

The background features a complex network diagram with various sized nodes (black, blue, and grey) connected by thin grey lines. Some nodes are highlighted with larger circles. The overall aesthetic is modern and technical.

SYMBOLICZNE I „OBIEKTYWNE” DYSTANSE KLASOWE W POLSCE

Henryk Domański, IFiS PAN hdomansk@ifispan.edu.pl

Katarzyna M. Wyrzykowska, IFiS PAN katarzyna.wyrzykowska@ifispan.edu.pl

WPROWADZENIE

Przedmiotem naszego wystąpienia **jest kulturowy wymiar dystansów klasowych**. Chodzi o bariery związane z dostępem do kultury identyfikowanej przez styl życia – zjawisko omówione i badane, o którym wiadomo, że jest wyznikiem w miarę niezależnym od nierówności związanych ze stosunkiem do własności i pozycją rynkową.

Naszym celem jest **rozpoznanie mechanizmów kształtowania się barier związanych z tzw. dystansami symbolicznymi**. Można je zdefiniować, jako dystanse związane z zachowaniami i wartościowaniem ludzi według kryteriów wyższości-niższości, czy też jakichkolwiek cech, które mogą być tak interpretowane.

WPROWADZENIE

Problem wydaje się **ważny i oryginalny**, ponieważ:

- Wiedza o barierach kulturowych pochodzi głównie z badań ilościowych – wyrażona jest w terminach parametrów statystycznych;
- Wiemy więc, jaka jest siła i kształt tych zależności, natomiast niewiele wiadomo, **jak te dystanse funkcjonują w codziennych kontaktach**: czy ludzie postrzegają rzeczywistość w postaci „dystansów” społecznych? Czy przywiązują do tego jakieś znaczenie? Czy kryją się za nimi jakieś intencjonalne strategie podkreślania wyższości, strategie obronne, itp.?
- Kształtowanie się symbolicznych dystansów klasowych badane jest od lat 1960. we Francji, Anglii i Stanach Zjednoczonych, a ostatnio krajach skandynawskich, natomiast (w świetle naszej wiedzy) w polskiej socjologii nikt tego systematycznie nie robił.

WPROWADZENIE

Opierając się na danych z badania przeprowadzonego w 2021 r. odpowiemy na następujące pytania:

- **Czy są w Polsce symboliczne dystanse klasowe?** Mamy hipotezę, że skoro ich obecność stwierdzono w krajach nie tak kulturowo odległych to tak samo jest w Polsce.
- **Czy w Polsce rysują się one silniej czy słabiej?** Sądzymy, że raczej słabiej – większy egalitaryzm, nie wypada demonstrować wyższości.
- **W jakich obszarach kultury?** Opierając się na wynikach badań można zakładać, że dystanse klasowe powinny być bardziej widoczne w dostępie do „wyższej kultury” (chodzenie do opery, lubienie muzyki poważnej); Alternatywna hipoteza – że najczęściej występują one w wymiarach najbardziej wymiernych, zwłaszcza marki posiadanego samochodu.

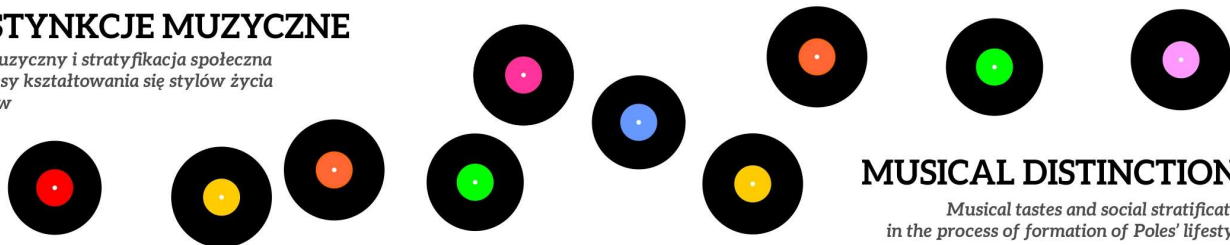
METODOLOGIA

Prezentacja oparta jest na danych z badania jakościowego, które stanowi część projektu “*Dystynkcje muzyczne. Gust muzyczny i stratyfikacja społeczna a proces kształtowania się stylów życia Polaków*”.

<http://www.md.ifispan.pl/>

DYSTYNKCJE MUZYCZNE

*Gust muzyczny i stratyfikacja społeczna
a procesy kształtowania się stylów życia
Polaków*



MUSICAL DISTINCTIONS

*Musical tastes and social stratification
in the process of formation of Poles' lifestyles*

Projekt jest realizowany w Instytucie Filozofii i Socjologii PAN w ramach grantu przyznanego przez Narodowe Centrum Nauki (nr grantu UMO 2017/25/B/HS6/01929).

Badanie jakościowe

- Badanie o zasięgu **ogólnopolskim**. Podstawowa jednostka analizy → **rodzina**.
- Każde studium rodziny składało się z **wywiadów indywidualnych (IDI)** z partnerami i ich dziećmi (w wieku 8+) oraz **wywiadu grupowego (FGI)** z wszystkimi członkami rodziny.
- **Dobór konkretnych rodzin do badania** - 4 kryteria:
 - Zainteresowanie respondentów muzyką;
 - Posiadanie dziecka/dzieci;
 - Kategoria społeczno-zawodowa (elity kulturalne, pracownicy umysłowi średniego i niższego szczebla, właściciele, robotnicy, rolnicy);
 - Wielkość miejscowości.
- W badaniu wzięło udział **40 rodzin**, po 8 z każdego profilu.
- **Realizacja badania:** 1 września - 15 października 2021 (online)

FGI, zadanie 2 – Skojarzenia i kontrasty

Samochody

Bentley, Volvo, Skoda, Dacia

Marki odzieżowe

Louis Vuitton, H&M, Quechua,
Adidas, Atmosphere

Potrawy/artykuły spożywcze

Kebab, sushi, flaki, mleko sojowe,
jarmuż, prosecco, wódka
cytrynowka

Gatunki muzyczne

Jazz, Country, Rap, Disco-polo

Seriale i programy telewizyjne

Wielkie kłamstewka, Królowe życia,
M jak Miłość, Lombard – życie pod
zastaw, Hotel Paradise

Media (I)

TOK FM, Gazeta Polska, Fakt,
Radio ZET, Polskie Radio, Polsat

Sklepy i usługi

Sephora, IKEA, Pepco, Aliexpress,
Biedronka, McDonald's, PSB Mrówka

Przedmioty

Thermomix, lalka Barbie, iPhone,
Play Station, pianino

Media (II)

Netflix, Instagram, Twitter, Spotify,
Facebook, TikTok

POSTRZEGANIE WYMIARÓW I OSI ZRÓŻNICOWANIA

Które wymiary kultury i konsumpcji różnego rodzaju dóbr kultury są ważniejsze pod względem kreowania dystansów społecznych?

Samochody

Gatunki muzyczne

Marki odzieżowe

Przedmioty

Potrawy i artykuły spożywcze

Seriale

Sklepy/usługi

Media

POSTRZEGANIE WYMIARÓW I OSI ZRÓŻNICOWANIA

- **Samochody** – **podziały klasowe** (k.wyższa ⇔ k.średnia ⇔ k.niższa), **finansowe** (bogaci/luksus ⇔ dla wszystkich ⇔ "dla ludu").

„Bentley to górna półka, luksusowy samochód, z grą w golfa można sobie skojarzyć albo są ludzie, którzy mają bardzo dużo pieniędzy, którzy jeżdżą Bentleyami” AR_EK_FGI

„Dacia i Skoda, no może Skoda trochę lepiej niż Dacia, ale ogólnie Dacia i Skoda, to takie samochody dla ludu.” JK_ROB_FGI

- **Gatunki muzyczne** – **gust** (znawca/wyrobiony ⇔ prostota/rozrywka), **wiek** (starzy, młodzi), **wykształcenie** (intelektualista, dobrze wykształceni ⇔ pozostali), **miejsce zamieszkania** (USA ⇔ Polska Wschodnia; miasto ⇔ wieś/prowincja).

„K: Jazz to mi się kojarzy z najbardziej taką dobrze sytuowaną i lepiej wykształconą grupą słuchaczy, którzy aspirują też. (...) Śmietanka towarzyska. (...)Dobra muzyka, jakościowe wnętrza, dobre jedzenie, książka.” DZC_W_FGI

„To taka przeciętna polska rodzina, która niekoniecznie lubi jakiegokolwiek, jakby to dziwnie nie zabrzmiało, rozrywki wyższego stylu. Nie pójdą do teatru, nie pójdą do kina, bo za drogo, teatr też nie natomiast sobie włączyć disco-polo i nóżką potupać, grilla zrobić.” KS_W_FGI

POSTRZEGANIE WYMIARÓW I OSI ZRÓŻNICOWANIA

- **Potrawy i artykuły spożywcze** – **wiek** (starsi ⇔ młodzi), **styl życia** (nowoczesne, nowość ⇔ dbanie o zdrowie, dieta wege ⇔ tradycja; w domu, na co dzień ⇔ na imprezie, na weselu).

„Flaki to mi się zawsze kojarzą z jakimś... Świątecznym jedzeniem. Tak, święta u teściów, u rodziców, u wujków”. DZC_ROL_FGI

„Mleko sojowe, jarmuż to myślę, że ludzie, którzy chcą się zdrowo odżywiać i są weganie, tak? Pewnie weganie.” KS_W_FGI

- **Marki odzieżowe** – **finanse** (dla bogatych ⇔ dla zwykłych ludzi; ludzie, których stać ⇔ ludzie kupujący podróbki), **styl życia** (osoby aktywne/wysportowane, osoby modne/zadbane), **wiek** (starsi ⇔ młodzi/młodzież), **pleć**.

„Louis Vuitton dla bogatych, ale dla starszych. Ja nie widzę dzieci w Polsce z Louis Vuitton” DP_NS_FGI

„Mężczyźni na pewno bardziej Adidas. (...) Bo jest to taka marka sportowa i jakoś tak bardziej mi się kojarzy z mężczyznami”. AR_NS_FGI

AWANS I DEGRADACJA

- **Sushi** – spadek ekskluzywności
- **Barbie** – spadek ekskluzywności
- **Disco polo** – dowartościowane
- **Thermomix** – obiekt pożądania
- **Biedronka, Addidas i H&M** – sklepy dla wszystkich

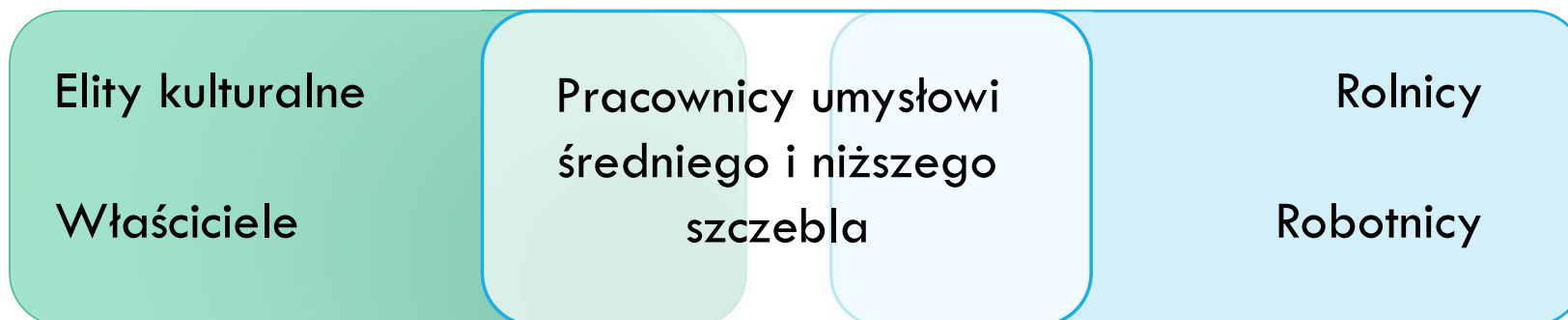
[o disco-polo] „Kiedyś wstyd było, że się tego słucha, a teraz wstyd się przyznać, że się tego nie lubi. Tak się zmieniło.”

DZC_W_FGI

„Każdy może sobie kupić bluzkę z H&M. To nie jest droga firma. Taka sieciówka.” AR_NS_FGI

PODOBIENSTWA I RÓŻNICE

- Grupy respondentów są raczej wewnętrznie spójne, ale widoczne są różnice i napięcia wewnątrz poszczególnych rodzin (szczególnie rodzice vs dzieci).
- Komu z kim jest „po drodze”?



PODSUMOWANIE

1. Analizy dotyczące symbolicznych dystansów klasowych nawiązują do ogólniejszego problemu, na ile oprócz „obiektywnych” dystansów społecznych w świadomości społecznej funkcjonują oznaki wyższości i niższości, są one praktykowane przez ludzi i mogą w ten sposób wzmacniać podziały klasowe.
2. Z naszych badań wynika, że w społeczeństwie Polskim zjawisko to występuje - ludzie są oceniani pod kątem posiadania różnych aspektów stylu życia i spędzania czasu wolnego w postaci hierarchii o konotacjach moralnych, np. w podziale na „lepszych” i „gorszych”.
3. **Nie występuje to jednak w życiu codziennym.** Ludzie je widzą i oceniają, ale rzadko się nimi posługują, a więc nie prowadzi to do napięć społecznych i nie kreuje konfliktów.
4. Można by sformułować wstępną hipotezę, że **symboliczne dystanse klasowe rysują się w Polsce słabiej niż w społeczeństwie brytyjskim, we Francji, a także Danii czy Norwegii**, gdzie takie badania robiono. Niemniej w naszym badaniu skupiliśmy się przede wszystkim na muzyce, a więc weryfikacja tej hipotezy wymaga dalszych, bardziej wieloaspektowych badań.