim kontakcie twórcy z odbiorcą, druga zaś jest popularyzowana głównie przez środki masowego przekazu, propagująca treści popularne, będąc przy tym znacznie skomercjalizowana. Jednocześnie częściej elity kulturalne uczestniczą w kulturze masowej niż odbiorcy kultury masowej w tym, co określamy mianem kultury elitarniej. Dla elit kulturalnych uczestnictwo w tym, co proponuje kultura popularna, masowa bywa odbierane jak rozrywka i jeden ze sposobów spędzania wolnego czasu. M. Czerwiński pisze, że kultura masowa korumpuje elity wygodami „konsumpcji” a współczesne uniwersum telewizyjne – traktowane tu, jako jeden z przykładów - zdaje się zagrażać uczestnictwu w kulturze elitarniej także tym, którzy są do niej w pełni przygotowani (por. Czerwiński: 115). Niemniej, trudno nie zgodzić się z poglądem, że upowszechnianie Nocy Muzeów ma na celu przybliżenie wytworów kultury wyższej przeciętnemu odbiorcy, który większość wolnego czasu spędza przy telewizorze czy komputerze. Noce Muzeów dostarczają okazji do bezpośredniego kontaktu z kulturą wysoką i jej wytworami (dziełem, twórcą) – uznawaną przez autorytety i elitarnie instytucje - które mogą nie poddawać się presji rynku, gdyż

finansuje je państwo lub inni mecenasi, będący zainteresowani ich społeczną bądź prestiżową wartością, nie zaś handlową (por. Szacka 2003: 426).

Coroczne Noce Muzeów to „otwarty rynek ofert kulturalnych” (Czerwiński 1999: 111), na który składają się muzea i galerie z wystawami okresowymi i stałymi oraz towarzyszącymi im występami artystycznymi. Możemy śmiało powiedzieć, że stały się one ofertą kulturalną, która trafia już nie tylko do elit kulturalnych, jak to bywało kiedyś, ale również do przeciętnego odbiorcy, oczywiście pod warunkiem, że wykaże nią swoje zainteresowanie. Warszawa przygotowując z tej okazji blisko 200 różnorodnych imprez, stworzyła swoisty rynek ofert kulturalnych mających również wymiar edukacyjny, naukowy i poznawczy a przy tym rekreacyjny, bo pozwalający dobrze spędzić ten czas z rodziną lub znajomymi, w poczuciu, że się jest jednocześnie konsumentem kultury wyższej.

Zrealizowane w nocy z 18 na 19 maja 2013 na terenie Warszawy badanie socjologiczne dot. partycypacji w kulturze, stało się tym samym pionierskim sondażem podejmującym tę problematykę. Ich organizatorem i wykonawcą był międzykatedralny Zespół Badawczy Instytutu Socjologii Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie, który podjął się już po raz piąty zadania przeprowadzenia badań terenowych w ramach serii badawczej noszącej tytuł Polski Pomiar Postaw i Wartości. Badanie przeprowadzono wykorzystując w tym celu ankietę wywiadu zatytułowaną *Europejska Noc Muzeów. Warszawa 2013*, która składała się z 19 pytań tematycznych oraz 7 metryczkowych. Podział terytorialny, sprowadzono do poziomu dzielnic, co umożliwiło geoprzestrzenne ograniczenie próby, do której wybrano następujące 17 muzeów: 1) Muzeum Łazienki Królewskie; 2) Muzeum Narodowe; 3) Muzeum Historyczne m.st. Warszawy; 4) Państwowe Muzeum Etnograficzne; 5) Muzeum Zamek Królewski; 6) Muzeum Techniki NOT; 7) Muzeum Legii Warszawa; 8) Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie; 9) Instytut Pamięci Narodowej; 10) Muzeum Łowiectwa i Jeździectwa; 11) Muzeum Warszawskiej Pragi; 12) Muzeum Pałac w Wilanowie; 13) Muzeum Powstania Warszawskiego; 14) Muzeum Historii Żydów Polskich; 15) Muzeum Kolejnictwa w Warszawie; 16, Muzeum Sportu i Turystyki; 17) Muzeum Neonów. Badanie przeprowadzono na reprezentacyjnej próbie osób w kategoriach wiekowych powyżej 15 roku życia, która ostatecznie liczyła N = 1296 respondentów zróżnicowanych pod względem wieku, płci, wykształcenia, sytuacji społeczno-zawodowej, dochodu. Celem badania było zdobycie min. informacji na temat motywów uczestnictwa, codziennej aktywności kulturalnej respondentów w ciągu roku, wiedzy i zainteresowań w tym zakresie kultury i sztuki, czy wreszcie oceny organizacji całego przedsięwzięcia, za które odpowiadały powołane w tym celu instytucje miejskie. Główny jednak cel ogniskował się wokół poziomu partycypacji w kulturze.

Kim byli uczestnicy tegorocznej Nocy Muzeów? Otóż, w długich kolejkach do wejść warszawskich muzeów częściej można było spotkać kobiety (58%) niż mężczyzn (42%). Z kolei ze względu na wiek zdecydowana większość uczestników, to osoby młode do 30 roku życia (59%) wobec trzydziestolatków, którzy stanowili 17% ogółu badanych. Nieco starsi uczestnicy, tj. czterdziestolatkowie oraz pięćdziesięciolatkowie stanowili jeszcze mniej liczną grupę, bo zaledwie po 12% ogółu badanych. Ze względu na wykształcenie dominowały osoby ze średnim wykształceniem (35%) oraz z dyplomem studiów humanistycznych (20%). Najmniej liczne grupy obejmowały respondentów po zasadniczej szkole zawodowej (2%), z dyplomami szkół licencjackich inżynierskich (5%) oraz magisterskich matematyczno-przyrodniczych (8%). Ponad połowa badanych zadeklarowało się bądź to, jako kawalerowie lub panny bądź też, jako single (54%). Status żony lub męża zadeklarowało 29% respondentów. Także miejsce zamieszkania

różnicowało uczestników Nocy Muzeów. Najwyższy odsetek stanowili mieszkańcy Warszawy (72%), na drugim miejscu znaleźli się mieszkańcy innych miast (23%), zaś mieszkańców wsi było jedynie 5% spośród ogółu badanych. Wśród mieszkańców Warszawy przeważali respondenci pochodzący z następujących dzielnic: Mokotów (10%), Wola (8%), Bielany (7%) i Praga Południe oraz Śródmieście (po 6%). Najliczniejszą grupę stanowili aktywni zawodowo (57%) oraz uczniowie i studenci (33%). Najczęściej deklarowany dochód „netto” na osobę - a trzeba dodać, że 34% respondentów odmówiła odpowiedzi na to pytanie - mieścił się w granicach 1501 zł do 3000 zł i wynosił 27%.

Wskaźnikiem umożliwiającym obserwację logiki wyboru mediów informujących o Nocy Muzeów 2013 były odpowiedzi na pytanie: Skąd czerpie Pan/i informacje na temat oferty instytucji kulturalnych biorących udział w Nocy Muzeów? W toku wyboru odpowiedzi, a następnie w procedurze rangowania, respondenci na pierwszym miejscu wymieniali Internet (82%), w dalszej kolejności rodzinę bądź znajomych (40%), plakaty, afisze oraz ulotki (32%), telewizję (28%), radio (27%), prasę lokalną (22%), informacje zamieszczone w tramwajach, autobusach w metrze (20%) i na końcu prasę ogólnopolską (16%).

Na pytanie, jakiego typu ofert oczekują w tę noc, najczęściej pojawiała się odpowiedź – interesujących ekspozycji (62%). Znacznie rzadziej wskazywano na towarzyszące tej imprezie spektakle, okolicznościowe inscenizacje (12%) oraz warsztaty edukacyjne (12%), jeszcze rzadziej oczekiwano wykładów bądź prelekcji (3,5%). Można założyć, że większości przyświecał cel rekreacyjnego spędzenia kilku godzin nocnych i to w gronie przyjaciół i znajomych (49%), z partnerem bądź partnerką (23%), a już znacznie rzadziej z mężem bądź żoną (20%).

Czym zatem przede wszystkim była dla uczestników zorganizowana po raz dziesiąty Noc Muzeów? Najczęściej odpowiadano, że doświadczeniem kulturalnym (55%). Były jednak osoby, które traktowały to wydarzenie, jako przygodę i nowe doświadczenie (19%) a także okazję do przeżycia atrakcyjnego spotkania towarzyskiego (14%). Takie też najczęściej podawano motywy uczestnictwa w tym wydarzeniu kulturalnym. Prawie co dziesiąty badany postrzegał je jako jedyną możliwość odwiedzenia atrakcyjnych miejsc kulturalnych w stolicy (9%). Z kolei jako główny motywator skorzystania z oferty Nocy Muzeów wskazywano osobiste zainteresowania (42%) oraz opinie znajomych (14%). Ale na uwagę zasługuje również wybór odpowiedzi „możliwość bezpłatnego skorzystania z oferty kulturalnej”, którą to odpowiedź wybrał co dziesiąty badany (11%).

Druga grupa pytań bezpośrednio dotyczyła już partycypacji w kulturze, niezależnie od organizowanej Nocy Muzeów. Okazuje się, że respondenci w ciągu roku chętnie oglądają filmy poświęcone sztuce (68%), sięgają po książki bądź albumy zawierające reprodukcje obrazów, zdjęć i grafik (60%) oraz oglądają programy telewizyjne poświęcone sztuce (58%). Badani wykazują również dość wysoki poziom zainteresowania tym, co proponują muzea, galerie sztuki, kina, teatry, czy koncerty. Jednak w ciągu ostatnich 12 miesięcy najczęściej bywali w kinie (83%), rzadziej w muzeach (53%), na koncertach (47%) i w teatrze (42%). Jeszcze rzadziej w galerii sztuki (28%). Zdarzały się jednak osoby, które nigdy dotychczas nie były w galerii sztuki (13%), na koncercie (7%) czy w teatrze (5%).

Przeprowadzając sondaż wśród uczestników Nocy Muzeów, można było założyć, że większość spośród nich, to osoby interesujące się na co dzień kulturą i sztuką. Na pytanie: Czy interesuje się Pan/i kulturą i sztuką? - odpowiedź „zdecydowanie tak” oraz „raczej tak” wybrało łącznie 79% ogółu badanych. Pozostali odpowiadali bądź to „raczej nie” (13%) bądź zdecydowanie nie” (2%). Poziom zainteresowania kulturą i sztuką powinien odpowiadać

poziomowi wiedzy, w naszym przypadku z zakresu kultury i sztuki. Aby to sprawdzić, poproszono respondentów, aby ocenili jej poziom wykorzystując w tym celu skalę od 1 do 5. Subiektywna ocena, na którą składa się łączny odsetek wyboru odpowiedzi „bardzo dobrze” i „dobrze” ujawniła, że najwięcej badanych orientuje się, ale w tym, co proponuje kultura masowa, mianowicie dotycząca repertuaru kin (66%) i muzyki rozrywkowej (60%). Na dalszych miejscach znalazły się: teatr (33%), muzyka poważna (23%), taniec (22%), architektura i urbanistyka (20%), malarstwo (16%), opera bądź operetka (13%) i rzeźbiarstwo (8%).

Widzimy zatem, że zdecydowanie największe deficyty wiedzy (łączny odsetek odpowiedzi „bardzo zła” i „zła”) odczuwano w zakresie rzeźbiarstwa (78%), opery i operetki (72%) oraz malarstwa (56%), a więc dotyczącej właśnie kultury wyższej.

Na koniec zapytano respondentów o ocenę organizacji tegorocznej Nocy Muzeów. Ocenę „bardzo dobrą” bądź „dobrą” wystawiło blisko 2/3 badanych funkcjonowaniu komunikacji publicznej (60%). Blisko 3/4 indagowanych (72%) uznało podawane informacje o ofercie i programach za wystarczające a jeszcze większy odsetek badanych wysoko ocenił poziom bezpieczeństwa na ulicach i w środkach komunikacji miejskiej (79%). Także większość spośród nich doceniło atrakcyjność zaproponowanych ofert kulturalnych (84%).

Podsumowanie

Zarysowane powyżej stwierdzenia teoretyczne dotyczące socjologii kultury miasta a także ilustrujące je dane empiryczne pokazują, jak bogata treściowo okazuje się kwestia uczestnictwa mieszkańców obszarów metropolitalnych we wzorach kulturowych. Przede wszystkim okazuje się, że jednostki zamieszkujące wielkie miasta bardzo pozytywnie oceniają inicjatywy instytucjonalne, które promują kulturę miejską, a także prezentują jej wytwory w sposób niebanalny i ciekawy. Cechy kultury miejskiej wymienione w artykule (kompleksowość, kreatywność, dystrybucja, multikulturowość, zmienność fluktuacyjna oraz modernizacyjna) odpowiedzialne są za taki a nie inny jej plastyczny kształt, dostosowany przede wszystkim do zmieniających się szybko warunków miejskiego życia a także wszechobecnej zmiany.

Badanie kultury miejskiej obrazuje także wielki potencjał myśli twórczej człowieka, która najwyraźniej w zurbanizowanym wysoce środowisku nabiera pokaźnych rozmiarów. Chociaż cykl życia metropolitalnego niesie za sobą wiele anomijnych zagrożeń dla jednostki, to zarazem jest także przestrzenią pozwalającą na aktywizm, pozytywnie nagradzającą podejmowanie roli uczestniczącej w zjawiskach kulturowych, które w takim otoczeniu charakteryzują się głównie mnogością występowania.

Mamy świadomość, że wartość poznawcza przeprowadzonych badań jest dość ograniczona przez brak danych porównawczych, a uzyskany tą drogą materiał empiryczny kreśli statystyczny obraz uczestników Nocy Muzeów 2013, w którym problematyką była partycypacja w kulturze. Przykład zrealizowanych badań pozwala uznać, że uczestnictwo w kulturze elitarnej i zainteresowanie nią dopiero zaczyna nabierać „rozpędu”. Niewątpliwie Warszawa ze swoimi zasobami kulturalnymi w postaci muzeów, galerii, teatrów i kin dostarcza niemałych możliwości kontaktu ze sztuką szeroko rozumianą. Jak żadne inne miasto posiada potencjał kulturalny, którego mogą tylko pozazdrościć inne miasta. Zrealizowane badanie socjologiczne zdaje się potwierdzać tezę o potrzebie organizowania tego rodzaju „impresz”, bowiem przyciągają one nawet osoby, które na co dzień ze sztuką nie mają wiele do czynienia.

Bibliografia:

- Bukowska-Floreńska I. (2010), Wstęp, [w:] I. Bukowska-Floreńska (red.), *Problemy społeczne i kulturowe współczesnego miasta. Studia etnologiczne i antropologiczne. Tom 10.*, Katowice: Wydawnictwo UŚ, s. 9-15.
- Burgess E.W. (1925), *The growth of the city*, [w:] R.E. Park, E.W. Burgess, R.D. McKenzie (red.), *The city*. Chicago: University of Chicago Press, s. 47-62.
- Castells M. (1982), *Kwestia miejska*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Czarnowski S. (2005), *Kultura*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie „Żak”.
- Czerwiński M., (1999) Hasło: „Kultura elitarna a kultura masowa”, [w:] *Encyklopedia socjologii*, T.2., Warszawa: Oficyna Naukowa, s. 110-116.
- Giddens A. (2003), *Stanowienie społeczeństwa. Zarys teorii strukturacji*. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Gruszka A. (2010), *Muzeum albo w poszukiwaniu miejskiej przestrzeni publicznej*, [w:] E. Rewers, A. Skórzyńska (red.), *Sztuka – kapitał kulturowy polskich miast*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, s. 255-264.
- Jacher W. (2010), *Rozwój kultury w mieście a wzory społeczno-kulturowe mieszkańców*, [w:] I. Bukowska-Floreńska (red.), *Problemy społeczne i kulturowe współczesnego miasta. Studia etnologiczne i antropologiczne. Tom 10.*, Katowice: Wydawnictwo UŚ, s. 39-45.
- Jalowiecki B. (2010), *Społeczne wytwarzanie przestrzeni*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Jalowiecki B., Szczepański M.S. (2006), *Miasto i przestrzeń miejska w perspektywie socjologicznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Jencks Ch. (1995), *The centrality of the eye in western culture. An introduction*, [w:] Ch. Jencks (red.), *Visual culture*. London-New York: Routledge, s. 1-25.
- Klasik A. (2010), *Sektor kultury i przemysły kreatywne nowym fundamentem rozwoju dużych miast i aglomeracji miejskich*, [w:] A. Klasik (red.), *Rola sektora kultury i przemysłów kreatywnych w rozwoju miast i aglomeracji*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, s. 11-39.
- Landry Ch. (2010), *Creativity, culture and the city. A question of interconnection*. Źródło on-line: http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/ECCE_report.pdf, dostęp: 18.10.2013.
- Malinowski B. (1944), *A scientific theory of culture and other essays*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Majer A. (2010), *Socjologia i przestrzeń miejska*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Mumford L. (1996), *The culture of cities*. New York: Harcourt Brace.
- Park R.E. (1915), *The city. Suggestions for the investigation of human behavior in the city environment*, “American Journal of Sociology” no. 5, vol. XX, s. 577-612.
- Park R.E. (1925), *Magic, mentality and city life*, [w:] R.E. Park, E.W. Burgess, R.D. McKenzie (red.), *The city*. Chicago: University of Chicago Press, s. 123-141.
- Przeclawski K. (1966), *Miasto i człowiek*. Warszawa: Wydawnictwo Wiedza Powszechna.
- Przeclawski K. (1968), *Miasto i wychowanie*. Warszawa: Wydawnictwo Nasza Księgarnia.
- Rewers E. (2005), *Post-polis. Wstęp do filozofii ponowoczesnego miasta*. Kraków: TAiWPN UNIVERSITAS.
- Rybicki P. (1972), *Społeczeństwo miejskie*. Warszawa: PWN.
- Simmel G. (2005), *Mentalność mieszkańców wielkich miast*, w: tenże, *Socjologia*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 305-315.
- Syrkus H. (1984), *Społeczne cele urbanizacji. Człowiek i środowisko*. Warszawa: PWN.

- Szacka B., (2003) *Wprowadzenie do socjologii*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Wallis A. (1967), *Socjologia wielkiego miasta*. Warszawa: PWN.
- Wallis A. (1969), *Warszawa i przestrzenny układ kultury*. Warszawa: PWN.
- Wallis A. (1979), *Informacja i gwar. O miejskim centrum*. Warszawa: PIW.
- Wirth L. (1938), *Urbanism as a way of life*, "American Journal of Sociology" no. 1, vol. XLIV, s. 1-24.
- Zareba S.H. (2012), *Religijność młodzieży w środowisku zurbanizowanym. Socjologiczne studium teoretyczno-empiryczne*. Warszawa – Rzeszów: Wydawnictwo Póbitno Oficyna.