

Gabriela Kamecka 

Uniwersytet Warszawski



INFRASTRUKTURA RYNKÓW MAŁŻEŃSKICH POLSKIEJ KLASY WYŻSZEJ

Celem artykułu jest analiza rynków małżeńskich polskiej klasy wyższej, z wykorzystaniem kategorii interpretacyjnych Pierre’a Bourdieu i Michela Callona. Tekst prezentuje miejsca spotkań jednostek z klasy wyższej. Artykuł powstał na podstawie materiału badawczego, na który składają się 23 wywiady pogłębione. Przedstawiciele klasy wyższej spotykają przyszłego małżonka/kę w miejscach ekskluzywnych, wyselekcjonowanych, w których występują trzy bariery wstępu: kapitał kulturowy, społeczny oraz ekonomiczny. Przestrzenie wraz z infrastrukturą odgrywają podczas poznania znaczącą rolę, także w kontekście dominującego gustu klasy wyższej, która unika miejsc ogólnodostępnych i styczności z klasami niższymi.

Słowa kluczowe: rynki małżeńskie; infrastruktura; klasa wyższa; habitus; dominujący gust

Infrastructure of Marriage Markets of the Polish Upper Class

The aim of the article is to analyze the marriage markets of the Polish upper class, using the interpretive categories of Pierre Bourdieu and Michel Callon. The text presents the meeting places for upper class individuals. The article is based on the research material consisting of 23 in-depth interviews. Upper class representatives meet their future spouses in the exclusive, selected places where there are three entry barriers: cultural, social and economic capital. Spaces and infrastructure play a significant role during the encounter, also in the context of the dominant taste of the upper class, which avoids generally accessible places and contact with lower classes.

Key words: marriage markets; infrastructure; upper class; habitus; dominant taste

Wprowadzenie

W analizach rynku małżeńskiego dominują badania ilościowe (zob. Domański, Przybysz 2007; Kalmijn 1994), których niekwestionowaną zasługą jest wykazanie istnienia homogamii małżeńskiej (zob. Arosio 2004; D’ambrosio, Pastori 2017; Mare 1991). Tym, czego brakuje do uzyskania pełnego obrazu rynku małżeńskiego, są badania jakościowe dotyczące miejsc zapoznania małżonków, charakterystyki infrastruktury tych miejsc oraz barier wstępu. Rynek małżeński

wciąż jest przez badaczy interpretowany z wykorzystaniem neoklasycznego podejścia (Becker 1990, 1981) w którym jest on traktowany jako osobny rynek z ekonomicznymi zasadami postępowania i uniwersalnymi kryteriami atrakcyjności i wartości. W artykule zostanie przedstawiony autorski pomysł badania rynków małżeńskich uwzględniający ich infrastrukturę materialną, czyli miejsca spotkań, w powiązaniu z reprodukcją klas społecznych.

Tekst powstał na podstawie materiału badawczego, zebranego podczas badań rynków małżeńskich w Polsce. Analiza uwzględnia przynależność klasową aktorów społecznych opartą na teorii Pierre'a Bourdieu (2005a) oraz pojęciu materialnej infrastruktury Michela Callona (1998a, 1998b). W artykule, w nawiązaniu do nielicznych badań (Bozon, Heran 1989), zostaną scharakteryzowane miejsca, w których jednostki z badanej klasy społecznej się poznają. Opisana zostanie architektura tych miejsc, kto jest na nich „dostępny” (czyli jakie typy osób pojawiają się w obrębie tych miejsc) oraz jakie warunki należy spełnić, aby móc się tam znaleźć.

Artykuł opiera się na materiale badawczym, na który składają się 23 pogłębione wywiady jakościowe z elementami biograficznymi. Rozmówcami były osoby pozostające w homogamicznych związkach małżeńskich, w pierwszym małżeństwie dla obojga. W moim rozumieniu nie istnieje jeden rynek małżeński, lecz wiele rynków małżeńskich, na których przebywają jednostki z danych klas społecznych, z klasy wyższej, średniej bądź niższej. Rynki małżeńskie są zatem powiązane z reprodukcją struktury klasowej. W tym artykule zostaną przedstawione rynki małżeńskie klasy wyższej. Z klasą wyższą utożsamia się 5% obywateli (CBOS 2020: 2), a samo jej badanie jest trudnym zadaniem badawczym ze względu na jej zamknięty, ekskluzywny charakter, o czym świadczą mała liczba polskich badań dotyczących tej klasy (zob. Jasiołcki 2002; Kąstory, Lipiński 2012; Kot, Słaby 2013).

Inspiracje teoretyczne

Rynek małżeński, pojęcie zaproponowane i pierwszy raz użyte przez ekonomistę Gary'ego Beckera (1981, 1990) jest abstrakcyjnym modelem doboru asortatywnego partnera, czyli wyboru małżonka pod względem podobnych cech. Becker czerpiąc z teoretycznego nurtu neoklasycznego (zob. Mill 2000), zakładał, że jednostki w swoich wyborach kierują się racjonalnym podejściem, kalkulują możliwe zyski oraz straty i dążą do maksymalizacji użyteczności. Analizując małżeństwa autor stosował teorię preferencji uważając, że małżeństwo jest zawsze chciane przez jednostki oraz ich rodziny, w związku z czym przyczynia się ono do osiągnięcia większej użyteczności niż pozostanie singlem. Użyteczność gospodarstwa domowego zależy nie od zakupywanych towarów i usług,

lecz tego co ono „wytwarza”, czyli towarzystwa, potomstwa, prestiżu, miłości, stanu zdrowia. Rynek małżeński powstaje kiedy: „wielu mężczyzn i wiele kobiet konkuruje ze sobą w poszukiwaniu partnera, wolno nam przyjmować istnienie jakiegoś rynku matrymonialnego. Każda osoba usiłuje, w ramach ograniczeń nakładanych przez warunki rynkowe, znaleźć sobie najlepszego z osiągalnych partnera” (Becker 1990: 351). Rynek małżeński jest w tym podejściu traktowany jako osobny rynek, podobny w swoich mechanizmach do rynku ekonomicznego, w ramach którego obowiązują neoklasyczne zasady postępowania.

Neoklasyczna teoria ekonomiczna, powstała na gruncie teorii klasycznej (zob. Ricardo 1949; Smith 1909), zawiera istotne ograniczenia, traktując wszystkie pola społeczne w sposób uniwersalistyczny. Rynek jest łączony nierozzerwalnie z epoką XIX wieku i powstaniem kapitalizmu; jest traktowany jako twór już ukonstytuowany, a sposób podejmowania decyzji jednostek wpisuje się w neoklasyczną koncepcję *homo oeconomicus*, odznaczającą się racjonalnym działaniem i dążeniem do maksymalizacji zysku (Kamecka 2022). Rynek małżeński w tej teorii jest abstrakcyjnym modelem, w którym jednostki zostają pozbawione sprawczości w procesie kształtowania rynku. Kierują się one chęcią uzyskania jak najwyższej użyteczności swoich działań, co w tym przypadku oznacza znalezienie najlepszego małżonka/i. Miejsce poznania partnera w tym modelu nie jest znaczące, ponieważ podobnie jak w przypadku rynku ekonomicznego najważniejszy jest efekt spotkania, czyli wejście w związek małżeński z drugą osobą.

W teorii małżeństwa Beckera (1990), optymalny dobór partnera występuje w przypadku łączenia podobnych cech komplementarnych, do których należą: wykształcenie, inteligencja, wygląd, a także odmiennych cech substytucyjnych jak na przykład zarobki. Oznacza to, że najtrwalsze związki będą powstawać wtedy, gdy małżonkowie będą podobni pod względem cech kulturowo-społecznych oraz różni pod względem ekonomicznym. W Polsce badania homogamii małżeńskiej i rynku małżeńskiego są przeprowadzane głównie z wykorzystaniem metod ilościowych. Od wielu lat socjologowie obserwują dobieranie się jednostek przez podobieństwo pod względem społeczno-ekonomicznym, czyli pod względem poziomu wykształcenia, pracy zawodowej (Domański, Przybysz 2007; zob. Kacprowicz 1989; Warzywoda-Kruszyńska 1974). Analizując ogólnodostępną literaturę przedmiotu, można zauważyć, że badacze wskazują na bardzo częste występowanie homogamii edukacyjnej wśród małżonków, podając kapitał kulturowy jako ten najważniejszy w doborze partnera (Kalmijn 1994; Mare 1991; Smits, Ultee, Lammers 1998). Ważą rolę w doborze i występowaniu homogamii małżeńskiej odgrywają również takie cechy jak wyznanie, religia czy pochodzenie (Haller 1981; Kalmijn 1991).

Dawniej miejscem spotkania przyszłego małżonka/i była przede wszystkim szkoła, sąsiedztwo oraz miejsce pracy. Obecnie miejsca te ulegają

zmianie – osoby spotykają się w klubach, stowarzyszeniach, imprezach domowych, miejscach publicznych. Przestrzeń, w której dochodzi do spotkania, jest powiązana z reprodukowaniem klas społecznych i homogamii małżeńskiej. Jednostki z określonej klasy społecznej spotykają przyszłego małżonka/kę w miejscach dostępnych głównie dla osób podobnie umiejscowionych w strukturze społecznej (Bozon, Heran 1989). Powstaje zatem pytanie, w jakich miejscach, określonych fizycznie, współcześnie poznaje się partnera, jaka jest ich infrastruktura.

Teoria aktora-sieci ANT (Callon 1998a; Latour 2010) wydaje się zawierać w sobie odpowiednie narzędzia do zbadania tej kwestii. Callon (1999), badając rynek w kontekście ekonomicznym, zwracał uwagę, że jest on konstruktem społeczno-technicznym i aby mógł funkcjonować, musi mieć wyznaczone określające go ramy. Przebieg interakcji wewnątrz ramy zależy od wzajemnych relacji agentów ekonomicznych oraz od urządzeń organizacyjnych i fizycznych, które wpływają na organizację doświadczenia jednostek (Callon 1998a). Mogą to być na przykład różnego rodzaju aplikacje, giełda. Dla Callona (1998b) rynek jest powiązany z materialną infrastrukturą i uwarunkowany historycznie (por. Braudel 2019). Istotne podczas analizy jest miejsce rynku, aktorzy na nim przebywający oraz urządzenia, które pomagają im dokonywać obliczeń.

Porozumienie zawierane między aktorami społecznymi na rynku można porównać do Goffmanowskiego (2000) teatru, w którym wszystko jest połączone ze sobą siecią współzależności – gra aktorska, scena, dźwięki, przedmioty, widownia, role poboczne. Ważna jest tutaj przestrzeń, w której odbywa się przedstawienie. Cała materialna infrastruktura, jak kurtyna, dzwonek czy światła, sygnalizują początek i zakończenie spektaklu, aby widzowie byli świadomi tego, co dzieje się na scenie. Przenosząc to na rynek małżeński – z perspektywy performatywnej jest on tworzony przez aktorów społecznych, którzy wchodzi w interakcje między sobą w określonej przestrzeni, najczęściej tej fizycznej (obecnie również często i wirtualnej) (zob. Illouz 2010; Ben-Ze'ev 2004). Brakuje jednak informacji o tym, kto jest na nich „dostępny” i jakie są bariery wejścia.

Teoria habitusu Bourdieu (2005a; 2013) może pomóc odpowiedzieć na te pytania. U Bourdieu (2006) działania jednostek nie są efektem ich indywidualnych przemyśleń, lecz stanowią odzwierciedlenie wzorców społecznych, są matrycą danej klasy społecznej, co jest sprzeczne z postawami interakcjonistów (por. Mead 1975) oraz neoklasyków (por. Becker 1990). Kalkulacja u Bourdieu zawsze ma wymiar społeczny i jest całkowicie odmienna od modelu *homo oeconomicus* (zob. Mill 2000). Jednostki nie kierują się maksymalizacją użyteczności, lecz chęcią zdobycia prestiżu, szlachetnością, honorem (zob. Bourdieu 2007), co jest zakodowane w ich habitusie. Habitus, ukształtowany przez pochodzenie i środowisko społeczne jednostki, stanowi zespół generatywnych praktyk, które często nieświadomie przejawiają się w jednostkowych

zachowaniach. Produktami habitusu są gust, smak, ale także opinie, wartości, wybór partnera. Wszystko, co jawiłoby się jako produkt indywidualnych przeżyć. Powoduje on, że praktyki aktorów z danej klasy społecznej występują systematycznie, ponieważ są wytworem identycznych schematów, oraz są „systematycznie odróżnione” od praktyk aktorów posiadających inny styl życia (Bourdieu 2005a: 216). Ten ostatni ujawnia się w najprostszych praktykach społecznych, takich jak konsumpcja, styl żywienia, spędzanie wolnego czasu. Jednostki pochodzące z tej samej klasy społecznej spędzają czas w podobny sposób, w miejscach dla nich „przeznaczonych”, czyli takich, które odpowiadają ich gustowi, stylowi życia, inaczej pozycji społecznej. Habitus generujący praktyki „podpowiada”, w jakim miejscu aktorzy społeczni czują się „na swoim miejscu”, co jawi się dla nich jako naturalne (Bourdieu 2006). Praktyki klasy wyższej, średniej oraz niższej są odmienne oraz odbywają się w innych przestrzeniach. Aby móc brać udział w danych praktykach społecznych, odbywających się w skonkretyzowanych miejscach, jednostka musi posiadać odpowiednie dyspozycje, które stanowią zarazem niewidoczne bariery wejścia do miejsca. Gust, czyli kultura przekształcona w naturę, przyczynia się do wartościowania przez jednostki zarówno rzeczy materialnych, jak i praktyk społecznych oraz wpływa na dokonywanie wyborów estetycznych. Jednostki na zasadach homologii, czyli podobieństw habitusowych, dobierają sobie zarówno znajomych, jak i małżonków.

Dla Bourdieu (2002) pole matrymonialne jest kolejnym polem, na którym dokonuje się reprodukcja struktury społecznej. *Amor fati*, czyli miłość społecznego przeznaczenia, zawsze „dąży” do unikania „niewłaściwych” sojuszy i w konsekwencji do utrwalania klasowej endogamii. Badane przez autora strategie małżeńskie były zaprojektowane tak, aby prowadzić do zawarcia tak zwanego dobrego małżeństwa, czyli takiego, które zaspokoi symboliczne i ekonomiczne potrzeby rodziny (Bourdieu 2002, 2008). Gusta dzieci podczas procesu socjalizacji są modelowane i utrwalane za pomocą różnych doświadczeń, aby w przyszłości unikać „niekorzystnych” wyborów, także tych matrymonialnych. Miłość może być szczęśliwa wtedy, gdy jest akceptowana społecznie.

„Łowiska” – współczesne rynki małżeńskie

W swoim badaniu proponuję inne spojrzenie na rynek małżeński niż implikuje to jego pierwotne, neoklasyczne założenie. Rynek w moim rozumieniu nie jest abstrakcyjnym modelem, według którego jednostki dobierają się w pary na podstawie reguły podobieństwa społeczno-ekonomicznego, dzięki czemu mogą maksymalizować swoje zyski i minimalizować straty. Rynek małżeński nie jest również dany *a priori*, utworzony w sposób spontaniczny bez udziału

aktorów społecznych. Nie jest także powiązany ściśle z epoką XIX wieku i kapitalizmem, lecz różni się znacząco w kontekście historycznym. Rynek małżeński zmienia się tak samo, jak zmieniały się rynki w sensie ekonomicznym. W przeszłości jednostki znajdowały małżonka w innych miejscach, kierowały się innymi motywacjami doboru. Rynek małżeński obecnie różni się od rynków małżeńskich w starożytności, w społecznościach pierwotnych/plemiennych, w średniowieczu, epoce wiktoriańskiej, indywidualizmu czy w nowoczesności (zob. Adamski 2002; Beck, Beck-Gernsheim 2013; Gdula 2009; Illouz 2016; Luhmann 2003; Resnick 2000). Zmienia się również „towar” wymiany, „następuje przejście od wymiany małżeńskiej (posagu, prestiżu) w społecznościach lokalnych do rynku małżeńskiego opartego na miłości romantycznej, a następnie na stabilizacji i wzajemnym wsparciu” (Kamecka 2022: 19). Rynek małżeński cały czas podlega zmianom, co sprawia, że jego badanie jest jeszcze bardziej interesujące poznawczo.

Uważam, że istnieje nie jeden rynek małżeński, lecz wiele rynków małżeńskich, które można określić mianem „łowisk” (Kamecka 2022). Łowisko jest to miejsce posiadające swoją przestrzeń fizyczną, infrastrukturalną (także wirtualną w przypadku portali czy aplikacji internetowych), w którym osoby z danej klasy społecznej spotykają się, poznają swojego przyszłego małżonka/kę i dokonują wyboru związanego z zakończeniem lub kontynuacją relacji, na podstawie dyspozycji zawartych w swoim habitusie. Rynki małżeńskie/łowiska są uwarunkowanymi klasowo, odrębnymi od siebie bytami, charakteryzującymi się barierami bądź ograniczeniami wstępu, którymi mogą być kapitały ekonomiczny (finanse, praca zawodowa), kulturowy (wykształcenie, zainteresowania) i społeczny (sieci znajomych). Zatem każda klasa społeczna, wyższa, średnia i niższa, posiada inne łowiska, w których jednostki „łowią” podobnego do siebie partnera, w celu zachowania klasowej endogamii.

Rynki małżeńskie są zależne od epoki, w której funkcjonują i tworzone przez przebywających wewnątrz nich aktorów społecznych. Istotną rolę odgrywa infrastruktura materialna, w której poznają się jednostki (Callon 1998b), ponieważ spotykają się one w konkretnym miejscu, poruszają często w ramach swojej codzienności, i to właśnie ono przyczynia się do pierwszego zarówno zetknięcia, jak i podziału między aktorami społecznymi.

Metodologia

W artykule wykorzystuję wyniki pochodzące z autorskiego badania, w którym przeprowadziłam wywiady z przedstawicielami trzech klas społecznych w kontekście ich funkcjonowania na rynkach małżeńskich. Projekt zakłada zbadanie, jak klasowość określa funkcjonowanie aktorów społecznych na rynkach

małżeńskich. Zamiast koncepcji jednego rynku, proponuję koncepcję, która będzie uwzględniać ich wielość. W moim rozumieniu rynki mają swój wymiar przestrzenny oraz własną infrastrukturę. W badaniu opieram się na teorii Bourdieu (2005a), dlatego klasę społeczną definiuję przez trzy kapitały: ekonomiczny (posiadanie dóbr materialnych i finansowych), kulturowy (wiedza, dziedzictwo kulturowe, wykształcenie), społeczny (relacje, kontakty, więzi społeczne), jak również styl życia jednostki.

Podstawowym narzędziem badawczym był indywidualny wywiad pogłębiony (IDI) z elementami biograficznymi. W artykule koncentruję się na przedstawieniu rynków małżeńskich w obrębie klasy wyższej – przedstawiam i charakteryzuję miejsca zawierania znajomości, ich infrastrukturę, egalitaryzm bądź ekskluzywność, bariery wstępu oraz typy osób dostępnych na łowiskach. Celem badawczym jest zaprezentowanie specyfiki rynków małżeńskich klasy wyższej. Zbadanie rynków małżeńskich w Polsce w powiązaniu z teorią Bourdieu jest istotne pod względem badawczym, ponieważ w kontekście tematyki rynku małżeńskiego dostępne są jedynie badania dotyczące obszaru geograficznego, z którego pochodzą małżonkowie (zob. Janiszewska 2007; Kałuża 2007). Brakuje natomiast danych dotyczących miejsc i okoliczności poznania przyszłych małżonków, szczególnie w porównaniu z badaniami ilościowymi przeprowadzonymi we Francji przez Michela Bozona i François Herana (1989). Moje badanie ma uzupełnić tę lukę w badaniach społecznych.

Strukturę społeczną dzielę na trzy klasy społeczne: wyższą, średnią oraz niższą. Bourdieu (2005a; zob. Gdula, Sadura 2012) wiąże razem wszystkie kapitały, kulturowy, ekonomiczny, społeczny, a kluczem do zbadania tych podziałów są praktyki społeczne. Zatem do klasy wyższej będą należeć naukowcy, artyści, osoby na wysokich szczeblach, przedsiębiorcy, prezesi dużych firm oraz korporacji, a także przedstawiciele wolnych zawodów. W przypadku osób z dominującym kapitałem ekonomicznym brałam pod uwagę zarobki netto dwóch małżonków osobno. Do klasy wyższej przynależały osoby, które zarabiały powyżej trzykrotności średniego wynagrodzenia brutto. Według danych GUS (2021: 2) takich osób w Polsce jest około 2%.

W badaniu wzięły udział osoby będące w homogamicznych związkach małżeńskich, które definiuję jako związki osób podobnych do siebie pod względem społeczno-ekonomicznym, czyli usytuowane na podobnym poziomie w hierarchii społecznej ze względu na posiadanie zbliżonego lub takiego samego zawodu, wykształcenia, zarobków (por. Domański, Przybysz 2007; Mare 1991; Kalmijn 1994). Wywiad był przeprowadzany z jedną osobą ze związku małżeńskiego, ponieważ odpowiedzi na pytania dotyczące miejsc poznania, infrastruktury, udzielane przez obydwoje małżonków prowadziłyby do powtarzania informacji. Starłam się, aby została zachowana równowaga płciowa respondentów, ponieważ zdaję sobie sprawę z różnic genderowych, choć nie stanowią

one głównego celu badania oraz tego artykułu. Wywiady objęły osoby z pierwszych małżeństw dla obojga, ponieważ w przypadku posiadania kolejnego małżonka, motywacje wyboru partnera, jak pokazują badania, mogą być inne niż podczas pierwszego wyboru. Powtórne małżeństwa charakteryzują się przede wszystkim większym prawdopodobieństwem kolejnego rozwodu i niestabilnością związku (Lehrer 2006).

Obecnie socjologowie rodziny zwracają uwagę na wzrost liczby związków nieformalnych, jednakże wciąż, zwłaszcza długie kohabitacje, zwykle kończą się zawarciem związku małżeńskiego (Szlendak 2010). W Polsce według dostępnych danych GUS w trwałych związkach nieformalnych żyje 2% osób (GUS 2016: 8), dlatego swój scenariusz kierowałam do osób pozostających w związkach małżeńskich. Uważam, że w przyszłości interesujące pod względem poznawczym byłoby przebadanie rynków małżeńskich wśród osób pozostających w heterogamicznych związkach małżeńskich oraz rynków partnerskich osób w związkach homoseksualnych. W przypadku rynków partnerskich należałoby wziąć pod uwagę odmienną specyfikę relacji intymnych pomiędzy osobami nieheteronormatywnymi. Aby było to możliwe, na początek powinno powstać ujednoczone podejście do badania tego zjawiska.

Artykuł został oparty na 23 pogłębionych wywiadach indywidualnych, które trwały średnio około 150 minut. Moimi rozmówcami były osoby w wieku 26–53 lat z klasy wyższej. Według danych GUS (2016: 9) po 55 roku życia zaczyna się spadek liczby osób pozostających w związkach małżeńskich, dlatego w próbie znalazły się osoby w tym przedziale wiekowym. W badaniu wzięło udział 11 mężczyzn i 12 kobiet. Podział respondentów pod względem przynależności do frakcji przedstawił się następująco: przeprowadziłam 12 wywiadów z osobami z frakcji ekonomicznej (osoby na wysokich szczeblach, specjaliści) i 11 z osobami z frakcji kulturowej (artyści, pracownicy naukowci). Pod względem posiadania kapitału rodzinnego, większość respondentów znalazła się w klasie wyższej poprzez awans (głównie z klasy średniej) – 15 osób, natomiast 8 osób dziedziczyło przynależność do klasy wyższej. Osoby wywodzące się z klasy średniej awansowały społecznie do klasy wyższej w zdecydowanej większości w ramach swojego pochodzenia. Trzej respondenci z klasy niższej awansowali do frakcji ekonomicznej klasy wyższej. Większość badanych dziedziczących habitus klasy wyższej pozostała we frakcji pochodzenia.

Najmłodsza osoba w badaniu miała 26 lat, a najstarsza 53 lata. Wywiady odbyły się między styczniem a kwietniem 2022 roku. Próba pod względem liczebności jest mała, lecz najważniejsze jest odnalezienie tego, co trudno uchwycić w badaniach ilościowych, czyli dowiedzenie się z perspektywy jednostek, jak wyglądało poznanie przyszłego małżonka, gdzie się ono odbywało, jakie były

bariery wstępu, kto znajdował się w tych miejscach. Zdecydowana większość – 22 wywiady, odbyła się w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców, a tylko jeden wywiad w średniej wielkości mieście (powyżej 50 tys.). Wywiady odbywały się w miejscach dogodnych dla respondentów – w kawiarniach, domach, miejscach pracy. Trzy wywiady z powodów logistycznych zostały przeprowadzone przez komunikator internetowy. Główną metodą pozyskania respondentów był dobór celowy, oparty na kryteriach przynależności klasowej Bourdieu. Stosowałam metodę kuli śnieżnej. Nie natrafiłam na problemy ze znalezieniem respondentów.

W moim badaniu, w kontekście homogamii małżeńskiej rzadko można było zaobserwować, aby występowały symultanicznie wszystkie podobieństwa, jak takie same zarobki, wykształcenie, podobny zawód. Zdecydowanie najczęściej obserwowalna była homogamia edukacyjna wśród małżonków (por. Ford 2020; Kalmijn 1991; Mare 1991). Wykształcenie wyższe (czyli ukończone studia wyższe, minimum licencjat) posiadało 20 par (i 22 respondentów). W przypadku trzech par poziom wykształcenia był lekko zróżnicowany. Tylko trzech małżonków moich respondentów miało wykształcenie średnie, choć i ono było łączone z licznymi kursami specjalizacyjnymi i często długoletnimi, przerwanyimi studiami. Jedna respondentka miała wykształcenie zawodowe wraz ze szkoleniami specjalizacyjnymi odbywanymi w kraju oraz za granicą. Można zatem uznać, że nawet w przypadku tych trzech par widoczna jest homogamia edukacyjna. Pod względem homogamii zawodowej zdecydowana większość respondentów wybierała małżonka z tej samej frakcji.

Najrzadziej można było zaobserwować występowanie homogamii zarobkowej (por. Kalmijn 1991). W badaniu 16 par odznaczało się heterogamią zarobkową, głównie na niekorzyść kobiet (14 par). Tylko w dwóch parach kobiety zarabowały więcej od mężczyzn. Wśród 7 par występowała homogamia zarobkowa. Potwierdzają to również badania Bourdieu (2005a), który zauważał pewien wzór doboru kobiet przez mężczyzn z klasy wyższej. Często wchodzili oni w związek małżeński z kobietami posiadającymi tak zwane „nowoczesne” zawody, jak menedżerka w firmie, psycholożka, dziennikarka. Kobiety te mają wykształcenie wyższe, więc posiadają kapitał kulturowy na tym samym poziomie co ich mężowie, lecz znacząco różnią się kapitałem ekonomicznym od swoich partnerów. Dzięki akulturacji małżonkowie dzielą się w związku kapitałami, wiedzą i tworzą własny styl życia przynależny do klasy wyższej.

Klasa wyższa w Polsce

Bourdieu (2005a) widział w klasie wyższej hegemon, który posiada dominujący styl życia, będący w opozycji do innych klas, średniej oraz niższej. To nie

dostęp do środków produkcji (Marks 1956) czy do własności (Weber 2002), lecz styl życia odzwierciedla przynależność klasową, ujawniając się poprzez udział jednostek w określonych praktykach (por. Gdula, Sadura 2012; Domański 2015; Palska 2002). Klasa wyższa posiadała najlepiej rozwiniętą, „czystą” dyspozycję estetyczną, co przejawiało się w czytaniu wyrafinowanych dzieł, uczęszczaniu do opery, teatru, kontemplacji dzieł sztuki lub natury. Dystynkcja klasy wyższej nie przejawia się ostentacyjnie, lecz milcząco, za pomocą dezynwoltury, dystansu, nastawienia na czystą przyjemność, co jednostki odnajdują chociażby w obcowaniu z naturą czy chodzeniu na spacerach.

W polskiej literaturze przedmiotu, jak zostało wspomniane wcześniej, nie ma wielu badań dotyczących klasy wyższej, najprawdopodobniej ze względu na jej zamknięty, niedostępny charakter (por. Kastory, Lipiński 2012). Nieco inaczej wygląda to w przypadku zagranicznej literatury przedmiotu, w której badanie klas wyższych powraca, pomimo jej zamkniętego charakteru (zob. Flemenn 2012; Savage, Williams 2008). Charles Wright Mills (1961) badając elity społeczeństwa amerykańskiego zauważył, że sam dostęp do elity, bogactwa, zawsze jest niezasłużony z merytokratycznego punktu widzenia, a najważniejszą rolę odgrywa pochodzenie jednostki i jej przynależność klasowa. Należy pamiętać, że polska klasa wyższa różni się od francuskiej klasy wyższej opisywanej przez Bourdieu (2005a) czy amerykańskiej opisywanej przez Millsa (1961). Na podstawie badania polskich elit biznesowych Jan Kastory i Kamil Lipiński (2012) opisują, że składają się one głównie z „nowobogackich”, ponieważ w Polsce nie istnieje elita wielopokoleniowej burżuazji o ugruntowanym stylu życia (por. Jasiecki 2002).

Inaczej wygląda podejście do polskiej inteligencji, która według badaczy ma większą tradycję niż elita ekonomiczna (Zarycki 2009, 2008). W Polsce kapitał ekonomiczny po wojnie był dobrem deficytowym, dlatego kapitał kulturowy odgrywał znacznie większe znaczenie. Po 1989 roku dostęp do dóbr ekonomicznych i najwyższych pozycji miały osoby z dużym kapitałem kulturowym. Inteligencja odgrywała rolę „posłannika modernizacji rozumianej jako droga na Zachód” (Gdula, Sadura 2012: 22). Przedstawiciele obecnej inteligencji, z jednej strony, mają poczucie własnej wyjątkowości, z drugiej defetyzmu, uważając, że ich warstwa społeczna chyli się ku upadkowi (Kulas 2016).

Badacze zwracają uwagę na zamknięcie klasy wyższej i dobieranie partnera w ramach swojej klasy społecznej (zob. Kocka 1984). Egzemplifikację tego twierdzenia stanowi przykład Norwegii. Maren Toft oraz Vegard Jarness (2020) w swojej analizie zauważyli tendencję do zamknięcia klasy wyższej i doboru małżonka również z tej samej frakcji. Jednak nawet nowsze, przytoczone przeze mnie badania, nie odpowiadają na pytania dotyczące miejsc poznania partnera oraz ich charakterystyki.

Ekskluzywne lowiska – miejsca spotkań klasy wyższej

Spotkanie jednostek, będące pozornie przeżywaniem czegoś nieoczekiwanego, jest zetknięciem się podobnie ukształtowanych habitusów, które ujawniają się poprzez uczestnictwo w podobnych praktykach. Najbardziej znane badania (Bozon, Heran 1989: 101–105) dotyczące miejsc poznania francuskich par wskazywały, że im wyżej w hierarchii społecznej znajduje się jednostka, tym częściej poznaje ona partnera/kę w wyselekcjonowanej przestrzeni pozaprywatnej (uczelnie, miejsca pracy, stowarzyszenia), a im niżej jest umiejscowiona, tym większe prawdopodobieństwo poznania przyszłego małżonka/i w miejscu publicznym (kino, sklep, na ulicy). Według tych badań jednostki najrzadziej poznają swojego przyszłego małżonka/kę w miejscach prywatnych (przyjęcia domowe, wizyty prywatne), niezależnie od przynależności klasowej.

Tabela 1. Dane zbiorcze dotyczące miejsca poznania przyszłego małżonka

| Fracja | Ekonomiczna | Kulturowa |
|-----------------------------------|--------------------|------------------|
| Liczba osób | 12 | 11 |
| Rodzaj miejsca | | |
| Publiczne wyselekcjonowane | 10 | 4 |
| Prywatne wyselekcjonowane | 2 | 5 |
| Publiczne ogólnodostępne | - | 2 |
| Bariera wstępu¹ | | |
| Kapitał ekonomiczny | 3 | - |
| Kapitał społeczny | 2 | 5 |
| Kapitał kulturowy | 10 | 8 |
| Brak barier | - | 2 |

Źródło: Opracowanie własne

W moim badaniu podzieliłam klasę wyższą na dwie frakcje: kulturową (artyści, pracownicy naukowcy) i ekonomiczną (specjaliści oraz osoby wysokiego szczebla), natomiast miejsca i okoliczności poznania małżonka na prywatne (spotkania ze znajomymi, sąsiadami, rodziną) oraz publiczne. Mogą być one dostępne dla innych osób lub wyselekcjonowane, gdzie istnieją bariery wstępu. Takimi barierami były trzy kapitały – ekonomiczny, społeczny, kulturowy. Tabela przedstawia zebrane wyniki. W niektórych przypadkach dwa kapitały

¹ Kapitały występują w relacji ze sobą, dlatego w siedmiu przypadkach zostały zaklasyfikowane podwójnie jako bariery wstępu. Uważam, że niesłuszne byłoby arbitralne wskazanie jednego kapitału jako dominującego podczas wejścia na rynek małżeński, w przypadkach kiedy dwa kapitały występowały ze sobą nierozłącznie.

powodowały wejście w obszar łowiska. Dokonałam klasyfikacji według opinii rozmówców i specyfiki miejsca oraz okoliczności poznania.

Jak pokazują dane, 21 par spotkało się w przestrzeni wyselekcjonowanej, czyli w przestrzeni, gdzie istniały bariery wstępu. Dwie pary spotkały się w przestrzeni publicznej ogólnodostępnej. Najczęściej pojawiającymi się miejscami i okolicznościami spotkań były szkoły licealne, uczelnie, spotkania ze znajomymi, miejsca pracy lub kluby. Pojedynczo pojawiły się: szkolenie specjalistyczne, restauracja, internetowe forum specjalistyczne, juwenalia, internetowy portal randkowy, stowarzyszenie wolontariuszy. Podobnie jak w badaniach francuskich większość miejsc były to miejsca publiczne (16), mniejszość stanowiły miejsca prywatne (7). We frakcji ekonomicznej zdecydowanie dominowały miejsca publiczne wyselekcjonowane (10), natomiast we frakcji kulturowej były to miejsca bardziej zróżnicowane – 2 publiczne ogólnodostępne, 5 prywatnych wyselekcjonowanych, 4 publiczne wyselekcjonowane. Zdecydowanie w większości przypadków główną rolę odegrał kapitał kulturowy, będący barierą wstępu do danego miejsca, co miało miejsce w 18 przypadkach. Kapitał ekonomiczny był istotny jako „bilet” wstępu u 3 par, natomiast kapitał społeczny u 7, czyli był drugim pod względem przydatności kapitałem umożliwiającym wejście na rynek małżeński. Respondenci z klasy wyższej, ogólnie rzecz biorąc, unikali dużych miejsc, skupisk ludzi, preferowali miejsca kameralne, spokojne. Większość z nich nie lubi przebywać w miejscach z dużą liczbą osób, a jeżeli już zdarza im się w takich bywać, to głównie w przestrzeniach wyselekcjonowanych. Miejsca prywatne, w których przedstawiciele klasy wyższej spotykają przysłego małżonka/kę, to przestrzenie o dużej selekcji towarzystwa. Nie są to spotkania rodzinne, lecz imprezy organizowane przez wyselekcjonowane grono znajomych. W niektórych przypadkach sama infrastruktura tych miejsc wskazuje na ich elitarność, np. dom z basenem, mieszkanie znanego profesora. O wstępie nie decyduje tylko kapitał społeczny, czyli bycie w kręgu znajomych, lecz także kulturowy, stanowiący główny łącznik między jednostkami, obejmujący wspólnotę wartości, styl życia i odpowiednie zachowania.

Bariery wstępu na rynek małżeński – kapitał społeczny, ekonomiczny, kulturowy

Zdecydowaną większość miejsc przedstawionych wyżej można określić mianem ekskluzywnych, czyli takich, do których wstęp jest ograniczony przez bariery. Miejsca nieograniczone przez żadne bariery były zaledwie dwa. Respondenci sami wskazywali na zamkniętość przestrzeni, w których się znajdowali, kiedy poznali swojego współmałżonka/kę:

No nie było dostępne oczywiście, no z kilku powodów. Powód był taki, że była recepcja i był jakiś tam pan czy pani, która, prawda, wpuszczała pracowników, a nie wpuszczała ludzi z zewnątrz (R20).

To było miejsce niedostępne, przynajmniej w takim potocznym rozumieniu, bo to był dom, więc do domu wydaje mi się, że oni, ona ani ja, ani nikt inny nie zaprasza ludzi przy-padkowych (R7).

Nie no wyselekcjonowanie i to zdecydowanie. To taka szkoła była rzeczywiście, że tam nikt nie wchodził z zewnątrz, tam niedopuszczalne to było (R6).

Miejsca były niedostępne nie tylko pod względem infrastrukturalnym, lecz także podlegały selekcji. Oprócz infrastruktury istotne były wspomniane trzy bariery wstępu definiowane przez kapitał: ekonomiczny, społeczny i najczęściej występujący – kulturowy.

Kapitał ekonomiczny u Bourdieu (2005a) jest obok kapitału kulturowego jednym z najważniejszych kapitałów pozwalającym klasie dominującej nie tylko na konsumowanie dóbr, lecz także na jego konwersje w kapitał kulturowy. Kapitał ekonomiczny odegrał istotną rolę u trzech jednostek pochodzących z frakcji ekonomicznej klasy wyższej, i pomógł dostać się do łowiska. W jednym przypadku było to szkolenie specjalizacyjne, w drugim elitarny klub, natomiast w trzecim droga restauracja:

Kluby studenckie mnie nigdy nie interesowały, to znaczy dla mnie to było takie... chyba wolałam chodzić w miejsca, gdzie byli ludzie starsi i też jakby, gdzie czułam, że jest trochę więcej pieniędzy. Jakby nie chciałam chodzić do klubów studenckich, nie interesowało mnie to zupełnie, tak, gdzie ludzie płacili tam, wiesz, trzy złote za kufel piwa i tam siedzieli przy tym piwie przez cały dzień. Nie, ja chciałam poczuć taki ten „warszawski highlife”, tak. Czyli kluby typu, nie wiem, kiedyś było (nazwa klubu), no to był taki chyba najbardziej, no najfajniejszy klub w Warszawie, gdzie jak ktoś miał pieniądze, to tam chodził. Więc tak, w takie miejsca lubiłam chodzić. Takie, gdzie była selekcja. (...) Nie bardzo chciałam się spotykać z kimś, kto nie reprezentuje jakiegoś poziomu intelektualnego zbliżonego do mnie. To też było dla mnie ważne (R5).

Miałem się spotkać ze znajomymi, ale to nie wyszło, więc po prostu chciałem znaleźć coś obok, żeby spokojnie posiedzieć, trochę odpocząć, może chwilę popracować, więc szukałem czegoś nie tak gwarneego, miejsca, są niektóre knajpy, gdzie nie ma gdzie usiąść, gdzie jest porozlewane jedzenie itd., gdzie nie wyciągnę laptopa, tylko coś takiego, żeby można było spokojnie posiedzieć. (...) Ciężko mi się poruszać takimi kategoriami, czy było dostępne, ale było drogo, tak? Więc, jeżeli ktoś nie lubi wydawać więcej pieniędzy na jedzenie czy na tego typu formy spędzania czasu, no to okej, ta cena mogłaby być jakąś barierą. (...) Inne osoby myślę, że raczej miały biznesowe spotkanie (R15).

Można zauważyć w powyższych cytatach konwersję kapitału kulturowego w ekonomiczny. Respondentka (R5), w tamtym okresie studentka pochodząca

z ekonomicznej frakcji klasy średniej, celowo chodziła w miejsca, w których pożądanym było posiadanie większych zasobów finansowych, występujących według niej nierozłącznie z większym kapitałem kulturowym. Mimo że posiada ona wykształcenie wyższe, tak jak i jej mąż, to kapitał ekonomiczny odgrywał w tym wypadku istotną rolę. Była ona nastawiona na pomnożenie w przyszłości kapitału ekonomicznego, zarówno swojego jak i przyszłego męża, zdobytego dzięki wykształceniu i życiu na wysokim poziomie pod kątem materialnym. Od początku wiedziała, w jakich miejscach, określonych przez konkretny dobór osób, chce przebywać. W ich związku występuje homogamia zarobkowa. Respondent (R15) poznał żonę w drogiej restauracji, ponieważ studiując w tamtym momencie, a zarazem mając dochodową pracę, miał dostęp do drogiej restauracji, w których mógł również pracować, podobnie jak inne osoby odbywające tam spotkania biznesowe. Pokazuje to, że kapitał ekonomiczny funkcjonuje na zasadach wymiany z kapitałem kulturowym, zapewniając jednostkom dostęp do bardziej wyselekcjonowanych miejsc.

Drugą ważną barierą wstępu są grupy znajomych, czyli kapitał społeczny, który ułatwia dostęp do łowisk. Bourdieu (2005a) interpretował kapitał społeczny w inny sposób niż badacze (por. Coleman 2016; Putnam 2008), którzy traktowali kapitał społeczny jako zasób grup, a nie jednostek. Dla Bourdieu kapitałem społecznym są sieci kontaktów, rodzinnych, towarzyskich, biznesowych, które im szersze, tym dają jednostkom więcej korzyści i możliwości realizacji różnych celów. Zamknięte sieci znajomych i ograniczony dostęp do zróżnicowanych kontaktów są przyczynami tworzenia się nierówności społecznych i odpowiadają za tworzenie się grup znajomych oraz małżeństw. Zwracał na to również uwagę Thorstein Veblen (1998) wskazując na ekskluzywność towarzyską elit. Kapitał społeczny jest jednym z trzech kapitałów, które podlegają ciągłej wymianie i funkcjonują poprzez relacje między sobą. Respondenci sami wskazywali na ekskluzywny charakter miejsc prywatnych, w których się znajdowali:

To byli wszyscy, którzy się znają, którzy byli zaproszeni, nie była to domówka na zasadzie, weźcie swoich znajomych i wpadajcie, kto tam chce, to tam była skonkretyzowana liczba gości zaproszonych, tak że każdy wiedział, kto będzie i wszyscy chcieli się spotkać. Pod tym kątem nie było to dostępne, ponieważ nikt nie przyprowadził jakiegoś kolegi (R7).

To było takie pole ogólnodostępne, że w zasadzie tam z przyczepą lub z namiotem mógł przyjechać każdy, natomiast te osoby, które tam pojechały, to byli ludzie mniej więcej w moim wieku (...). Ja poznałam ich poprzez moje przyjaciółki, które też tam były i ja to środowisko poznałam przez nie i te, które były córkami znajomych moich rodziców. I jakby ci znajomi moich rodziców ze swoimi córkami zawsze mieszkali na obrzeżach Warszawy w domu z ogrodem i ci znajomi byli też z ich okolic, to wszystko byli ludzie jakby, którzy w domach mieszkali, nie blokach (R10).

Dla respondentów poruszanie się podczas imprez tylko w kręgu znajomych było czymś naturalnym. Nie wyobrażali sobie, aby mogły znaleźć się tam osoby nie z ich towarzystwa. W przypadku jednej respondentki (R10) w tworzenie kręgu znajomych byli zaangażowani również jej rodzice i ich znajomi, których dzieci, dzięki nim, spotykały się ze sobą. Świadczy to o jeszcze większej ekskluzywności budowania relacji towarzyskich w klasie wyższej, w co zaangażowani są również rodzice. Na elitarność klasy wyższej wskazują Lipiński i Kistora (2012: 149) zauważając, że „wejście w odpowiednie środowisko jest istotne ze względu na zdobycie kapitału społecznego”, co ma znaczenie w ich dalszej przyszłości. Moi badani pytani o to, z jakich środowisk społecznych pochodzili ich znajomi, dopiero w trakcie badania zdawali sobie sprawę, że otaczają się osobami podobnymi społeczno-ekonomicznie (por. Domański, Przybysz 2012). Czasami błędnie uważali swoje środowisko za heterogamiczne: „zawodowo ich losy potoczyły się jakby (inaczej) i stamtąd mamy wokalistów i prawników, i mój mąż montażysta filmowy, i kolega zakład Škody czy czegoś prowadzi, jeden jest super grafikiem, jeden jest programistą (R10)”. Moi respondenci często nie byli zdolni do krytycznej analizy o swoim życiu. Traktowanie ekskluzywnych sieci znajomych w sposób naturalny jest bardzo symptomatyczne w przypadku klasy wyższej.

Jednakże to kapitał kulturowy, tak często opisywany przez badaczy nauk społecznych (zob. Bourdieu 2005a; Illouz 1997; Zarycki 2009), tworzy najgłębsze dystynkcje pomiędzy jednostkami wśród pozostałych kapitałów. W obrębie mojego badania to właśnie kapitał kulturowy jawi się jako ten najważniejszy, począwszy od poznania trajektorii biograficznej jednostek, przez miejsce poznania, aż po praktyki w związku i klasowe mechanizmy doboru partnera. Kapitał kulturowy u Bourdieu składa się z trzech typów: zinstytucjonalizowanego (wyższe wykształcenie), ucieleśnionego (gust, odpowiednie zachowanie, wiedza) oraz zobiektywizowany (posiadanie dóbr kulturowych). Poprzez swoją złożoność kapitał kulturowy jest najtrudniejszy do zdobycia i stanowi najtrudniejszą barierę wstępu do łowiska. Najlepszą tego egzemplifikacją jest selekcja, jaka odbywa się podczas rekrutacji na prestiżowe uczelnie, jak również dobór odpowiedniego towarzystwa, o czym wspominali moi rozmówcy. W przypadku badanej przeze mnie klasy wyższej i miejsc doboru małżonka, kapitał kulturowy był głównym „biletem wstępu” do miejsca:

W sensie majątkowo to był rozstrzał, bo koleżanka, u której byliśmy, była bardzo bogata, reszta bym powiedział społecznie zwykła, bez jakichś właśnie, bez szczególnych uwarunkowań majątkowych. (...) Wszystkie osoby się kształciły, wszystkie były na studiach, miały pokończone studia i dalej się kształciły (R7).

No tam przychodzą ludzie, którzy są, w połowie są, nawet w większości przychodzili tam studenci, różnych warszawskich uczelni, najwięcej z racji lokalizacyjnych SGH i Politechniki (R2).

Tak mi się wydaje, że ono jest ekskluzywne, że jest niedostępne. Tam jest to owiane „ooo kurde, akademia teatralna”, owiane legendą. No jest, bo to jest, wiesz, mało i się trudno dostać. Jest jakiś prestiż zbudowany. Jest rodzaj pewnej ekskluzywności, zamknięcia (R12).

Kapitał kulturowy stanowi główny czynnik wstępu do miejsc poznania klasy wyższej. Jak zwraca uwagę jeden z respondentów (R7), znajomi mogli się od siebie różnić pod względem majątkowym, lecz wszystkie osoby się kształciły, studiowały, cały czas poszerzały swój kapitał kulturowy. Także kluby charakteryzują się skonkretyzowaniem swojej oferty rozrywkowej do konkretnych grup społecznych, czego przykładem są kluby studenckie, w większości zrzeszające studentów danej uczelni. Z kolei dostanie się do akademii teatralnej wiązało się z poczuciem prestiżu, ekskluzywności, dzięki małej liczbie dostępnych miejsc i surowej selekcji podczas rekrutacji na studia.

Kapitał kulturowy zawsze ma związek ze studiami, stanowiącymi podstawę przyszłego funkcjonowania jednostek, mimo pojawiającej się często publicznie opinii o dewaluacji dyplomów. Respondenci z klasy wyższej uważają studia za coś naturalnego i ważnego w ich życiu. Najlepszym odzwierciedleniem tego jest wypowiedzieć respondentki, która wraz z mężem prowadzi wielką firmę w stolicy:

Dla mnie liceum było taką przygodą spotkania większej ilości ludzi. (...) Dla mnie to było kolejne przekroczenie granicy i wyjście na kolejny krąg i tyle. Kolejny etap, który wiedziałam, że muszę zaliczyć, żeby dostać się na te studia. Dla mnie to było proste, jasne zadanie, że ja muszę się dostać do liceum, muszę skończyć to liceum i dostać się na studia. To był cel. (...) to jest ważne, gdzie chodzisz do szkoły, gdzie studiujesz, gdzie pracujesz, to po prostu jest ważne. Bo pieniądze możesz mieć z różnych rzeczy, możesz sprzedawać marchewkę na targu, i też masz, taaak kasy, ale nie chodzi tylko o to, żeby mieć, ale też żeby być, i tym się kierowałam, żeby też być (R13).

Powyższa wypowiedź bardzo wyraźnie ukazuje różnicę istotności pomiędzy kapitałem ekonomicznym i kulturowym. Ten pierwszy jawi się jako mniej ważny, niekiedy nawet błahy, którego zdobycie nie wiąże się z wysiłkiem, i który według klasy wyższej nie jest ekskluzywny. Na przeciwnym biegunie zostaje umiejscowiony kapitał kulturowy – niełatwy do zdobycia czy wypracowania, nie dla każdego dostępny, nawet dla jednostek posiadających inne rodzaje kapitałów. Respondentka utożsamia kapitał kulturowy, bycie w liceum, na studiach, z „byciem” w rozumieniu ontologicznym. Jak zauważał Martin Heidegger (1994), egzystencja człowieka odróżnia byt od bycia. Dla respondentki bycie w świecie jest możliwe dzięki kapitałowi kulturowemu. Jak zauważa, środki finansowe może mieć każda osoba, także wywodząca się z klasy niższej sprzedająca cytowaną marchewkę, lecz pomimo posiadanych finansów osoba ta tylko ma kapitał finansowy, ale nie może zaznać tego „bycia” w świecie. Uwidocznia

się tutaj wyraźny dystans respondentki do osób z klas niższych. O znaczeniu kapitału kulturowego świadczy również liczba dyplomów respondentów – 20 par (w tym 22 badanych) posiadało wyższe dyplomy. Eva Illouz (1997: 232) omawia zagadnienie dotyczące kluczowego znaczenia kapitału kulturowego w związku, w nawiązaniu do udziału jednostek w praktykach romantycznych przytaczając wypowiedź mężczyzny z klasy robotniczej. Zauważył on, że klasy robotniczej i dominującej, posiadającą przede wszystkim wykształcenie wyższe, nie można łączyć, ponieważ „to się nie miesza”.

Estetyka rynków małżeńskich

Erving Goffman (2000) zwraca uwagę na ciekawe zjawisko, jakim jest dekorowanie miejsc. To właśnie dekoratorzy, którzy tworzą pod względem estetycznym jakieś miejsce, pozwalają jednostkom na rozróżnienie danej sceny i jej kulis. Miejsca dzięki dekoracjom, infrastrukturze, nawet jeżeli w danym momencie nie ma na scenie aktorów, nie tracą charakteru sceny. Oznacza to, że miejsca, wraz z infrastrukturą i dekoracjami tworzą sieć współzależności, która oddziałuje na jednostki w niej przebywające i tworzy pewną aurę, związaną z tym miejscem. Materialna infrastruktura (Callon 1998b), czyli cała przestrzeń, wpływała na samopoczucie jednostek i wrażenie, że znajdują się we właściwym miejscu:

Na pewno miała bardzo ładne dekoracje, mam na myśli bardzo eleganckie stoliki, też wygodne krzesła, wszystko drewniane, eleganckie zasłony, jakieś tam dodatki typu komody i kasetony, ściany i tak dalej, no taki elegancki styl, tak? Całkiem ładne żyrandole z tego co kojarzę, oświetlenie było całkiem fajnie dopasowane, to na pewno. Pamiętam też, że było mało ludzi. Ładnie pachniało, pachniało bardziej jakimiś perfumami niż jedzeniem. W sensie perfumami jak do lokalu. Obsługa była bardzo miła, zrelaksowana, pewnie w związku z tym, że było mało ludzi. (...) Pamiętam, że na koniec dostałem jako taki popitek, jak czasami dostaje się nalewkę, jakiś alkohol itd., tam mieli jakiś napar z pokrzywy. To było specyficzne i to pamiętam (R15).

Cytowany respondent opisuje zapachy, smaki, przedmioty, oświetlenie, wszystko co kojarzyło mu się z miejscem poznania swojej żony. Zwraca uwagę w sposób pośredni na ekskluzywność, wyjątkowość tego miejsca oraz jego infrastruktury. Miejsce było ładne, eleganckie, pachnące, a smaki specyficzne. Odpowiadało jego statusowi społecznemu i poczuciu estetyki.

Na aspekty sensoryczne najbardziej zwracali uwagę badani przez mnie artyści, dla których miejsce było połączone ze sferą emocji, uczuć, pewnej transcendencji. Pisał o tym Juhani Pallasmaa (2012), dla którego każde doświadczenie architektury jest doznaniem wielozmysłowym. Artyści zwracali uwagę na całą paletę aspektów sensorycznych:

To są takie mocne smaki, które pamiętam. Kawa w pobliskim barze, takiej stodole bardzo fajnej, do której zawsze kupowałam sobie Princessę kokosową. Dźwięki to Guns'n'Roses i Red Hot Chili Peppers (...). To są utwory, które do dzisiaj, że jak słyszę je w radiu, to widzę przeszłość oczami, że to fajnie w ogóle, tak jak zapachy czy dźwięki, one tak kodują tamte momenty, i to wtedy wszystko tak fajnie wraca. (...) Ja pamiętam zapach takiej jakby trawy wysuszonej słońcem, jak są takie upalne dni, długo nie padają deszcze, to w powietrzu jest taki super zapach, ja go uwielbiam, bo on mi się kojarzy z taką sielskością, jak miałabym ten zapach określić jakimś obrazem, to są na przykład „Ukryte Pragnienia”, ten film z Liv Tyler, że widać to w naturze, że to słońce już tak świeci, wszystko jest takie rozleniwione, takie rozleniwienie słoneczne, to mi się z tym jakby kojarzy. Uwielbiam ten zapach do dzisiaj (R10).

Cytowana respondentka opisywała dźwięki, zapachy, smaki w sposób bardzo szczegółowy, zwracając uwagę na duże znaczenie w jej życiu „dekoracji”, infrastruktury, w której poznała swojego męża. Trafnie stawia diagnozę – zapachy, dźwięki, miejsca kodują się w pamięci, wyobraźni, dzięki czemu możliwe jest wracanie do danych przeżyć po latach.

Habitusy w teorii Bourdieu (2005a) „dążą” do homologii pod względem estetycznym, co dotyczy nie tylko ciała, jako ucieleśnionego habitusu, lecz także przestrzeni fizycznej. Wybór odpowiedniej dla siebie przestrzeni, miejsca, jest jedną spośród praktyk dystynktywnych. Każda klasa społeczna co innego uznaje za ładne, estetyczne lub brzydkie, lecz to klasa wyższa posiadająca „czysty” smak stanowi punkt odniesienia dla pozostałych, zwłaszcza klasy średniej. Gust dominujący klasy wyższej i jej prawomocne poczucie estetyki sprawia, że jej przedstawiciele lubią przebywać w miejscach odpowiadających swojemu statusowi społecznemu, które określają jako: ładne, eleganckie, nowoczesne:

Natomiast miejsce w sensie fizycznym – duża, fajna, przestrzenna. Taka nowoczesna (...) nauczyciele byli to takie grono profesorskie, nauczycielskie z prawdziwego zdarzenia. Ludzie z wielką klasą, kulturą i ja czułam, że ja obcuję... czułam satysfakcję (...) nowoczesnie, widna, przestrzenna (R6).

Liceum duże, dostojne, w miarę eleganckie, tak, ładne miejsce. Zdecydowanie fajniej jest być w ładnym miejscu niż... (...). I tak samo jest, unikam brzydkich miejsc, po prostu no jak muszę, no to tam idę, ale generalnie to nie chcę tam przebywać, spędzać czasu w brzydkich miejscach. Jak dostanę brzydki hotel no to pierwsze co, ale czasami udaje mi się tylko zmienić, ale najpierw jestem wściekła, tak strasznie wściekła, że po prostu poświęcam swoje wiesz, tutaj wyobrażenia, i swój czas cenny, gdzie mam mieć cudowne wspomnienia, a jestem w jakiejś czarnej dziurze, to tego nie chcę, nie chcę, unikam brzydkich miejsc (R13).

Respondentki już w liceum zwracały uwagę na kwestie estetyczne przestrzeni, w których przebywają. Jak wskazywał Bourdieu (2005a), podczas procesu socjalizacji dzieci uczą się dokonywać wyborów estetycznych i kształtują swój

gust, zazwyczaj przy pomocy rodziców. Wiedzą, w jakich miejscach czują się dobrze, a co „jest nie dla nich”. W cytowanych wypowiedziach pojawiają się różnice w strukturze kapitałów. Respondentka z frakcji kulturowej (R6), pracowniczka naukowa, przykładała mniejszą wagę do kwestii estetycznych, podobnie jak inni pracownicy naukowcy, którym czasami trudno było przypomnieć sobie miejsce poznania małżonka. Respondentka z frakcji ekonomicznej (R13) od początku zwracała uwagę na estetykę miejsc, w których przebywa, czasami robiąc to z pewnego rodzaju egzaltacją, ponieważ cytowane „brzydkie” miejsce potrafiło zepsuć jej cały wyjazd. Niechęć do miejsc uznawanych przez nią za nieestetyczne podkreśla kilka razy, co stanowi o istotności w jej życiu estetyki.

Moi rozmówcy często nie zdawali sobie sprawy, że przebywali w obszarze, do którego dostęp mają nieliczni, co jest symptomatyczne w przypadku klasy wyższej. Większość z nich opisywała miejsca spotkań przyszłego małżonka/ki z pewną dezynwolturą:

Wydaje mi się, że to nie było na zasadzie wyrywania się (od nauki), tylko raczej utrzymywanie zwykłych relacji ze znajomymi, normalne wyjście, normalna impreza, taka rozrywka bym tak powiedział, nie specjalnego. (...) To był dom, duży dom. To był dom bardzo ładny, bardzo duży, rodzina tej koleżanki była bardzo majątna, bogata, więc wszystko tam było, od basenu, jakiś bilardów, pokoi z salą pingpongową, kinową, no wszystko tam było. Tak w wielkim skrócie, jadalnia, no i tyle. W kuchni przygotowywaliśmy jedzenie na tą imprezę, robiliśmy, bo nie zamawialiśmy, o, to było ciekawe, że sami żeśmy gotowali. Na zasadzie, że zjechało kilka albo kilkanaście osób każdy miał jakiś pomysł, i żeśmy gotowali, piliśmy, tam na luzie, taki koleżeński wieczór (R7).

Cytowany respondent odzwierciedla podejście do życia klasy wyższej w rozumieniu Bourdieu (2005a), ponieważ nie zauważa wyjątkowości miejsca, w którym przebywał. Po dopytaniu zaczął opisywać „normalną” domówkę jako przyjęcie w dużym domu z basenem. Ukazane jest tu nastawienie na czystą przyjemność – spędzanie czasu w odpowiednim towarzystwie, w przestrzeni ze wszystkimi wygodami, co respondent uważa za „zwykły” wieczór, „nie specjalnego”. Respondent zdziwił się na własne wspomnienie dotyczące wspólnego gotowania posiłków podczas imprezy. Gotowanie było czynnością integracyjną, spajającą jednostki, kojarzyło się z przyjemnością, doświadczeniem czegoś nowego. Gotowanie nie miało wymiaru „konieczności”, dobrze znanej klasie niższej, ale też często klasie średniej.

Respondenci należący do ekonomicznej frakcji klasy wyższej zdecydowanie wolą przebywać w miejscach ekskluzywnych, zarówno pod kątem przedmiotów znajdujących się w tym przestrzeniach, jak i osób. Opowiadając o miejscu poznania przyszłego małżonka zwracali często uwagę pośrednio lub bezpośrednio na kwestie estetyczne danej przestrzeni oraz jej prestiż. Inne spojrzenie na kwestię przestrzeni i jej estetyki mieli respondenci z frakcji kulturowej, przede

wszystkim pracownicy naukowi (por. Bourdieu 2005a). Przestrzeń spotkania swojego małżonka/i była dla nich mało istotna: „Mało potrafię powiedzieć. Mieszkanie, ja mam wrażenie, że raczej ciemno było w tym mieszkaniu. Ja mam wrażenie takiego dosyć starego mieszkania, trochę zagraconego” (R11). Ponadto specyfika miejsc poznania pracowników naukowych była mniej jednorodna i wyselekcjonowana niż artystów i frakcji ekonomicznej.

Nawiązując do Callona (1998b) znajomości jednostek z klasy wyższej były zawierane w pewnej ramie, którą tworzyło miejsce poznania, materialna infrastruktura oraz relacje pomiędzy członkami. Rynki małżeńskie klasy wyższej są w większej mierze prestiżowe, ekskluzywne, wyselekcjonowane. Istotną rolę odgrywają aktorzy społeczni dostępni na łowiskach, czyli towarzystwo.

***Sense of one's place* na rynkach małżeńskich**

Bourdieu (2006: 262–263) zwraca uwagę na wycucie swojego miejsca *sense of one's place*, które dla autora *Dystynkcji* odnosi się do wycucia umiejscowienia w hierarchii społecznej, świadomości klasowej. Znajduje to odzwierciedlenie w najprostszych twierdzeniach wyrażanych przez jednostki, jak „to nie dla nas”, „to nie dla ludzi takich jak my”. Podobnie jest w przypadku miejsc poznania przyszłego partnera. Przestrzeń, w której przebywały jednostki, była miejscem dającym poczucie bycia „u siebie”. Natomiast to, co wpływało na to odczucie, oprócz poczucia ekskluzywności, elitarności, prestiżu miejsca, to również otaczające je osoby. Badania wskazują na jeszcze większą homogamię społeczno-ekonomiczną w dobieraniu znajomych niż w przypadku wyboru partnera (Domański, Przybysz 2012). Dzieje się tak, ponieważ ze znajomymi jednostki widują się rzadko, więc chcą, aby to spotkanie przebiegało w jak najprzyjemniejszej dla nich atmosferze, a to gwarantuje spędzanie czasu z podobnymi do siebie osobami. Podobnie jest w przypadku przebywania w odpowiedniej przestrzeni. Oznacza to, że dla jednostek jest istotne, kto przebywa w danym miejscu, ponieważ dzięki tym osobom czują się tam „na swoim miejscu”, co widać na przykładach wypowiedzi moich respondentów:

W ogóle medycyna ma to do siebie, że jest taka hermetyzująca. (...) większość osób ma tak, że jak pójdzie na medycynę, to się strasznie hermetyzują i już są w tym środowisku medycznym cały czas, najczęściej do końca życia. Czyli bardzo trudno się z tego środowiska w ogóle wysunąć (...). Ale tak, no ale jakoś chyba pasowało mi to środowisko takie (R21).

To jest tak, że są miejsca, za którymi może średnio przepadam ze względu na ludzi, no bo jest masa takich restauracji i klubów i tak dalej, gdzie ludzie idą, żeby się pokazać, potem pokazać to na Instagramie czy innych mediach społecznościowych. Nie przepadam

za tego typu miejscami, raczej preferuję takie, gdzie jest spokojnie, można porozmawiać, można spotkać się w miłym otoczeniu, z dobrym jedzeniem, nikt mi nie siedzi wtedy na plecach. Można dyskretnie z kimś się zobaczyć, porozmawiać, miło spędzić czas. Aczkolwiek często idzie to w parze z tym, że te miejsca są znowu no, nie należą do najtańszych, no i pewnie, to wpływa, kto szuka takich miejsc. Jakby nie zwracam uwagi, czy osoby, które siedzą w lokalu, są świetnie ubrane, czy to są osoby znane, nie ma to dla mnie za bardzo znaczenia. (...) Jeżeli wiem, że coś jest przysłowiową mordownią, to raczej tam nie idę (R15).

Osoby z klasy wyższej czuły się „na miejscu” w środowisku, w którym przebywały, kiedy poznały męża/żonę, czyli w łowisku; nie były one dla nich w wielu przypadkach miejscami przypadkowymi, lecz przestrzeniami, w których odbywały się ich codzienne praktyki, jak np. miejsce pracy (R21). Co najważniejsze, osoby tam przebywające były podobne do respondentów pod kątem społecznym, kulturowym. Cytowany respondent (R15) zwraca uwagę, że dobrze się czuje w miejscach, w których jest spokojnie, można porozmawiać, miło spędzić czas, ale co za tym idzie – jest ono droższe, co stanowi dla wielu barierę związaną z dostępnością. Unika on miejsc powszechnie uznawanych za „modne”, w których inni upubliczniają spędzanie wolnego czasu na portalach społecznościowych oraz tak zwanych „mordowni”, czyli miejsc ogólnodostępnych z bardzo dużą ilością osób. To podejście znajduje jeszcze jaskrawsze odzwierciedlenie w innej wypowiedzi:

(...) towarzystwo, jakby to zawsze ma znaczenie. Muzyka, atmosfera, która w restauracji panuje. Miejsce musi być przyjemne do spędzenia czasu, zarówno jeżeli chodzi o osoby, które z nami... (...). Ciężko powiedzieć, czy towarzystwo nie przeszkadza, ale to jest jednak ważne, żeby czterech chłopaków po piwie nie wykrzykiwało ci czegoś za plecami. To jednak ma konkretne znaczenie (R2).

Respondent zauważa, że nie tylko muzyka, atmosfera panująca w danym miejscu jest ważna, lecz także przebywający w nim ludzie. Spędzanie czasu z osobami, nawet jeżeli nie zna się ich personalnie, które swoim zachowaniem, praktykami, gestami sugerują przynależność do klas niższych odstręcza jednostki z klasy wyższej od takich miejsc. Także pójście do liceum było dla respondentów szansą na przebywanie w homogenicznym środowisku, aby oddzielić się od „innych”, również od „patologii”, która była utożsamiana przez jedną z respondentek z wyborem innej szkoły niż liceum:

No w pewnym sensie lepsze, wiesz jak się nie dostałaś do liceum to się dostałaś do tak zwanych kurek, czyli do technikum drobiarsko-hodowlanego, no to my się jednak z nich śmialiśmy, że o to są kurki. No albo zawodówka, no jeszcze było technikum, takie tylko dla facetów, traktowaliśmy ich jak męski świat. Niewielki mieliśmy z nimi kontakt. I tacy byli wiesz..., no ale liceum było raczej postrzegane w naszej miejscowości jako takie

elitarne. (...) Szczerze mówiąc to ja wzdrygam się przed patologią. Ważne jest dla mnie, kto w danym miejscu przebywa. Bo nawet jeżeli idziesz do liceum, na studia, teoretycznie można założyć, że to są osoby, które wzrosły w takim środowisku, które pozwoliło im się tam dostać (R13).

Tutaj w liceum nikt nikogo nie dyskryminował, czy nie wytykał, że Ty jesteś zakuta, Ty masz takie coś tam. Podstawówka była okrutna pod tym względem. Bo dzieci, zbieranina różnych dzieci, rejonizacja. A w liceum no klasa, tak elegancko postrzegam. (...) To ciężkie było liceum i trudno było się dostać (...) tak mi się wydaje, że bardziej prestiżowe (R6).

W liceum, którego wybór postrzegany jest jako świadomy, celowy, respondentki czuły się „na swoim miejscu”, dzięki przebywaniu w tym miejscu z podobnym towarzystwem. Pojawia się istotny wątek środowiska, czyli społecznego pochodzenia jednostek przebywających w konkretnych przestrzeniach. Wypowiedzi takie jak: „ci, którzy wzrosli w takim środowisku” (R13), „z rodzin inteligentnych” (R18), „to musieli być ludzie z wyższym wykształceniem nie w pierwszym pokoleniu” (R11), „mieszkali na obrzeżach Warszawy w domu z ogrodem” (R10) – obrazują, jak często podobieństwa społeczne, kulturowe przyciągały respondentów nieświadomie, także w okresie młodości. Z kolei odpychały ich miejsca, charakterystyczne dla klas niższych, jak wspomniane wcześniej „mordownie”, czyli na przykład puby, lub cytowane „kurki”, czyli technika, zawodówki. Pokazuje to, że klasy nie są jedynie kategoriami społecznymi wyodrębnionymi za pomocą abstrakcyjnych kryteriów, jak wykształcenie, dochód, lecz funkcjonują w świecie rzeczywistym, zbliżając aktorów społecznych o podobnych dyspozycjach. Habitusy jednostek nie muszą być homogeniczne, ale odzwierciedlają pewne jednolite wzorce, które powodują reprodukcję różnic klasowych. Jednostki klasyfikują się poprzez wybór miejsc zajmujących homologiczne pozycje, jakie one zajmują w strukturze społecznej. Klasa wyższa świadomie unika styczności z klasami niższymi i dąży do utrzymywania ekskluzywności, dlatego podczas „domówek” spędza czas tylko z osobami ze swojego kręgu znajomych, a w miejscach publicznych wybiera te wyselekcjonowane, z „odpowiednio dobranymi” osobami.

Zakończenie

Jak wykazało badanie, rynek małżeński nie jest abstrakcyjnym modelem (Becker 1990, 1981), według którego jednostki dobierają się na zasadzie podobieństw ekonomiczno-społecznych. Zamiast jednego rynku w przestrzeni społecznej występują niezależne od siebie rynki, czyli miejsca, w których spotykają się jednostki z danych klas społecznych. To aktorzy społeczni, w danym miejscu

z konkretną infrastrukturą (Callon 1998b) tworzą rynek małżeński. Nie są oni „elementami” modelu ekonomicznego, a miejsce poznania nie jest uniwersalne. Rynkami małżeńskimi klasy wyższej są głównie wyselekcjonowane miejsca publiczne, ale także i prywatne, do których wejście jest uwarunkowane posiadaniem odpowiedniej ilości kapitału – ekonomicznego, społecznego lub kulturowego. Najczęściej występującym kapitałem decydującym o wstępie na łowisko był kapitał kulturowy, który na zasadach wymiany, łączył się i uzupełniał z innymi kapitałami, szczególnie społecznym.

Na podstawie przeprowadzonego badania można stwierdzić, że klasa wyższa unika otwartych miejsc, dużych skupisk ludzkich. Zazwyczaj odpowiadają jej miejsca kameralne, prestiżowe, ekskluzywne pod względem dostępności, co traktują z wyraźną dezynwolturą. Jednostki z frakcji ekonomicznej różnią się od jednostek należących do frakcji kulturowej formami spędzania czasu, konsumpcją dóbr czy praktykami. Według wzoru zaproponowanego przez Bourdieu (2005a) frakcje łączy przynależność do klasy wyższej będąca wynikiem dystynkcji względem klas niższych w hierarchii społecznej, związanej z posiadaniem większej ilości jakiegoś rodzaju kapitału. Zarówno jednostki przynależne do frakcji ekonomicznej, jak i kulturowej, poznawały przyszłego partnera w przestrzeni wyselekcjonowanej, do której dostęp mają nieliczni. Dla respondentów istotną rolę odgrywało miejsce poznania, infrastruktura przestrzeni, a także kwestie sensoryczne, tworzące atmosferę i kodujące wspomnienia. Zwracali oni uwagę również na innych aktorów przebywających na łowiskach, dzięki którym mieli poczucie swojego *sense of one's place*. Gust dominujący klasy wyższej, który jest produktem habitusu, wpływa na jej wybory estetyczne, także te związane z doбором odpowiednich dla siebie przestrzeni. Odgrywa on istotną rolę na poziomie podświadomości jednostek, ale również i świadomości. Niekiedy zdarza się, że jednostki bezpośrednio artykułują chęć przebywania w przestrzeniach ekskluzywnych, elitarnych, ładnych estetycznie i odcinają się od przestrzeni brzydkich, „nie dla nich”. Klasa wyższa dąży do utrzymania ekskluzywności i unika miejsc, w których mogą przebywać jednostki z niższych klas społecznych (por. Berman 2006: 194–203).

Zatem łowiska, w tym wypadku klasy wyższej, czyli miejsca poznania partnera, są uwarunkowane klasowo przez bariery wstępu, określone przez trzy typy kapitałów. Na łowiskach znajdują się podobne do siebie klasowo jednostki, co przyciąga je do siebie na zasadach homologii. Przestrzeń, w której się spotykają, ma swoją infrastrukturę, zapachy, smaki, dźwięki, określone towarzystwo, a badanie pokazuje, że czynniki te odgrywają znaczącą rolę w poznaniu przyszłego małżonka. Wszystko jest powiązane ze sobą siecią współzależności, jak w teatrze, i prowadzi do zbliżenia dwóch podobnych habitusów, zasobnych w odpowiednie kapitały.

Bibliografia

- Adamski, Franciszek. 2002. *Rodzina. Wymiar społeczno-kulturowy*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Arosio, Laura. 2004. *Gli opposti si respingono? Scelte di coppia e stabilità coniugale in Italia*. Roma: Aracne Editrice.
- Beck, Ulrich, Elisabeth Beck-Gernsheim. 2013. *Całkiem zwyczajny chaos miłości*. Przekład Tomasz Dominiak. Wrocław: Wydawnictwo Naukowe Dolnośląskiej Szkoły Wyższej.
- Becker, Gary S. 1981. *A Treatise on the family*. Cambridge: Harvard University Press.
- Becker, Gary S. 1990. *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*. Przekład Helena Hagemeyerowa, Krzysztof Hagemeyer. Warszawa: PWN.
- Ben-Ze'ev, Aaron. 2004. *Love Online. Emotions on the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Berman, Marshall. 2006. „*Wszystko, co stałe, rozplywa się w powietrzu*”. *Rzecz o doświadczeniu nowoczesności*. Przekład Marcin Szuster. Kraków: Universitas.
- Bourdieu, Pierre. 2002. Marriage strategies. *Population and Development Review*, 28, 3: 549–558.
- Bourdieu, Pierre. 2005a. *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy*. Przekład Piotr Biłos. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Bourdieu, Pierre. 2005b. *The Social Structures of the Economy*. Cambridge: Polity.
- Bourdieu, Pierre. 2006. *Medytacje pascaliańskie*. Przekład Krzysztof Wakar. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Bourdieu, Pierre. 2007. *In Other Words: Essays toward a Reflective Sociology*. Cambridge: Polity.
- Bourdieu, Pierre. 2008. *The Bachelors' Ball. The Crisis of Peasant Society in Béarn*. Chicago: Chicago University Press.
- Bourdieu, Pierre. 2013. *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bozon, Michel, François Heran. 1989. Finding a Spouse. A Survey How French Couples Meet. *Population: An English Selection*, 44, 1: 91–121.
- Braudel, Fernand. 2019. *Struktury codzienności. Kultura materialna, gospodarka i kapitalizm XV–XVIII wiek*. Przekład Ewa Dorota Żółkiewska. Warszawa: PIW.
- Callon, Michel. 1998a. An essay on framing and overflowing: economic externalities revisited by sociology. In: M. Callon, eds. *The Laws of the Markets*. Oxford: Blackwell Publishers, 244–269.
- Callon, Michel. 1998b. The embeddedness of economic markets in economics. In: M. Callon, eds. *The Laws of the Markets*. Oxford: Oxford University Press, 1–58.
- Callon, Michel. 1999. Actor-network theory—the market test. *The Sociological Review*, 47, 1: 181–195. DOI: 10.1111/j.1467-954X.1999.tb03488.x.
- CBOS. 2020. Klasa niższa, średnia i wyższa. Charakterystyka w oparciu o autoidentyfikacje Polaków. *Komunikat z badań nr 61*. https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2020/K_061_20.PDF. Dostęp 11.04.2022.

- Coleman, James. 2016. *Kapitał społeczny. Teoria przestrzeni międzyludzkiej*. Przekład Piotr Sztompka. Kraków: Społeczny instytut wydawniczy „Znak”.
- D’ambrosio, Gabriella, Veronica Pastori. 2017. Omogamia o complementarietà? Analisi delle scelte coniugali in Italia. *Sociologia e Ricerca Sociale*, 113: 143–155. DOI: 10.3280/SR2017-113007.
- Domański, Henryk. 2015. *Czy są w Polsce klasy społeczne?* Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Domański, Henryk, Dariusz Przybysz. 2007. *Homogamia małżeńska a hierarchie społeczne*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Domański, Henryk, Dariusz Przybysz. 2012. Wybór znajomego a stratyfikacja społeczna w Polsce w latach 1988–2008. *Kultura i Społeczeństwo*, 56, 1: 233–260.
- Flemmen, Magne. 2012. The structure of the upper class: a social space approach. *Sociology*, 46, 6: 1039–58. DOI: 10.1177/0038038512437899.
- Ford, Karly S. 2020. Marrying Within the Alma Mater: Understanding the Role of Same-University Marriages in Educational Homogamy. *Sociological Research Online*, 25, 2: 254–272. DOI: 10.1177/1360780419867710.
- Gdula, Maciej, Przemysław Sadura. 2012. *Style życia i porządek klasowy w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Gdula, Maciej. 2009. *Trzy dyskursy miłości*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- GUS. 2016. Małżeństwa i dzietność w Polsce. *Główny Urząd Statystyczny*. https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5468/23/1/1/malzenstwa_i_dzietnosc_w_polsce.pdf. Dostęp 11.04.2022.
- GUS. 2021. Struktura wynagrodzeń według zawodów w październiku 2020 roku. *Główny Urząd Statystyczny*. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/pracujacy-zatrudnieni-wynagrodzenia-koszty-pracy/struktura-wynagrodzen-wedlug-zawodow-w-pazdzierniku-2020-roku,5,7.html>. Dostęp 15.03.2022.
- Goffman, Erving. 2000. *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Przekład Helena Dąbner Śpiewak, Paweł Śpiewak. Warszawa: Wydawnictwo KR.
- Haller, Max. 1981. Marriage, Women, and Social Stratification: A Theoretical Critique. *American Journal of Sociology*, 86, 4: 766–795.
- Heidegger, Martin. 1994. *Bycie i czas*. Przekład Bogdan Baran. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Illouz, Eva. 1997. *Consuming the romantic utopia. Love and the cultural contradictions of capitalism*. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press.
- Illouz, Eva. 2010. *Uczucia w dobie kapitalizmu*. Przekład Zygmunt Simbierowicz. Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa.
- Illouz, Eva. 2016. *Dlaczego miłość rani?* Przekład Michał Filipczuk. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Janiszewska, Anna. 2007. *Dobór przestrzenny i demograficzno-społeczny małżeństw zawieranych w Łodzi*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Jasiecki, Krzysztof. 2002. *Elita biznesu w Polsce. Drugie narodziny kapitalizmu*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Kacprowicz, Grażyna. 1989. *Małżeństwo a struktura społeczna w Polsce*. Warszawa: Instytut Socjologii UW.

- Kalmijn, Matthijs. 1991. Shifting boundaries. Trends in religious and educational homogamy. *American Sociological Review*, 56, 6: 786–800. DOI: 10.2307/2096256.
- Kalmijn, Matthijs. 1994. Assortative mating by cultural and economic occupational status. *American Journal of Sociology*, 100, 2: 422–452.
- Kałuża, Dorota. 2007. *Stopień otwartości rynku małżeńskiego we współczesnej Polsce*. W: E. Ozorowski, R. Horodeński, red. *Małżeństwo-Etyka-Ekonomia*. Białystok: Wydawnictwo WSE, 97–109.
- Kamecka, Gabriela. 2022. W poszukiwaniu nowych perspektyw badania rynków małżeńskich. *Przegląd Socjologiczny*, 71, 1: 10–31. DOI: 10.26485/PS/2022/71.1/1.
- Kastory, Jan, Kamil Lipiński. 2012. Drogi do overclass. Narracje polskich elit biznesu. W: M. Gdula, P. Sadura, red. *Style życia i porządek klasowy w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, 139–160.
- Kocka, Jürgen. 1984. Family and class formation: intergenerational mobility and marriage patterns in nineteenth-century Westphalian towns. *Journal of Social History*, 17, 3: 411–33.
- Kot, Stanisław, Teresa Słaby. 2013. Ocena jakości życia wschodzącej klasy wyższej w Polsce. *Śląski Przegląd Statystyczny*, 17, 11: 209–227.
- Kulas, Piotr. 2016. *Rozmowy o inteligencji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Latour, Bruno. 2010. *Splatając na nowo to, co społeczne: wprowadzenie do teorii aktora-sieci*. Przekład Aleksandra Derra, Krzysztof Abriszewski. Kraków: Universitas.
- Lehrer, Evelyn. 2006. Age at Marriage and Marital Instability: Revisiting the Becker-Landes-Michael Hypothesis. *Journal of Population Economics*, 21, 2: 463–484. DOI 10.1007/s00148-006-0092-9.
- Luhmann, Niklas. 2003. *Semantyka miłości: o kodowaniu intymności*. Przekład Jerzy Łoziński. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Mare, Robert D. 1991. Five decades of educational assortative mating. *American Sociological Review*, 56, 1: 15–32. DOI: 10.2307/2095670.
- Marks, Karol. 1956. *Kapitał. Krytyka ekonomii politycznej. Księga I: Proces wytwarzania kapitału*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Mead, George H. 1975. *Umysł, osobowość i społeczeństwo*. Przekład Zofia Wolińska. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Mill, John S. 2000. *Essays on Some Unsettled Questions of Political Economy*. London: Batoche Books, Kitchener.
- Mills, Wright Charles. 1961. *Elita władzy*. Przekład Ignacy Rafelski. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Pallasmaa, Juhani. 2012. *Oczy skóry: architektura i zmysły*. Przekład Michał Choptiany. Kraków: Instytut Architektury.
- Palska, Hanna. 2002. *Bieda i dostatek. O nowych stylach życia końca lat dziewięćdziesiątych*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Putnam, Robert. 2008. *Samotna gra w kregle. Upadek i odrodzenie wspólnot lokalnych w Stanach Zjednoczonych*. Przekład Przemysław Sadura, Sebastian Szymański. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

- Resnick, Irvan. 2000. Marriage in medieval culture: Consent theory and the case of Joseph and Mary. *Church History*, 69, 2: 350–371. DOI: 10.2307/3169584.
- Ricardo, David. 1949. *The principles of political economy and taxation*. London: J.M. Dent & Sons; New York: E.P. Dutton & Co.
- Savage, Mike, Karel Williams. 2008. *Remembering Elites*. New Jersey: Wiley-Blackwell.
- Smith, Adam. 1909. *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations, books*. New York: P.F. Collier & Son Corporation.
- Smits, Jeroen, Wout Ultee, Jan Lammers. 1998. Educational homogamy in 65 countries: An explanation of differences in openness using country-level explanatory variables. *American Sociological Review*, 63, 2: 264–285. DOI: 10.2307/2657327.
- Szlendak, Tomasz. 2010. *Socjologia rodziny Ewolucja, historia, zróżnicowanie*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Toft, Maren, Vegard Jarness. 2020. Upper-Class Romance: Homogamy at the Apex of the Class Structure. *European Societies*, 23, 1: 71–97. DOI: 10.1080/14616696.2020.1823009.
- Veblen, Thorstein. 1998. *Teoria klasy próżniaczej*. Przekład Janina Frentzel-Zagórska. Warszawa: Wydawnictwo Muza.
- Warzywoda-Kruszyńska, Wielisława. 1974. *Małżeństwa a struktura społeczna*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich – Wydawnictwo PAN.
- Weber, Max. 2002. *Gospodarka i społeczeństwo: zarys socjologii rozumiejącej*. Przekład Dorota Lachowska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Zarycki, Tomasz. 2008. *Kapitał kulturowy. Inteligencja w Polsce i Rosji*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Zarycki, Tomasz. 2009. *Peryferie. Nowe ujęcia zależności centro-peryferyjnych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

Index osób:

| Numer respondenta | Płeć respondenta | Zawód respondenta | Zawód współmałżonka |
|-------------------|------------------|--|---|
| R1 | K | współwłaścicielka dużej firmy | współwłaściciel dużej firmy |
| R2 | M | przedsiębiorca, właściciel kilku firm | radczyni prawna |
| R3 | M | doktorant, badacz | doktorantka, badaczka |
| R4 | M | pracownik naukowy na uczelni | ekonomistka w firmie zagranicznej |
| R5 | K | menedżerka wyższego szczebla w korporacji | pracownik naukowy w laboratorium |
| R6 | K | pracowniczka naukowa na uczelni | dyrektor regionu w firmie zagranicznej |
| R7 | M | adwokat | psycholożka w prywatnej klinice |
| R8 | M | kompozytor muzyczny | śpiewaczka operowa |
| R9 | K | adwokatka | przedsiębiorca |
| R10 | K | projektantka mody | montażysta filmowy |
| R11 | M | pracownik naukowy na uczelni | pracowniczka naukowa na uczelni |
| R12 | M | reżyser teatralny | reżyserka teatralna |
| R13 | K | współwłaścicielka dużej firmy | współwłaściciel dużej firmy |
| R14 | K | pracowniczka naukowa na uczelni | programista w międzynarodowej korporacji |
| R15 | M | pracownik wysokiego szczebla w instytucji publicznej | menedżerka wysokiego szczebla w korporacji |
| R16 | M | adwokat | adwokatka |
| R17 | K | aktorka | architekt |
| R18 | K | lekarka | menedżer wysokiego szczebla w korporacji |
| R19 | K | menedżerka w branży modowej | właściciel firmy w dziedzinie nieruchomości |
| R20 | M | dyrektor regionu w międzynarodowej korporacji | menedżerka wysokiego szczebla w dużej stacji telewizyjnej |
| R21 | K | lekarka | lekarz |
| R22 | K | aktorka | menedżer wyższego szczebla w międzynarodowej korporacji |
| R23 | M | pracownik naukowy na uczelni | menedżerka wyższego szczebla w korporacji |