

Marta Dąbrowska

## Czy zbliżamy się do Europy?

**Czyli co i dlaczego konsumuje nowa polska inteligencja rozważone w świetle mniej i bardziej ortodoksyjnych teorii klasy próżniaczej**

Jak pisze Tomasz Szlendak, powołując się na Daniela Bella, kapitalizm doby ponowoczesnej zyskał zupełnie nowe oblicze, jakże odmienne od tego, które posiadał do tej pory. Powiada Bell: „Kapitalizm [...] utracił swą tradycyjną legitymizację, opartą na moralnym systemie wynagrodzeń, zakorzenionym w protestanckim uświęceniu pracy. Zastąpił ją hedonizm, obiecujący materialny dostatek i luksus”<sup>1</sup>. Innymi słowy, późny – czy, jak kto woli, ponowoczesny – kapitalizm zatracił w toku swego burzliwego rozwoju zasadniczą wartość, która niegdyś legła u jego podstaw, mianowicie *protestancki etos pracy*. I tak jak jeszcze do niedawna niezbywalną cechą charakteru każdego szanującego się przedsiębiorcy było pieczołowite gromadzenie oszczędności, któremu towarzyszyła skromna raczej konsumpcja obliczona na miarę potrzeb, tak dziś to konsumpcja właśnie urasta do rangi nowego fetysza kapitalizmu. Jak zauważa Marek Ziółkowski<sup>2</sup>, konsumpcja stanowi dziś swego rodzaju lokomotywę napędzającą produkcję i determinującą kierunek rozwoju poszczególnych instytucji. Teza ta, o charakterze bardziej teoretycznym, pociąga za sobą określone konsekwencje natury metodologicznej: jak sugeruje wspomniany autor, „klasy konsumpcyjne” to obecnie lepszy niż inne zmienne strukturalne predyktor w badaniach przekonają. Sądzę zatem, że postawienie w centrum zainteresowania mojej analizy, która z założenia ma być analizą makrosocjologiczną, zagadnienia konsumpcji jest jak najbardziej uzasadnione. Chciałabym przy tym zaznaczyć, że moim zamiarem jest przyjrzenie się zjawisku

konsumeryzmu w Polsce z dość specyficznej perspektywy, mianowicie poprzez pryzmat teorii Thorsteina Veblena zarysowanej w jego słynnej analizie klasy próżniaczej. Co więcej, zgodnie z postulatami (skądinąd nielicznymi) współczesnych przedstawicieli tradycji postveblenowskiej, w swojej analizie postaram się teorię Veblena poddać swoistemu uwspółcześnieniu, nawiązując przy tym do – niestety niedostępnej w Polsce – wydanej w 2000 roku książki Davida Brooksa *Bobos in Paradise. The New Upper Class and How They Got There*, uznawanej za prezentację nowej teorii klasy próżniaczej ukutą na miarę naszych czasów. Problem, który stanowić będzie główną oś mych rozważań, sformułować można następująco: czy immanentne późnej fazie kapitalizmu zachodniego zjawisko *bobos*, czyli pojawienie się „nowej klasy próżniaczej”, znajduje swój odpowiednik na gruncie polskim, manifestując się w określonych zachowaniach konsumpcyjnych klas wyższych? Czy, pod tym przynajmniej względem, polskie społeczeństwo – a przynajmniej te jego klasy, które sytuują się na najwyższych szczeblach drabiny społecznej – zbliża się do Europy? Czy też, jak chce Jadwiga Staniszkis, kapitalizm polski jest, i przez długi jeszcze czas pozostanie, kapitalizmem niekompletnym, zaplątanym w szarą sieć dawnych układów i resentymentów, gdzie pokutują odziedziczone po PRL siermiężne wzory konsumpcji<sup>3</sup>? Czy rację ma Henryk Domański, twierdząc, że szybki przyrost dochodów kierowników i inteligencji, jaki dokonał się w Polsce w minionych latach<sup>4</sup> nie zdążył się jeszcze zmaterializować? Na te i inne pytania

<sup>1</sup> Cyt. za: K. Piotrowicz, T. Szlendak, *Konsumpcja i stratyfikacja w kapitalizmie bez kapitału* [w:] *Na pokaz. O konsumeryzmie w kapitalizmie bez kapitału*, red. K. Piotrowicz, T. Szlendak, Toruń 2004, s. 8.

<sup>2</sup> M. Ziółkowski, *Przemiany interesów i wartości społeczeństwa polskiego. Teorie, tendencje, interpretacje*, Poznań 2000, s. 137.

<sup>3</sup> K. Piotrowicz, T. Szlendak, dz. cyt., s. 15.

<sup>4</sup> H. Domański, *Hierarchie i bariery społeczne w latach dziewięćdziesiątych*, Warszawa 2000. Warto zaznaczyć, że cytowana praca Domańskiego, jeśli chodzi o czasowy zasięg danych empirycznych, nie wykracza poza lata 90.

postaram się odpowiedzieć w dalszej części niniejszej pracy; najpierw jednak nakreślę teoretyczny schemat, który spełniać będzie funkcję swoistej matrycy dla danych empirycznych na temat konsumpcji klas wyższych w Polsce.

### Thorstein Veblen: klasyczna teoria klasy próżniaczej<sup>5</sup>

Dzieło Veblena, mimo że nie jest typową książką socjologiczną, zyskało sobie na przestrzeni lat status pozycji niemalże klasycznej. Faktem jest jednak, że w swoich analizach norweski uczyony jak ognia unika zagłębiania się w dywagacje natury empirycznej, ponad nie przedkładając swobodne obserwacje zachowań klasy wyższej przypominające w swym charakterze raczej antropologiczny szkic niż „twardą” teorię socjologiczną. Obecnie określa się tego typu myślenie mianem „socjologii komiksowej” czy wręcz pop-socjologii. Moim zdaniem domniemana słabość tej teorii, zasadzająca się na isticie postmodernistycznej w duchu płynności czy wręcz ryzomatyczności Veblenowskiej narracji, stanowić może zarazem jej największą siłę. Jak bowiem badać konsumpcję, której celem nie jest zaspokajanie podstawowych potrzeb, ale ostentacyjna manifestacja przynależności do konkretnej klasy społecznej? Analizy ilościowe cechuje z natury pewna lakoniczność, wynikająca często z niewielkiej pojemności zastosowanych zmiennych, czego skutkiem jest nierzadko uproszczony i schematyczny wizerunek społeczeństwa wyłaniający się z badań<sup>6</sup>. Przyjętą praktyką w badaniach nad przemianami w sferze konsumpcji jest na przykład pytanie respondentów o posiadanie określonych (a raczej woluntarystycznie dobranych przez badacza) sprzętów, takich jak lodówka czy telewizor. Jednakowoż, jak łatwo się domyśleć, lodówka lodówce nierówna: w kuchni jednego respondenta może stać

trzydziestoletni zabytek marki Szron, inny zaś rozkoszować się może luksusową lodówką Smeg w swej stylistyce nawiązującą do designu lat 50. Takie niuanse zaznaczające się we wzorach konsumpcji uchwycić może jedynie analiza jakościowa, a bardziej jeszcze: niezobowiązująca obserwacja okiem socjologicznego *flaneura*, jakim niewątpliwie był Thorstein Veblen. A o czym dokładnie traktuje jego *Teoria klasy próżniaczej*?

Przede wszystkim, Veblen wiąże pojawienie się klasy próżniaczej z powstaniem własności prywatnej. Próżnowanie (*leisure*) stanowi dla niego swoisty rewers posiadania; nie są to jednak pojęcia idące ze sobą ściśle w parze, a tylko produkty działania tych samych sił ekonomicznych<sup>7</sup>. Szczególnie istotnym dla Veblena rozróżnieniem jest podział na klasy produkcyjne i nieprodukcyjne, czyli, innymi słowy, pracujące i próżniacze. Genezę tego podziału norweski uczyony dostrzega w początkowych stadiach rozwoju zorganizowanych społeczności ludzkich, kiedy to mężczyzna, wykorzystując swą siłę fizyczną, zdobył władzę nad kobietą, zmuszając ją do wykonywania takich czynności jak gotowanie, szycie, noszenie różnych przedmiotów czy wytwarzanie narzędzi. Sam zaś, powiada Veblen, mógł skupić się na wypełnianiu funkcji „wyższego rzędu” takich jak polowanie, wojna czy polityka. Z owego pierwotnego rozróżnienia wywodzi Veblen utrwalone w społecznej świadomości przeświadczenie o górowaniu czynności niezwiązanych z pracą wytwórczą nad tymi o charakterze ściśle produkcyjnym<sup>8</sup>. I tak wśród ludzi, którym możliwość zdobycia własności daje jedynie działalność produkcyjna, walka o prestiż oparty na posiadaniu owocuje wzrostem pracowitości i oszczędności; tymczasem ci, którzy już przynależą do klasy posiadaczy, ulegają naciskowi funkcjonującego wedle wzorca Durkheimowskiego faktu społecznego zakazu pracy wytwórczej. Petryfikowanie się tego schematu skutkuje wzrostem niechęci do pracy wśród klas

<sup>5</sup> W poniższym rozdziale będę się posługiwać następującym wydaniem: T. Veblen, *Teoria klasy próżniaczej*, przeł. J. i K. Zagórcy, Warszawa 1971.

<sup>6</sup> Za przykład takich nazbyt upraszczających diagnoz posłużyć mogą wyniki badań CBOS zawarte w książce *Wartości, praca, zakupy... O stylach życia Polaków*, pod redakcją M. Falkowskiej (Warszawa 1997).

<sup>7</sup> T. Veblen, dz. cyt., s. 22.

<sup>8</sup> Tamże, s. 34-35.

wyższych, a im większy jest stan posiadania danej jednostki, tym bardziej czuje się ona zobowiązana do manifestowania owej awersji. Veblen wskazuje na dwa sposoby podkreślania przez klasy wyższe (tj. nieprodukcyjne) swojej uprzywilejowanej pozycji w społeczeństwie: są to próżnowanie<sup>9</sup> i konsumpcja na pokaz (*conspicuous consumption*)<sup>10</sup>. Jak podkreśla autor *Teorii klasy próżniaczej*, pożytki z nieproduktywnego spędzania czasu są dwojakie: po pierwsze, unika się odium hańby związanego z wykonywaniem „niegodnej” pracy produkcyjnej, po drugie zaś, daje się tym samym świadectwo faktu, że oto mamy wystarczające możliwości finansowe, aby prowadzić życie w gruncie rzeczy beczynne. Świadectwa próżnowania przybierają na ogół formę dóbr niematerialnych, takich jak przynależność do prestiżowych klubów, znajomość dobrych manier (będąca swoistym sekretnym kodem porozumiewania się klas wyższych), podążanie za modą, oddawanie się grom towarzyskim czy posiadanie rzadkich umiejętności, takich jak choćby znajomość języków martwych. Konsumpcja na pokaz, dotycząc raczej dóbr materialnych, stanowi swoiste *pendant* próżnowania. Słowem, które najlepiej opisuje fenomen *conspicuous consumption*, jest marnotrawstwo<sup>11</sup>. Aby rozjaśnić nieco to pojęcie, ujmowane przez Veblena dość specyficznie, odwołać się należy do Arystotelesowskiego rozróżnienia na wartość użytkową i towarową przedmiotów materialnych. Wartość użytkowa danej rzeczy stanowi kryterium jej przydatności i funkcjonalności, np. o wartości użytkowej butów decyduje to, czy są wygodne, dobrze chronią przed chłodem itp. Wartość towarową należałoby natomiast identyfikować z ceną danego produktu na rynku, kształtowaną przez grę popytu i podaży – grę,

w której, co ważne, dużą rolę odgrywają kryteria abstrahujące od użytkowej wartości przedmiotu, takie jak snobizm, moda czy fluktuacja indywidualnych upodobań. Przyjąwszy to rozróżnienie, stwierdzić należy, że marnotrawstwo sprowadzać się będzie do ostentacyjnej konsumpcji dóbr cenionych wyłącznie ze względu na ich wartość towarową. Veblen przytacza rozliczne przykłady tak rozumianego marnotrawstwa: są nimi np. upodobanie przedstawicieli klas wyższych do kuriozalnych, niewygodnych, a nierzadko brzydkich (ale zawsze modnych) strojów, takich jak cylindry<sup>12</sup>, hodowanie egzotycznych zwierząt, zupełnie nieprzydatnych, za to o dużych walorach dekoracyjnych<sup>13</sup>, otaczanie się przedmiotami zabytkowymi lub stylizowanymi na zabytkowe, takimi jak książki wydane na czerpanym papierze<sup>14</sup>, a także pogardliwy stosunek do najtrzywialniejszych nawet utensyliów (takich jak np. sztucce) wytworzonych fabrycznie, bez względu na ich faktyczną wartość użytkową. Przedmiot będący w codziennym użytkowaniu w „dobrym domu” musi niejako sam zaświadczać o własnej oryginalności i wyjątkowości, nosząc znamiona wysiłku, jaki rzemieślnik (nie maszyna!) włożył w jego wytworzenie<sup>15</sup>. Co jednak szczególnie ciekawe, konsumpcja na pokaz częściej dotyczy życia „poza domem” – życie prywatne przedstawicieli klasy próżniaczej jest nierzadko odarte z wszelkiego blichtru, unormowane i racjonalnie zorganizowane<sup>16</sup>.

Jak widać, obserwacje poczynione przez Veblena osadzone są głęboko w XIX wieku; jednakże, śmiem twierdzić, duch tej nauki pozostaje ciągle żywy. Podobnego zdania był David Brooks, autor książki *Bobos in Paradise. The New Upper Class and How They Got There*<sup>17</sup>, którego koncepcję można, za Toma-

<sup>9</sup> Tamże, s. 42.

<sup>10</sup> Tamże, s. 63.

<sup>11</sup> Tamże, s. 89.

<sup>12</sup> Tamże, s. 159 i n.

<sup>13</sup> Veblen powiada np. tak: „Zajmowanie się psami nie jest w żadnym wypadku użyteczne, nie przynosi także zysku, jest więc czymś godziwym” (s. 128). Kot natomiast „nie podnosi tak prestiżu jak psy i konie, gdyż jest najmniej kosztowny, a może nawet służyć pożytecznemu celowi” (s. 127).

<sup>14</sup> Tamże, s. 146 i n.

<sup>15</sup> Tamże, s. 143. Jest to kolejny sposób zmanifestowania faktu, że „ja nie pracuję – to inni pracują na mnie”.

<sup>16</sup> Tamże, s. 102.

<sup>17</sup> Zaproponowana przez Brooksa koncepcja nie zdobyła sobie większej popularności w kręgach akademickich w Polsce, stąd ilość dostępnych materiałów na jej temat jest nikła. Właściwie jedynym opracowaniem „akademickim” rzeczowej koncepcji, do jakiego dotarłam, jest praca T. Szlendaka (patrz przypis 18). Większe zainteresowanie książką Brooksa wzbudziła wśród publicystów, czego świadectwem są np. dwa cytowane przeze mnie poniżej artykuły z „Poliityki”.

szem Szlendakiem<sup>18</sup>, określić żartobliwym mianem „zremasterowanej” teorii klasy próżniaczej.

### **David Brooks: o klasie próżniaczej raz jeszcze, z tym, że zupełnie inaczej**

Kim są opisywani przez Brooksa *bobo*? Autor podaje sugestywny przykład: kim jest dobrze ubrany, zrelaksowany 40-latek popijający cappuccino w modnej kafejce? Menedżerem, biznesmenem, czy może przedstawicielem bohemy artystycznej? Jak twierdzi Brooks, odpowiedź na to pytanie nie jest łatwa: oto bowiem, w dobie płynnej nowoczesności, wzory konsumpcji dystynktywne niegdyś dla przedstawicieli burżuazji i cyganerii zamieszkującej dzielnice takie jak londyńskie Soho złąły się w jedno tworząc nową, atrakcyjną alternatywę – *bobo lifestyle*. Ów oksymoroniczny na pierwszy rzut oka termin jest w rzeczywistości skrótem od *bohemian bourgeois*, czyli „artystowskiej burżuazji” czy też „drobnomieszczańskiej bohemy”<sup>19</sup>. Niegdyś, jak trafnie zauważa Marek Ostrowski, swoboda obyczajowa bohemy i pietyzm mieszczaństwa stanowiły dwa rozłączne, w niewielkim stopniu przenikające się światy – artyści i „wyzwolona młodzież” hołdowali szeroko pojętej kontrkulturze (pokolenie Woodstock), tymczasem konserwatyizm moralny i światopoglądowy mieszczaństwa sytuował je w opozycji do nowych zjawisk w sferze kultury<sup>20</sup>. Przedstawiciele elit biznesu w pocie czoła konstruowali społeczny ład, tymczasem „cyganie epoki Woodstocku” za swój obowiązek uznawali konsekwentne burzenie go. Na tym jaskrawo spolaryzowanym modelu zaczęły się jednak pojawiać pewne rysy – miało to związek z edukacyjnym *boomem*, jaki miał miejsce w Ameryce w latach 60. i 70. Jak podaje Marek Ostrowski, o ile w roku 1960 było w USA 235 tys.

profesorów, tak już w 20 lat później liczba ta zwiększyła się do 685 tys. Najważniejszym skutkiem tego procesu był znaczący wzrost roli wykształcenia jako gwaranta znalezienia dobrej pracy; słabo niegdyś opłacani *highbrows* nagle awansowali do czołówki elity finansowej<sup>21</sup>. Dokonała się tym samym znacząca zmiana w kształcie kapitału kulturowego klas wyższych; w dużym stopniu zdeterminowane przez drobnomieszczański etos ideały (podzielane jeszcze przez pokolenie ich rodziców) straciły w oczach przedstawicieli nowych elit resztki dawnego poluru. Odnalezienie konkurencyjnego, dostosowanego do nowej sytuacji *modus procedendi* stało się nagłą potrzebą. W swych poszukiwaniach przyszli *bobo* zwrócili się w stronę jeszcze do niedawna wyklętej kontrkultury, dokonując transpozycji jej najbardziej atrakcyjnych wątków do burżuazyjnego stylu życia. Tak oto narodziła się nowa klasa próżniacza, różniąca się pod wieloma względami od swej XIX-wiecznej poprzedniczki charakteryzowanej przez Veblena.

Po pierwsze, wydaje się, że będący zasadniczym obiektem ataków Veblena gatunek rentierów znajduje się dziś na progu wymarcia. Jak podkreślają w swych pracach J. Rifkin i R. Dahrendorf, obecnie główną linię podziału między uprzywilejowanymi a upośledzonymi wytycza fakt posiadania (bądź nie) pracy. Utrata pracy wiąże się z automatycznym wypadnięciem z konsumpcyjnego obiegu<sup>22</sup>. Dawna klasa próżniacza, jak już wspomniałam omawiając koncepcję Veblena, z dumą podkreślała fakt „niepracowania”; jej dzisiejszy odpowiednik wręcz przeciwnie, aby konsumować, musi przeznaczać na pracę zarobkową o wiele więcej czasu niż przeciętny przedstawiciel klasy robotniczej. Jednakowoż wykonywana przez *bobos* praca nie jest bynajmniej żadnym kieratem, wręcz przeciwnie: jak zauważa Mariusz Czubaj<sup>23</sup>, stanowiska

<sup>18</sup> T. Szlendak, *Bobo po polsku. Rzecz o „zremasterowanej” klasie próżniaczej* [w:] *Na pokaz...*, s. 36.

<sup>19</sup> M. Ostrowski, *Bobo rządzi Ameryką* [w:] „Polityka”, nr 5 (2283) z dnia 03.02.2001, s. 35.

<sup>20</sup> Tamże. W USA awangardą takiego stylu życia były elity WASP (*White Anglo-Saxon Protestant*), o których Brooks wyraża się następująco: „WASP charakteryzowały cechy tak nietypowe dla dzisiejszej wykształconej elity [jak] dobra sylwetka, łagodne maniery, ekstremalna troska o higienę osobistą, bezcelowa dyscyplina oraz zdolność do spokojnego siedzenia przez dłuższy czas” (cyt. za: tamże).

<sup>21</sup> Nie wolno zapominać, że działo się to wszystko w erze gwałtownego rozwoju sektora nowych technologii.

<sup>22</sup> T. Szlendak, . cyt., s. 33.

<sup>23</sup> M. Czubaj, *Generacje na sprzedaż. Yuppie, puppie i Bobo* [w:] „Polityka”, nr 46 (2271) z dnia 11.11.2000, s. 82.

zajmowane przez przedstawicieli nowej elity niewiele mają wspólnego ze stereotypem monotonnej pracy biurowej; już same ich nazwy, często nieprzekładalne na język polski, podkreślają „rozrywkowy” charakter wykonywanego zajęcia. Marksowskie pojęcie alienacji zdezaktywowało się; nie istnieją już sztywne godziny pracy, norma, którą trzeba zrealizować. Praca stała się atrakcyjnym sposobem spędzania czasu, wartością samą w sobie, pewnym *stylem życia*<sup>24</sup>. Nieodłącznym atrybutem tak pojętej pracy jest czas wolny, przynależny tylko tym, którzy pracują: czas wolny jest z nazwy czasem wolnym *od czegoś*, konkretnie – *od pracy*, ci zatem, którzy pracy nie mają, paradoksalnie nie posiadają też czasu wolnego: ich codzienną egzystencję wypełniają konieczności, nieustająca walka o przetrwanie<sup>25</sup>. *Bobos* to „tytani pracy”, ale zarazem „tytani odpoczynku” – mogą poświęcić mu niewiele z puli swego cennego czasu, stają się, jak pisze T. Szlendak, specjalistami od „skumulowanego spektaklu w świecie skrącającej się przestępczości”<sup>26</sup>.

Po drugie, źródłem posiadanych przez nową klasę próżniacza zasobów nie jest, jak to drzewiej bywało, „zasiedzenie” w starej, bogatej rodzinie, lecz zgromadzony kapitał kulturowy. Brooks wymienia trzy jego komponenty: wykształcenie, twórczy umysł i kreatywność oraz nonkonformizm. Cechy te stanowią klucz do sukcesu zawodowego *bobo*, determinując przy tym charakter uskuteczniającej przezeń konsumpcji, która przybiera postać uporczywego dążenia do odróżnienia się, oryginalności i niezwykłości. I tak, o ile nad próżnowaniem nowoczesnym unosiła się mgiełka nudy, tak próżnowanie ponowoczesne sprowadzić by można do desperackiej pogoni za nowością.

Po trzecie, obraz *bobo* nie jest wolny od pewnych wewnętrznych niekonsekwencji: z jednej strony szafuje on hasłami z postmodernistycznej półki, takimi jak hedonizm, leseferyzm czy apologia konsumpcjonizmu, z drugiej natomiast w toku własnej życiowej *Praxis* hołubi

tzw. „zdrowy styl życia”, na każdym kroku kontrolując ryzyko (dobrym przykładem jest tu sfera seksualna: promiskuityczni *bobos* zawsze stosują się do zasady: *play safe, play responsibly*)<sup>27</sup>.

### **Zalążki nowej klasy próżniaczej w Polsce: medialna kreacja czy rzeczywistość?**

Jak zauważa cytowany już M. Czubaj, „dziś to agencje reklamowe zajmują się kreowaniem nowych pokoleń. Podobnie dzieje się w Polsce [...]. To jednak wciąż za mało, by mówić o pokoleniu”<sup>28</sup>. Czy zatem mówienie o powielaniu przez polskie klasy wyższe niektórych aspektów życia amerykańskich i europejskich *bobos* jest li tylko nadużyciem, medialną kreacją, nie mającą większego związku z naszą – jak chce np. Tomasz Szlendak – w gruncie rzeczy dość jeszcze siermiężną rzeczywistością? Postaram się, w oparciu o wybrane analizy empiryczne, zbliżyć się przynajmniej do odpowiedzi na to pytanie.

Pierwszy problem, jaki następuje się ewentualnemu badaczowi *bobos* w Polsce, to praktyczna niemożność zoperacjonalizowania zaproponowanych przez Brooksa też w taki sposób, aby otrzymane wyniki dały obraz w miarę jednoznaczny. Specyfika młodego polskiego kapitalizmu implikuje odmienny od zachodniego obraz struktury klasowej, a dziedzictwo PRL-u wciąż wywiera znaczący wpływ na powielane wzory konsumpcji, nawet w obrębie klas wyższych. Należy więc w pierwszej kolejności postawić pytanie, z jakich konkretnie klas mogłyby się rekrutować polscy *bobos* czy też *bobos in spe*? Przypomnijmy, że Brooks, w przeciwieństwie do Veblena, podkreśla znaczenie wykształcenia jako jedynej możliwej furtki do „próżniaczego raj”, o którym mówi w tytule swojej pracy. Wydawać by się zatem mogło, że pojęcie nowej klasy próżniaczej wiązało należy przede wszystkim z inteligencją, a w szczególności nietechniczną, co stoi w pew-

<sup>24</sup> T. Szlendak, dz. cyt., s. 34.

<sup>25</sup> Tamże, s. 36.

<sup>26</sup> Tamże.

<sup>27</sup> M. Ostrowski, dz. cyt.

<sup>28</sup> M. Czubaj, dz. cyt.

nej sprzeczności z obiegowym przekonaniem, że jeśli chodzi o zasobność portfela i poziom konsumpcji, zdecydowanymi liderami są właściciele wielkich przedsiębiorstw. Brooks nie neguje jednak tego faktu; zaznacza po prostu, że to właśnie inteligencja, owi dawni *highbrows*, stała się największym beneficjentem technologicznych przemian, jakie dokonały się w postindustrialnej gospodarce. Czy podobną prawidłowość zaobserwować można w naszym kraju? Jak twierdzi Krzysztof Jasiński, w hierarchii dochodów faktycznie mamy w ostatnich latach do czynienia z pewnym przesunięciem: wysokie dochody drobnych przedsiębiorców, pionierów pierwszych lat transformacji (często byli to przysłowiowi *self-made mani* o niewielkich zasobach kapitału kulturowego), należą już do przeszłości. W miarę stabilizacji gospodarki rynkowej dokonuje się zamiana miejsc między tą częścią środowisk gospodarczych a dyrektorami, kierownikami administracji najwyższych szczebli, liderami życia politycznego oraz – co dla nas szczególnie istotne – inteligencją nietechniczną<sup>29</sup>. Podobne obserwacje czyni Henryk Domański; jak wynika z przytaczanych przez niego badań, chociaż na transformacji ustrojowej w Polsce najwięcej udało się „ugrać” wyższym kadrom kierowniczym (w 1998 roku dochody kierowników firm i instytucji państwowych przewyższały średnią dla ogółu ludności o 123%), to już na drugim miejscu listy największych beneficjentów przemian znalazła się inteligencja nietechniczna (dochody wyższe od średniej o 75%), wyprzedzając jeszcze do niedawna pozostawiający ją w tyle biznes. Przytaczane przez Domańskiego badania Ewy Jaźwińskiej wskazują, że u schyłku lat 90. średni dochód w rodzinach inteligentnych (1250 zł) był wyższy niż w rodzinach właścicieli firm (918 zł). Widać zatem wyraźnie, konkluduje Domański, że studia wyższe w Polsce stają się coraz bardziej opłacalne<sup>30</sup>. Prawidłowość ta zaznacza się szczególnie jaskrawo, jeśli porównamy dochody rodzin inteligentnych i tych, w których

głowa rodziny posiada wykształcenie podstawowe. O ile w rodzinach inteligencji odnotowano na przestrzeni lat 1987-1998 systematyczną zmianę *in plus*, jeśli chodzi o przyrost dochodu (z 15% w roku 1987 do 45% w 11 lat później), tak kolejną z badanych kategorii rodzin cechuje konsekwentny spadek dochodów (z -16,6% do -40,2% w analizowanych latach). Większy sukces, powiada polski socjolog, odniosła przy tym inteligencja nietechniczna, pozostawiając za sobą inżynierów<sup>31</sup>, najwyraźniej mniej giętkich w dostosowywaniu się do błyskawicznie zmieniającej się ponowoczesnej gospodarki.

Wiemy już zatem przynajmniej, że teza Brooksa o rosnącej roli wykształcenia w społeczeństwach rozwiniętego kapitalizmu znajduje w realiach polskich niejaki potwierdzenie; możemy też domniemywać, że inteligencja nietechniczna, z racji osiąganych dochodów, może się stać załącznikiem nowej polskiej klasy próżniaczej. Nie wolno jednak zapominać, że dochód to nie wszystko; charakter strukturalny (czyli determinujący przynależność do określonej klasy) mają też statusowe wyróżniki pozycji społecznej<sup>32</sup>. Innymi słowy, należy przyjrzeć się, w jaki sposób inteligencja nietechniczna swój dochód konsumuje, upodabiając się – bądź wręcz przeciwnie – do stylu życia swoich zachodnich *counterparts*.

Z badań cytowanych przez Joannę Sikorską wyłania się wizerunek polskiego inteligenta jako osoby zorientowanej głównie na wartości pozamaterialne i w tych kategoriach definiującego osiągnięty sukces życiowy: ci spośród badanych, którzy zadeklarowali się jako „ludzie sukcesu” (a uczyniło tak prawie 60% kadry kierowniczej i specjalistów oraz 54% pracowników administracyjno-biurowych), wskazali na takie jego aspekty, jak szczęście osobiste i rodzinne, możliwość kształcenia dzieci i korzystania z czasu wolnego. Wśród tej grupy ankietowanych znalazła się też nadreprezentacja osób

<sup>29</sup> K. Jasiński, *Elita biznesu w Polsce. Drugie narodziny kapitalizmu*, Warszawa 2002, s. 176.

<sup>30</sup> H. Domański, *Hierarchie i bariery...*, dz. cyt., s. 110-111.

<sup>31</sup> Tamże, s. 112.

<sup>32</sup> Jasiński zalicza do takich wyróżników statusu elit ekonomicznych zamieszkanie w ekskluzywnych dzielnicach, posiadanie rozległych, reprezentacyjnych rezydencji, luksusowych samochodów, częste wyjazdy za granicę itp. (s. 163). Wydaje się jednak, że w polskiej rzeczywistości powyższą charakterystykę można odnieść – przynajmniej na razie – wyłącznie do ścisłego grona właścicieli największych firm.

wiążących sukces z osiąganiem wyższej pozycji społecznej, co J. Sikorska identyfikuje z przejawianiem postawy indywidualistycznej, ukierunkowanej na osiągnięcia<sup>33</sup>. Postawa taka ma przełożenie na aspiracje konsumpcyjne reprezentujących ją osób: specjaliści i członkowie kadr zarządzających oraz pracownicy administracyjno-biurowi w największym stopniu deklarowali takie kierunki zwiększania wydatków konsumpcyjnych, jak wypoczynek i kultura (np. w gronie specjalistów odsetek ankietowanych deklarujących wzrost wydatków na kulturę wzrósł z 65% w roku 1975 do 74% w roku 1995; podobnie rzecz się miała w grupie pracowników biurowych: tu odnotowano wzrost nastawień prokonsumpcyjnych w tej sferze z 40% do 82%). Jak wygląda owa konsumpcja kultury w wykonaniu polskiej inteligencji? Jak wynika z raportu CBOS<sup>34</sup>, w 1997 roku trzech na czterech bywalców instytucji kulturalnych legitymowało się wyższym wykształceniem, z czego w 66% byli to przedstawiciele kadry kierowniczej i inteligencji. Z tej grupy społeczno-zawodowej rekrutuje się też najwięcej czytelników książek i prasy (w ten sposób definiuje siebie 88% przedstawicieli tej kategorii). Warto przy tym zaznaczyć, że te spośród ankietowanych przez CBOS osób, którym *ex post* przypisano „orientację elitarną”, siedmiokrotnie częściej niż pozostali wśród najczęściej wykonywanych zajęć czasu wolnego wymieniają wyjście do kina, teatru, na koncerty, wystawy itp., pięciokrotnie częściej uczą się lub dokończają zawodowo, czterokrotnie częściej wyjeżdżają w weekend za miasto. Rzadziej tymczasem oglądają telewizję i przejawiają postawę ogólnie bierną. Postawa aktywistyczna osób, które osiągnęły sukces zawodowy, rozciąga się też na dziedzinę aktywności fizycznej: w uprawianie sportu częściej angażują się osoby aktywne zawodowo, nierzadko narzekające wręcz na brak czasu<sup>35</sup>.

Zatrudniony na dobrze płatnym stanowisku przedstawiciel „nowej” polskiej inteligencji (myślę, że to określenie nie jest w kontekście

niniejszych rozważań specjalnym nadużyciem) to zatem osoba zorientowana na wartości pozamaterialne, dużą wagę przykładająca do życiowego sukcesu, w większym niż reszta społeczeństwa stopniu konsumująca dobra wyższej kultury. Wydaje się więc, że pod pewnymi względami rysuje się tu analogia do opisywanych przez Brooksa euroamerykańskich *bobos*. Tak jak *bobos*, polscy „nowi” inteligenci przejawiają upodobanie do kultury elitarnej, przykładają dużą wagę do zdrowia i kondycji fizycznej, potrafią dobrze wykorzystać posiadany czas wolny. Jednakże zaznaczają się też między omawianymi grupami istotne różnice: o ile *bobos*, tak jak Veblenowscy rentierzy, uprawiają głównie sporty tak niepopularne, jak i nieprzydatne z użytkowego punktu widzenia (np. krykiet czy polo), tak Polacy, jak przynajmniej wynika z badań CBOS, preferują raczej „popularne” formy aktywności fizycznej, takie jak bieganie czy pływanie, z którymi wiążą się dodatkowe profity, jak np. możliwość poprawienia sylwetki<sup>36</sup>. Podobnie jeśli chodzi o deklarowany sposób spędzania czasu wolnego, nie uderza wyjątkowość czy oryginalność preferowanych przez polskich inteligentów hobby. Jak podaje Macieja Falkowska, najpopularniejszym w tej grupie społeczno-zawodowej hobby pozostaje... brydż. Rację ma chyba zatem Henryk Domański, mówiąc, że posiadanie hobby jest bezklasowe, nie stanowi w Polsce wyróżnika „lepszego stylu”<sup>37</sup>. Inna różnica dotyczy otaczania się ekskluzywnymi dobrami materialnymi: z przytoczonych analiz wynika raczej, że polscy inteligenci większą rolę przykładają do gromadzenia oszczędności, które w przyszłości przeznaczyć będzie można na wychowanie dzieci.

W tym momencie rozważań nieodmiennie nasuwa się pytanie: ale co z ostentacyjną konsumpcją, której tak wiele miejsca poświęcili zarówno Veblen, jak i autor *Bobos in Paradise*? Przytoczone powyżej dane raz jeszcze zaświad-

<sup>33</sup> J. Sikorska, *Konsumpcja. Warunki, zróżnicowania, strategie*, Warszawa 1998, s. 96-97.

<sup>34</sup> M. Falkowska, *Czas wolny i orientacje kulturalne Polaków* [w:] *Wartości, praca, zakupy... O stylach życia Polaków*, red. M. Falkowska, Warszawa 1997, s. 204 i n.

<sup>35</sup> R. Kostka, *Zdrowy styl życia po polsku* [w:] *Czas wolny...*, s. 214.

<sup>36</sup> Tamże, s. 215-216.

<sup>37</sup> H. Domański, dz. cyt., s. 133.

czają o tym, o czym wspominałam już na początku: o niemożności uchwycenia zjawiska Veblenowskiego „marnotrawstwa” drogą twardej, empirycznych analiz. Aby naprawdę zbliżyć się do *Lebenswelt* polskich kandydatów na *bobo*, odwołać się wypada do danych jakościowych, zgromadzonych w toku swobodnych wywiadów z przedstawicielami polskiej klasy wyższej. W sukurs przychodzą tu analizy pióra Hanny Palskiej.

Co chyba najważniejsze, ankietowane przez badaczkę osoby wywodzą się z najbardziej nas interesującej grupy zawodowej: są to osoby zatrudnione w agencjach reklamowych, firmach branży PR i HR, ludzie mediów, słowem – dobrze zarabiająca inteligencja nietechniczna. Jak wskazuje Palska, w grupie tej dość silnie zaznaczają się postawy opisywanej przez Veblena konsumpcji na pokaz. Jeden z respondentów wyznaje: „Szaleństwa? Oczywiście, że sobie pozwalam, człowiek zwariowałby, gdyby tylko harował”. Najczęściej wskazywanym usprawiedliwieniem takiej postawy jest pogląd „pracuję, a więc mi się należy”<sup>38</sup>. Okupiona ciężką pracą swoboda konsumpcyjna przejawia się w nabywaniu, jak to określa jeden z badanych, „towarów z wyższej półki”. Dobra te to najczęściej ekskluzywna odzież, nabywana nierzadko w Paryżu czy Londynie, weekendowe „wypadki” za granicę („wyskoczyliśmy na Malte” – opowiada respondent), wyrafinowane produkty kulinarne, takie jak np. „żeberka francuskie i langusta”. Kiedy tylko fundusze pozwalają, respondenci Palskiej składają kontrybucję arbitrom elegancji hołdując najnowszym modom wystroju wewnątrz czy kulinarnym, nie wahając się przeznaczać na „zachcianki” większych sum pieniędzy („kupuję buty we Włoszech i za dobre buty trzeba po prostu dobrze zapłacić”)<sup>39</sup>. Często też badani zwracają się, że najważniejszą pobudką dla nabywania ekskluzywnych dóbr jest dla nich snobizm<sup>40</sup>. Potwierdza się tu

zaobserwowana przez Veblena prawidłowość, że o wartości danej rzeczy decyduje nie tyle jej funkcjonalność, co cena i aktualna moda. Co ciekawe, można też wśród wypowiedzi cytowanych przez Palską odnaleźć dalekie echo opisywanej przez norweskiego uczonego „konsumpcji na zewnątrz” – respondenci np. tylko w jednostkowych przypadkach deklarują, że odwiedzają restauracje, ponad nie przedstawiając swojej atmosfery uroczystego obiadu w gronie rodziny. Badaczka tłumaczy ten fakt retencją postaw zakorzenionych jeszcze w epoce głębokiego socjalizmu, charakteryzujących się niechęcią do pewnych form „publicznej” konsumpcji. Często natomiast, i tu znajduje potwierdzenie teza Brooksa, młodzi, dobrze zarabiający inteligenci korzystają z szerokiego wachlarza usług medycznych. Jak zauważa Palska, przybiera to formę ostentacyjnego wręcz okazywania faktu troski o własne zdrowie („robię sobie profilaktyczne badania, generalny przegląd organizmu [...]. Natomiast nie odczuwam żadnych problemów zdrowotnych”, „mamy własną klinikę, do której należymy, płacimy za to co miesiąc rozsądne pieniądze”<sup>41</sup>). Najciekawsze jednak wydają się wnioski wypływające z lektury tych wypowiedzi badanych, które odnoszą się do miejsca, jakie w ich życiu zajmuje praca. Jeden z nich stwierdza: „Nie mogę oderwać się od czasu wolnego, kiedy mogę zarobić”<sup>42</sup>, inny natomiast: „nigdy nie byłem na urlopie”, jeszcze inny: „bardzo nie lubię w pracy siedzieć i nic nie robić, bo się wtedy bardzo męczę i denerwuję”. Praca, nierzadko wprost identyfikowana z pracoholizmem, zawłaszcza czas wolny ankietowanych, przeradzając się w najważniejszą treść ich egzystencji, w największą pasję, a zarazem sens życia. Jest to jednak zupełnie inne oblicze pracy niż to opisywane przez Brooksa: dla polskich pracoholików wykonywany zawód nie stanowi przedłużenia

<sup>38</sup> H. Palska, *Bieda i dostatek. O nowych stylach życia w Polsce końca lat dziewięćdziesiątych*, Warszawa 2002, s. 149 i n.

<sup>39</sup> Tamże.

<sup>40</sup> H. Palska, *Czy nowe style życia Polaków?* [w:] *Jak żyją Polacy*, red. H. Domański, A. Ostrowska, A. Rychard, Warszawa 2000, s. 348.

<sup>41</sup> Tejże, *Bieda i dostatek...*, s. 152-153.

<sup>42</sup> Tamże, s. 186.



zainteresowań wyrosłych z nabytego w toku edukacji kapitału kulturowego, a – dokładnie na odwrót – staje się owych zainteresowań substytutem. Ankietowani deklarują co prawda, że praca jest dla nich „pasją i spełnieniem”, jednak wydaje mi się, że jest to spełnienie w wymiarze wyłącznie merkantylistycznym, wypływające z zaspokojenia aspiracji finansowych. Jak powiada jeden z przepytanych przez Palską menedżerów, indagowany o to, jakie umiejętności chciałby w najbliższym czasie posiadać: „chciałbym się nauczyć finansów. Dobrze, bo nienawidzę finansów”<sup>43</sup>.

Podsumowując powyższe rozważania, powiedzieć można, że teza o pojawieniu się w Polsce nowej klasy próżniaczej jest, w świetle zaprezentowanych badań, raczej przedwczesna. Owszem, wśród przedstawicieli zawodów, które przybyły do nas z Zachodu wraz ze swymi obco brzmiącymi nazwami (*sales manager, account manager, sales*

*director* itp.), odnaleźć można postawy przybliżające ich do opisywanych przez Davida Brooksa *bobos*, jednakże dominujące wzory konsumpcji albo wciąż nawiązują do utrwalonych nawyków rodem jeszcze z PRL-u, albo – skutkiem gorliwości typowej neofitom cechującej ich odtwórców – nawiązują do stereotypowych wyobrażeń na temat „luksusowego życia” na Zachodzie żywcem wziętych z seriali pokroju *Dynastii* (co przybliżałoby nowe polskie elity do definicji klasy próżniaczej w jej klasycznym kształcie). Takie jednak komponenty stylu życia polskich odpowiedników *bobos*, jak choćby zorientowanie na wartości pozamaterialne czy szczególna pozycja pracy zawodowej, urastającej do miana atrakcyjnego sposobu spędzania czasu wolnego i swoistego hobby, zaświadcza o tym, że być może przestrzeń, jaka oddziela zachodnich *bourgeois bohemians* od rodzimych „okularników” może zostać w niedługim czasie pokonana.

<sup>43</sup> Tamże, s. 181.