

PREOCUPĂRILE DE TIMP LIBER ALE ROMÂNILOR ÎN COMPARAȚII INTERNAȚIONALE

LAUREANA URSE

Preocupările de timp liber le analizăm, în general, din perspectiva celor trei funcții ale timpului liber: odihnă (destindere), distracție și dezvoltarea personalității.

Nu intenționăm să trecem în revistă toate preocupările de timp liber ale românilor; ne vom opri numai asupra unora cu o încărcătură culturală și spirituală mai mare; și vom analiza mai îndelung particularitățile românilor, din perspectiva unor preocupări de timp liber, în comparație cu locuitorii altor țări din Europa și din SUA.

Ultimele evaluări privitoare la mărimea timpului liber în România au fost făcute de Institutul Național de Statistică; considerând timpul liber ca „timpul rămas din cele 24 de ore după efectuarea îngrijirii personale, a activităților producătoare de venituri, a muncii în gospodărie” s-a ajuns la concluzia că pentru populația în vârstă de 10 ani și peste, mărimea timpului liber este următoarea:

Total populație de 10 ani și peste	4,7 ore/zi
masculin	5,1
feminin	4,2
urban	5,4
rural	3,8

Sursa: Utilizarea timpului în România, 2001, INS.

Vizionarea programelor de televiziune rămâne modalitatea principală de petrecere a timpului liber, satisfăcând atât nevoia de destindere și/sau de distracție cât și preocupările informative și de dezvoltare a personalității.

Ponderea persoanelor, care privesc la televizor în timpul liber, rezultată din cercetările efectuate variază în funcție de eșantionul pe care s-a făcut cercetarea; din totalul populației de 7 ani și peste, 93% privesc la televizor, dintre care 75% zilnic. (Sursa: Ancheta ACOVI, 2001, INS); 65% dintre gospodăriile populației posedau televizor color în anul efectuării cercetării, dotare care are diferențe semnificative între diferite tipuri de gospodării:

Gospodării de:	%
salariați	87,9
patroni	98,6
lucrători pe cont propriu neagricoli	74,6
șomeri	65,0
agricultori	35,8
pensionari	58,5

Sursa: Ancheta ACOVI, 2001, INS.

În țările Uniunii Europene, vizionarea programelor de televiziune este mai extinsă, în condițiile în care dotarea cu televizoare este mai mare, comparativ cu România:

– 97,6% din populația de 15 ani și peste privește la televizor;
 – 99% au cel puțin un televizor în casă, din care 44,4% au un singur televizor și 35,3% au două televizoare;

– cele mai vizionate emisiuni sunt știrile și informațiile de afaceri (88,9%), filme (84,3%), documentare (61,6%) și sport (50,3%). (Sursa: Eurobarometru, august–septembrie 2001).

Comparativ cu țările Uniunii Europene, în țările candidate la aderare știrile sunt urmărite la televizor de un segment de populație puțin mai mare. Între țările candidate, România se situează, în ceea ce privește ponderea populației care urmărește zilnic știrile la televizor, sub media țărilor candidate.

%

	Urmăresc știri la televizor:				
	Zilnic	de câteva ori pe săptămână	1-2 ori pe săptămână	mai rar	niciodată
TĂRILE UE	70	19	6	3	1
TĂRILE CANDIDATE	71	17	5	4	2
Ungaria	78	17	5	4	2
Turcia	76	13	5	4	2
Lituania	74	19	4	3	1
Polonia	74	19	4	2	1
Bulgaria	73	13	5	6	3
Letonia	73	17	5	3	1
Cipru	72	17	5	5	1
Estonia	70	18	8	3	2
România	65	17	6	7	3
Malta	62	23	10	2	3
Slovacia	59	26	7	6	2
Cehia	54	31	10	4	2
Slovenia	54	28	10	5	3

Sursa: Eurobarometru, octombrie 2001.

În România, **citirea ziarelor și revistelor** este preocuparea de timp liber care ocupă locul doi după vizionarea programelor de televiziune. Această preocupare a înregistrat unele scăderi față de începutul deceniului nouă când interesul era mai mare, probabil din câteva motive: explozia de ziare și reviste a constituit o noutate pentru români după perioada comunistă; nivelul de trai nu scăzuse atât de mult încât să pună problema imposibilității de a mai putea cumpăra ziare și reviste, pentru anumite categorii de populație; problemele economice și șomajul au creat o dispoziție a populației mai puțin propice cumpărării și citirii de ziare și reviste.

Citesc ziare și reviste	%
zilnic sau aproape zilnic	21,0
cel puțin o dată pe săptămână	26,1
cel puțin o dată pe lună	8,9
foarte rar	13,9
niciodată	30,1

Sursa: Ancheta ACOVI, 2001, INS.

În țările membre ale Uniunii Europene preocuparea pentru citit ziare și reviste este mai extinsă și mai intensă:

Frecvența citirii în UE a:			
Ziarelor	%	Revistelor	%
5-7 ori pe săptămână	46	O dată pe săptămână sau mai des	34,8
3-4 ori pe săptămână	13,9	1-3 ori pe lună	26,9
1-2 ori pe săptămână	15,5	Mai rar	19,3
Mai rar	11,7	Niciodată	18,4
Niciodată	12,7		

Sursa: Eurobarometru, august-septembrie 2001.

Un motiv special de citire a ziarelor sunt știrile; în țările UE preocuparea pentru citirea știrilor în ziare este mai extinsă, comparativ cu aceeași preocupare în țările candidate la aderare. România se situează pe ultimul loc referitor la mărimea segmentului de populație care citește zilnic știrile în ziare.

%

	Citesc știri în ziare:				
	Zilnic	de câteva ori pe săptămână	1-2 ori pe săptămână	mai rar	niciodată
TĂRILE UE	41	19	15	13	12
TĂRILE CANDIDATE	24	17	16	22	19
Slovenia	40	21	17	13	9
Ungaria	39	14	11	17	19
Estonia	35	20	19	18	7
Letonia	33	22	21	16	9
Malta	31	12	17	12	28
Cehia	30	25	21	17	6
Lituania	27	27	18	19	8
Turcia	25	15	14	20	25
Slovacia	25	21	16	25	14
Bulgaria	23	17	18	22	19
Cipru	23	11	20	19	27
Polonia	20	19	20	23	18
România	18	16	12	33	20

Sursa: Eurobarometru, octombrie 2001.

Comparativ cu vizionarea știrilor la televizor și cu citirea știrilor în ziare, ascultarea știrilor la radio preocupă 64% dintre români, 41% dintre ei ascultându-le zilnic; România se situează, din acest punct de vedere, printre ultimele locuri între țările candidate la aderarea la UE.

%

	Ascultă știri la radio:				
	Zilnic	de câteva ori pe săptămână	1-2 ori pe săptămână	mai rar	niciodată
ȚĂRILE UE	41	19	11	16	13
ȚĂRILE CANDIDATE	38	15	8	18	20
Estonia	62	17	9	8	4
Ungaria	62	12	7	9	10
Letonia	57	16	6	13	8
Polonia	52	18	7	15	8
Slovacia	48	20	9	13	11
Malta	47	17	13	10	13
Slovenia	47	19	10	18	6
Lituania	46	21	10	15	6
Bulgaria	43	13	8	19	17
Cipru	42	18	11	16	13
România	41	13	6	22	18
Cehia	36	26	11	18	8
Turcia	20	13	9	21	36

Sursa: Eurobarometru, octombrie 2001.

Încrederea în mass-media (în presa scrisă, în televiziune și în radio) diferențiază țările Uniunii Europene de țările candidate la aderare, în sensul că în țările UE pe primul loc al încrederii se situează posturile de radio, iar în țările candidate, pe primul loc al încrederii se situează televiziunea.

%

	Tendințe de încredere în presa scrisă	Tendințe de încredere în radio	Tendințe de încredere în televiziune
ȚĂRILE UE	45	64	58
ȚĂRILE CANDIDATE	42	61	66
Lituania	71	81	86
Estonia	57	79	83
Cehia	61	73	76
Slovacia	56	75	73
Letonia	54	73	77
Slovenia	50	69	75
Polonia	51	68	71
România	44	65	76
Cipru	44	70	70
Ungaria	43	65	72
Bulgaria	40	54	73
Malta	34	46	51
Turcia	26	48	58

Sursa: Eurobarometru, octombrie 2001.

Lectura cărților, ca preocupare de timp liber, a scăzut în România după 1989. După ultimele date, cititul cărților este o preocupare pentru 21% din populația de 10 ani și peste, care include – deci – și elevi (Sursa: Utilizarea timpului în România, 2001, INS).

Interesul pentru lectură este mai mare în țările Uniunii Europene, deși este diferențiat de la o țară la țară.

În UE, au citit în 12 luni:		%
1. da, pentru activitatea profesională		10,7
2. da, în scopuri educaționale		12,7
3. da, în scopuri individuale neobligatoriu		14,5
4. da, fără motive de muncă/școală		44,8
5. nu		42,1

Sursa: Eurobarometru, august–septembrie 2001.

Pe parcursul a 12 luni, vest-europenii au citit, în afara preocupărilor de muncă/școală:

	%
1–3 cărți	33,3
4–7 cărți	25,3
8–12 cărți	15,9
13 cărți și peste	19,6

Citesc mai mult, fără motive de muncă/școală, suedezii (71,8%), finlandezii (66,2%) și englezii (63,2%).

Au o pondere mai mare cei ce nu citesc în Belgia (58,3%), Portugalia (67,3%), Grecia (54,3%) și Spania (52,7%).

Computerul și Internetul generează preocupări atât pentru timpul de muncă cât și pentru timpul liber. Pentru România, fenomenul are o anumită noutate, pătrunderea acestora începând să se producă după 1990.

Dotarea cu computere a evoluat rapid, deși costurile ridicate frânează încă achiziționarea lor, atât pentru instituții, cât mai ales pentru persoanele particulare.

Anul	Număr computere	Media/1000 loc.
1996	54.000	13,27
1997	92.000	17,7
1998	153.600	21,33
oct.1999	199.600	27,71

Sursa: Ministerul Comunicațiilor și al Tehnologiei Informației.

Totuși, în ciuda creșterii numărului de computere, România are o rată de penetrare scăzută a acestora, care o situa pe penultimul loc, în anul 2000, între țările Europei Centrale și de Est.

%

Tările	Rata de penetrare
Albania	0,1
România	3,2
Ungaria	4,0
Bulgaria	4,4
Lituania	7,8
Letonia	11,3
Cehia	13,1
Slovenia	13,3
Polonia	15,5
Slovacia	27,3

Sursa: Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei Informației, Raport Esis II.

Fiind un domeniu extrem de dinamic, este semnificativă rata de creștere a penetrării computerelor în intervalul 1998–2000 în țările Europei Centrale și de Est:

%

Albania	17	Lituania	44
Slovenia	29	Cehia	47
Polonia	30	România	51
Bulgaria	33	Letonia	51
Ungaria	43	Slovacia	54

Comparația cu țările UE arată distanța la care se află România din punctul de vedere al penetrării computerelor:

Tara	Număr computere la 1000 loc.
Irlanda	145
Italia	84
Portugalia	61
Austria	124
Spania	82
Grecia	33
Danemarca	271
Belgia	138
Germania	165
Franța	134
Suedia	193
Marea Britanie	186

Sursa: Raport social și cultural 2000, Olanda.

În SUA, în anul 1999, 61,1% din casele americanilor aveau computer.

În țările UE, frecvența folosirii computerului, locul și scopul folosirii lui sunt următoarele:

Frecvența folosirii	Folosirea		
	În general	Acasă, de plăcere în timpul liber	În afara casei, pentru muncă și studiu
Zilnic	22,5	15,8	23,8
De câteva ori pe săptămână	14,0	25,0	16,1
O dată pe săptămână	5,3	11,4	4,8
1-3 ori pe lună	2,2	5,7	3,0
Mai rar	2,4	4,6	6,0
Niciodată	53,3	32,6	39,9

Sursa: Eurobarometru, august-septembrie 2000.

În ceea ce privește folosirea **Internetului**, în România existau, în anul 2002, 2,1 milioane utilizatori.

Utilizatori Internet – 2002	%
Total	12
Bărbați	16
Femei	8
Până la 20 ani	32
20-29 ani	25
30-39 ani	10
40- 59 ani	4
60 ani și peste	1

Sursa: Taylor Nelson Sofres Interactive – Global e-Commerce, Report 2002.

La nivel global, media utilizatorilor a fost:

în anul 2000	27%
în anul 2001	31%
în anul 2002	34%

În anul 2001, nivelul cel mai scăzut l-a avut Ucraina (4%) și cel mai ridicat l-a avut Danemarca (63%) care a întrecut SUA (62%). În general, țările scandinave sunt fruntașe în adopția și folosirea Internetului.

România se situează în rândul țărilor cu cea mai slabă rată de penetrare a Internetului din lume (sub 20%), alături de țări din Europa Centrală și de Est și din alte zone geografice (Argentina, India, Indonezia, Mexic și Thailanda).

În anul 2002, rata de penetrare a Internetului în țările din Europa Centrală și de Est era:

			%
Ucraina	4	Lituania	18
Bulgaria	9	Polonia	18
Ungaria	10	Turcia	20
România	12	Slovenia	24
Serbia	16	Cehia	28
Letonia	17	Estonia	39

Sursa: Taylor Nelson Sofres Interactive – Global e-Commerce, Report 2002.

În România, locul de accesare cel mai des utilizat este Internet-Cafe; din punct de vedere al ocupației, cei mai mulți utilizatori sunt elevi, studenți (45%), urmați de angajați cu studii superioare (27%), angajați cu studii medii (11%) și patroni/directori (7%).

Scopurile folosirii Internetului sunt multiple și vizează atât domeniul vieții de muncă cât și viața personală și timpul liber.

Scopurile folosirii Internetului în țările UE

	%
e-mail cu familia, prietenii	57,8
informații despre un produs	41,5
muncă	40,3
materiale educaționale și documentare	37,0
informații despre sport și activități de timp liber	33,2
pregătirea vacanței	30,8

Sursa: Eurobarometru, august–septembrie 2001.

În anul 2000, 73% dintre utilizatorii români de Internet se conectau, în medie, peste o oră pe săptămână, respectiv 29% – între 1–2 ore, 16% – între 2–3 ore, 28% – peste 3 ore (Sursa: Studii Mercury Omnibus, martie – aprilie – mai 2000, pe un eșantion de 4 684 persoane în vârstă de peste 15 ani).

Frecvența folosirii Internetului (și implicit durata conectării) este superioară în țările UE, deși sunt diferențe mari între utilizatorii din diferite țări: în țările din nordul Europei, Internetul este mult mai utilizat comparativ cu țările din sudul Europei:

Frecvența	UE	Suedia	Danemarca	Olanda	Grecia	Portugalia
zilnic	8,8	25,1	17,0	17,2	3,1	2,5
de câteva ori pe săptămână	13,5	22,7	18,8	17,7	4,6	6,3
o dată pe săptămână	5,0	7,6	11,3	10,0	3,2	2,2
1-3 ori pe lună	3,7	5,3	4,1	6,1	1,6	2,0
Total	34,5	6,6	59,4	53,8	15,1	14,8

Sursa: Eurobarometru, august–septembrie 2001.

Folosirea intensivă a calculatorului și a Internetului a fost invocată, de multe ori, ca sursă a reducerii interesului pentru lectură. Comparația dintre România și țările Uniunii Europene, mai ales cu țările nordice a evidențiat faptul că aceștia din urmă, în ciuda faptului că folosesc cel mai mult calculatorul și Internetul, citesc mai mult, comparativ cu românii.

Vizionarea / audierea spectacolelor și frecventarea cinematografelor sunt preocupări de timp liber cu o prezență mai redusă la români: 18% merg la cinematografe și 10% merg la teatru, în general (Sursa: ancheta ACOVI, 2001, INS). În anii 1990–1993 interesul pentru spectacole de teatru și cinematografe a scăzut mult, comparativ cu perioada anterioară anului 1990; explicațiile sunt diferențiate în funcție de tipurile de spectacol, dar sunt și cauze generale ale scăderii interesului: concurența televiziunii, scăderea nivelului de trai, schimbarea stării de spirit a populației și a preocupărilor acesteia, apariția altor preferințe.

Teatrele și instituțiile muzicale au cunoscut, începând cu anul 1998, un reviriment al activității lor: a început să crească numărul de spectacole și concerte, chiar și de teatru,

și mai ales, numărul de spectatori; au contribuit la acest reviriment și instituțiile culturale de profil private și, în general, adaptarea repertoriului la cerințele publicului.

Cinematografele continuă să fie în criză, numărul spectatorilor fiind în continuă scădere. În prezent, se încearcă o creștere a numărului de cinematografe prin inițiativa Ministerului Culturii, în localitățile unde cinematografele au fost desființate din rațiuni de eficiență economică.

Pentru europenii din Uniunea Europeană frecventarea cinematografului este o preocupare mai extinsă comparativ cu România; în medie, un european din UE merge pe an de 1–3 ori la cinematograf; merg mai des spaniolii și irlandezii (Sursa: Eurobarometru, august – septembrie 2000). În Spania, un studiu realizat în iunie 2002 a ajuns la concluzia că în ultimii zece ani a crescut numărul de cinematografe cu 93,8%, numărul de spectatori la cinematografe, cu 71% și veniturile din încasări, cu 188,3% (Sursa: *Gestione di istituzioni culturali al Spagna: fatto o fantasia?*, coordonator dr. Jordi Juan-Tresserras, Universitatea Barcelona).

CUM ÎȘI PETREC ROMÂNII SEARA? (răspunsuri spontane)

%

Se uită la televizor	34
Stă acasă cu familia	32
Se întâlnește/se distrează cu prietenii	10
Se odihnește	3
Citește	2
Alte modalități	18

Sursa: Sondaj Gallup, 14–27 ianuarie 2002.

Din structura răspunsurilor la întrebarea de mai sus, rezultă că românii preferă să-și petreacă seara „în tihnă cu familia”. La aceeași întrebare, răspunsurile americanilor evidențiază unele particularități: spre deosebire de români, americanii preferă într-o măsură mai mică „tihna în familie” și întâlnirile/petrecerile cu prietenii, dar sunt mai ridicate preferințele pentru odihnă, citit, mers la restaurant sau la cinema/teatru și pentru activități sportive.

%

Modul de a petrece seara:	românii	americanii
privesc la televizor	34	26
stă acasă cu familia	31	25
întâlnire/distracții cu prietenii	10	8
odihnă	3	9
citește	2	9
restaurant	2	5
dans (discotecă)	1	1
cinema/teatru	1	5
ascultă radio	1	0
activități religioase	1	1
croșetează, țese etc.	1	1
activități sportive	0	3
alt răspuns	11	7

Sursa pentru americani: Sondaj Gallup, 6–9 decembrie 2001.

Preocupările religioase (inclusiv frecventarea bisericii) sunt considerate, uneori, preocupări de timp liber. Apreciem că preocupările religioase sunt preocupări spirituale, care numai în anumite forme (precum frecventarea bisericii) se exprimă în timpul liber. În același timp, prin sărbătorile religioase (la nivel național, la nivelul unor confesiuni și pentru anumite segmente de populație care respectă cu strictețe sărbătorile religioase) religia este producătoare de timp liber.

La români, frecventarea bisericii a înregistrat o anumită creștere după 1990, mai ales la persoanele cu studii medii și cu studii superioare; din totalul populației de peste 18 ani, participă frecvent (în fiecare săptămână sau în fiecare lună) la serviciul religios din biserică aproximativ o treime:

Frecventează biserica	%
în fiecare săptămână	17,4
în fiecare lună	14,1
cu ocazia unor evenimente	13,9
cu ocazia unor sărbători religioase	25,5
foarte rar sau niciodată	29,4

Sursa: ancheta ACOVI, INS.

Diferențiază semnificativ frecventarea bisericii săptămânal sau lunar, mai ales vârsta, sexul și ocupația.

Între țările UE există diferențe mari, în ceea ce privește prezența săptămânală la biserică, mergând de la 4% în Suedia la 62% în Irlanda.

Țări	% din populație membri ai unei biserici	% din populație care merge săptămânal la biserică
Irlanda	98	62
Italia	90	38
Portugalia	90	30
Austria	88	20
Spania	85	20
Finlanda	84	4
Danemarca	80	3
Belgia	75	10
Germania	72	12
Franța	68	5
Suedia	65	4
Marea Britanie	61	10
Grecia	99	20

Sursa: Raport social și cultural 2000, Olanda.

În SUA, în condițiile în care 93% din populație își declară afilierea la o religie (59% protestanți, 27% catolici, 2% mozaici, 5% altele), 40% dintre americani participă cu regularitate la serviciul religios. Iar religia este foarte importantă pentru circa jumătate dintre americani, mai puțin decât cu câteva decenii în urmă.

Anii	Importanța religiei în viața americanilor	
	foarte importantă	nu foarte importantă
1965	70	7
1978	52	14
1985	55	13
1990	58	13
1998	62	12
1999	57	12

Sursa: William J. Bennet, *The Index of Leading Cultural Indicator*, 2001.
EMPOWER, 1999–2000.

Excursiile la sfârșit de săptămână și călătoriile mai lungi sunt puternic afectate de nivelul de trai scăzut. În România, treptat, s-a format un strat de populație care are posibilități financiare pentru călătorii, dar este neinteresat de excursiile la sfârșit de săptămână, și un alt strat, care are posibilități financiare numai pentru excursii la sfârșit de săptămână și/sau călătorii în țară.

Cei din primul strat, membri ai clasei de sus, posedă locuințe extraurbane sau/și în zone de agrement unde își petrec sfârșitul de săptămână.

Există și segmente de populație neinteresate de excursiile la sfârșitul de săptămână, din alte motive decât cele financiare: cei ce posedă gospodăriile rurale unde își petrec cel puțin unele dintre sfârșiturile de săptămână, și cei ce participă la muncile agricole, pe pământurile ce le-au fost restituite după căderea regimului comunist.

Călătoriile depind și mai mult de nivelul de trai; de aceea, în România, călătoriile în afara țării sunt efectuate de puține persoane: în intervalul iunie 2000 – mai 2001 au făcut călătorii în țară (cel puțin 4 nopți consecutive) 96,5% dintre români, iar în afara țării, 5,3% dintre români. În afara țării au efectuat călătorii mai ales persoanele aparținând categoriilor ocupaționale „patroni” (21,2%) și „lucrători pe cont propriu neagricoli” (19,6%), precum și persoanele cu un venit lunar mai mare (52,6% – cei cu un venit net lunar între 19–23 milioane lei și 30%, persoane cu un venit net lunar cuprins între 15–19 milioane lei).

Pentru cei care nu au efectuat călătorii în afara țării, principalul motiv este financiar (78,7%) – Sursa: ancheta ACOVI, 2001, INS.

Expresie a unui standard de viață ridicat, cetățenii UE acordă anual o anumită sumă de bani vacanțelor și excursiilor în afara țării:

Țările	Cheltuieli cu vacanța/pers. US \$	Număr excursii în afara țării/1000 locuitori	Destinația nr.1 când ies în afara țării
Irlanda	770	730	Marea Britanie
Italia	1263	170	Franța
Portugalia	1073	210	Spania
Austria	1213	1200	Cehia
Spania	436	260	Portugalia
Finlanda	2211	390	Rusia
Danemarca	2561	530	Franța
Belgia	2178	420	Spania
Germania	1120	550	Franța
Franța	1567	180	Spania

Suedia	1684	370	Franța
Marea Britanie	903	470	Franța
Grecia	1303	96	Cipru

Principala destinație este Franța, urmată de Spania, celelalte deplasări făcându-se mai ales în țările vecine, cu care există puternice legături istorice și culturale, pe lângă cele de vecinătate.

CONCLUZIE

Ceea ce este caracteristic pentru români, comparativ atât cu locuitorii țărilor candidate (și invitate) pentru aderarea la UE, cât mai ales cu locuitorii țărilor din UE este **conținutul timpului liber mai sărac în preocupări și activități**. Situația este valabilă atât pentru preocupările de informare cât și pentru preocupările culturale și distractive. Cu precizarea că, pentru comparație, ne referim la media preocupărilor și activităților din țările UE, altfel între țările UE fiind diferențe mari: în general, conținutul timpului liber este mai sărac în preocupări în sudul Europei (Portugalia, Spania și Grecia) comparativ cu țările din nordul Europei.

Românii apar ca fiind ceva mai puțin interesați de vizionarea programelor de televiziune, cu un grad de informare mai scăzut datorită citirii, audierii și vizionării mai rar a știrilor, mai puțin preocupați de lectură, având acces mult mai redus la Internet și, implicit, posedând într-o măsură mult mai mică computer, mergând la spectacole și la cinematograful mult mai rar, călătorind și făcând excursii mult mai puțin.

Principalele cauze ale acestei situații sunt: 1) standardul de viață (scăzut); 2) mentalități, valori, obiceiuri; 3) posibilități reale de petrecere a timpului liber (slabe), din perspectiva ofertei. Ordinea de menționare a cauzelor nu indică ierarhia acestora din punctul de vedere al importanței, ele influențând diferențiat preocupările de timp liber.

Standardul scăzut de viață influențează petrecerea timpului liber atât direct, prin accesul redus la unele preocupări și servicii corespunzătoare, cât și indirect, printr-o dispoziție, stare sufletească, care inhibă dorințele și preocupările din timpul liber.

În ceea ce privește posibilitățile reale de petrecere a timpului liber, din perspectiva ofertei, trebuie să avem în vedere cel puțin faptul că, aproximativ jumătate din populația României trăiește în mediul rural, acolo unde aceste posibilități/oferte sunt foarte reduse; nu se află într-o situație satisfăcătoare, din acest punct de vedere, nici locuitorii micilor orașe.

Mentalitățile și valorile au determinat, la rândul lor, prezența unor deprinderi și lipsa altora: de exemplu, petrecerea timpului liber în tihna familială mai ales la persoanele căsătorite și cu copii.

Îmbunătățirea standardului de viață, oferta mai bogată, mai diversificată de posibilități de petrecere a timpului liber, modernizarea satului, creșterea urbanizării, în contextul deschiderii către exterior a societății românești vor putea determina diversificarea și îmbogățirea conținutului timpului liber și în România.