

Gabriela Kamecka  
Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego

## **Klasa, którą kochamy. Klasowe mechanizmy funkcjonowania rynków małżeńskich**

### **Abstrakt**

Socjologia miłości nie jest popularną subdyscypliną wśród badaczy z dziedzin społecznych, mimo to w literaturze przedmiotu coraz częściej pojawiają się zagadnienia przemiany relacji intymnych, praktyk miłosnych czy związków małżeńskich. Współcześnie żyjemy w zindywidualizowanym i racjonalnym świecie, w którym z jednej strony nie ma miejsca na miłość, a z drugiej coraz częściej jej szukamy. Dostępne badania ilościowe wskazują na permanentną homogamię małżeńską, która jak dotąd nie została w wyczerpujący sposób przebadana jakościowo. Dlatego też ważne wydaje się zdiagnozowanie i poznanie mechanizmu, który wpływa na nasze wybory w kontekście doboru partnera oraz miejsca, w którym się dokonuje. Wobec powyższego artykuł podejmuje próbę wskazania nowych pól badawczych w socjologii miłości i ich związku z umiejscowieniem jednostek na drabinie stratyfikacyjnej. Głównym tematem pracy jest odkrycie wpływu naszych gustów, habitusu – a co za tym idzie klasy społecznej (w rozumieniu Pierre’a Bourdieu) – na wybory partnera na rynku małżeńskim.

**Słowa kluczowe:** klasa społeczna, habitus, rynek małżeński, ciało, atrakcyjność.

## **Abstract**

Sociology of love is not a popular subdiscipline among researchers in the fields of social studies, yet in the literature on the subject there are more and more issues regarding transformation of intimacy, love practices and marriages. Nowadays, we live in an individualized and rational world in which, on the one hand, there is no place for love, and on the other hand, we are increasingly looking for it. All available quantitative research data indicates permanent marriage homogamy, which hasn't yet been fully qualitatively researched. That is why it seems so important to diagnose and learn the mechanism that affects our choices in the context of choosing a partner and the area in which it takes place. Therefore, the article attempts to identify new research fields in the sociology of love and relation to the individuals position in the social hierarchy. The main theme of the work is to discover the impact of our tastes, habitus and hence the social class (within the meaning of Pierre Bourdieu) - on the choice of partner on the marital market.

**Keywords:** social class, habitus, marital market, body, attractiveness.

## Wstęp

W literaturze przedmiotu miłość jest przedstawiana jako ciągle poszukiwanie „drugiej połowy” – człowiek zazwyczaj preferuje życie w grupie niż pojedynczo, dąży do bliskości. Badaniom miłości nie poświęcano jednak tak dużo uwagi, jak np. migracjom lub globalizacji, mimo że jest ona tak ważnym elementem ludzkiego życia. Na gruncie socjologii temat miłości był badany z perspektywy m.in. okoliczności i sposobu myślenia w kontekście zamieszkania we dwoje oraz budowania codziennego życia pary (Schmidt 2015, 2016), wyznaczania podziału obowiązków domowych w związku (Żadkowska 2016), analizy par polsko-norweskich (Kossakowski, Herzberg-Kurasz, Żadkowska 2016; Żadkowska, Szlendak 2016), czy przyjaźni w małżeństwach inteligenckich lub przemianach intymnych i prywatnych praktyk codzienności (Bieńko 2001, 2013).

Ważnym aspektem socjologii miłości są również rynki małżeńskie, stanowiące przestrzeń poznania się przyszłych par. Jak dotąd, w polskiej nauce, zostały one przebadane ilościowo w kontekście homogamii małżeńskiej (Domański, Przybysz 2007), co nie dostarczyło odpowiedzi na wiele pytań związanych z doborem małżeńskim. Badanie jakościowe, dzięki pogłębionej interakcji z jednostką podczas wywiadu, pozwoli zbadać zjawisko tak złożone i wymagające refleksji, jak relacje miłosne i związane z nimi praktyki.

Zgodnie z tym artykuł podejmuje próbę przedstawienia nowego spojrzenia na rynek małżeński i wskazania luk występujących w polskiej nauce, dotyczącej tego zagadnienia. Dotychczasowe badania, również te, o których wspominałam powyżej, wnoszą znaczący wkład w dorobek nauki o strukturze społecznej, wskazują statystycznie na tendencje dotyczące homogamii małżeńskiej (Ibidem), ukazują dane demograficzne w kontekście dobru małżeńskiego (Połujańska 2009), czy wpływ płci biologicznej i społeczno-kulturowej na preferowane cechy partnera (Paprzycka i in. 2014). Jednakże nie odpowiadają na podstawowe pytania, „gdzie?”, „jak?” i „dlaczego?” osoby postanawiają wejść w intymna relację, a następnie zawrzeć związek małżeński. Mimo szeroko rozwiniętej kultury indywidualizmu, racjonalizacji życia i przemian dotyczących postrzegania płci oraz ciała, jednostki nadal łączą się w sposób homogamiczny, dlatego ważne jest odkrycie mechanizmu, który determinuje wchodzenie w związki z podobnymi do siebie osobami.

Obecnie dobór partnera wygląda zupełnie inaczej niż kiedyś. Rynki małżeńskie nieustannie ze sobą konkurują; z jednej strony jednostki mają do wyboru osobę odpowiednią pod względem środowiskowym (ze swojego otoczenia), z drugiej obdarzoną nieprzeciętnym

wyglądem fizycznym, dlatego ich wybory są znacznie bardziej skomplikowane. Tu właśnie pojawia się pole badań dla socjologii w obrębie klasowości, miłości i reprodukcji społeczeństwa wraz z jego drabiną stratyfikacyjną. Niniejsza analiza, oparta na dziedzictwie teoretycznym Pierre'a Bourdieu (2000) i założeniu, że nasze wybory – zwłaszcza przy doborze partnera – determinowane są pozycją społeczną, stylem życia oraz habitusem, wskaże na pola badawcze dotychczas niebadane z perspektywy rynków małżeńskich. Artykuł jest też propozycją nowego spojrzenia na rynek małżeński jako „łowiska”, będącego klasowo naznaczonym miejscem poznania przyszłego małżonka. Co za tym idzie, artykuł ten ukaże rynek małżeński jako symptomatyczne zjawisko dla podziałów klasowych.

Na początku tekstu zostały przedstawione informacje dotyczące rynku małżeńskiego, badań dotychczas przeprowadzonych w tym obszarze oraz doboru partnera współcześnie i w przeszłości. Brak odpowiedzi na wiele pytań skłonił mnie do ich szukania w zagadnieniu struktury klasowej. Dlatego w dalszej części zostały ukazane propozycje teoretyczne dotyczące pojęcia klas społecznych oraz miłości, a następnie została opisana kultura indywidualizmu wraz z jej cechami, uwzględniając twierdzenia o jej uniwersalnym charakterze, co może sugerować zanikanie homogeniczności związków i znaczenia klasowości w doborze partnera. W ostatniej części, zostało zaprezentowane pojęcie atrakcyjności z perspektywy płci żeńskiej i męskiej jako znamiennego czynnika klasowego doboru małżeńskiego.

## **1. Rynek małżeński a dobór partnera**

Małżeństwo jest określane jako instytucja dwojga ludzi, która określa ich prawa, obowiązki w społeczeństwie, a także nadaje status społeczny (Coontz 2004). Krystyna Slany wyróżnia trzy podstawowe formy małżeństwa: formalne (religijne bądź świeckie), zwyczajowe oraz kohabitacyjne zarówno hetero, jak i homoseksualne (Slany 2002). Na szczególną uwagę zasługują związki kohabitacyjne, które – nie w tak dużym stopniu jak w krajach skandynawskich – w Polsce zaczynają być coraz częściej spotykanymi formami związków (Kwak 2005). Zanim jednak jednostki wejdą w związek małżeński, uprzednio dokonują wyboru partnera na rynku małżeńskim, który stanowi główną oś tego artykułu.

Pojęcie rynku małżeńskiego zostało wprowadzone przez Garego Beckera, który uznał, że jest on ramą dla pewnej formy spotkań, ujawniających indywidualne, ale społecznie zakorzenione wybory, gusta oraz kontekst kulturowy (Becker 1973). Rynek małżeński jest

zatem przestrzeni, w której spotykają się przyszli małżonkowie, następnie wchodzi z sobą w intymną relację, i w konsekwencji decydują się na zawarcie związku małżeńskiego. Dla Beckera rynek małżeński jest zależny od jednostek, ich upodobań, nie zaś od dziedziczenia pewnych cech, czy miejsca w strukturze społecznej. Mogłoby się wydawać, że dziś – w kulturze indywidualizmu – kierujemy się albo zdrowym rozsądkiem, albo romantyczną miłością, a nasz wybór jest przede wszystkim uzależniony od naszych indywidualnych preferencji. Jednak zdecydowana większość związków małżeńskich jest homogamiczna (Szlendak 2010; Domański, Przybysz 2007), co oznacza, że ludzie poszukują partnerów podobnych do siebie pod względem statusu społeczno-ekonomicznego, poziomu wykształcenia, wyznania czy pochodzenia etnicznego. Współcześnie podejście do badania rynków małżeńskich powoli zostaje zastąpione przez badanie homogamii edukacyjnej w związku (por. Haller 1981; Kalmijn 2010), górującej nad klasową, która ma stanowić efekt uboczny pochodzenia społecznego. Szczegółowy przegląd badań dotyczący rynków małżeńskich zrobiła Anita Brzozowska (Brzozowska 2015), ujawniając że zdecydowana większość analiz tego tematu jest realizowana metodą ilościową, która z jednej strony daje nam, socjologom, dowody na istnienie homogamii małżeńskiej, lecz z drugiej nie pogłębia tego tematu i go nie rozwija.

W Polsce pierwsze badania dotyczące homogamii małżeńskiej przeprowadziła Wielisława Warzywoda-Kruszyńska (1974). Następnie Grażyna Kacprowicz (1989) ustaliła na podstawie swoich analiz, że w Polsce, w czasach socjalizmu, istniała silna homogamia zawodowa, zwłaszcza pomiędzy pracownikami umysłowymi a pracownikami fizycznymi i zawodami rolniczymi. Według badań przeprowadzonych przez Henryka Domańskiego i Dariusza Przybysza (2007) rzadko obserwowana jest otwartość rynku małżeńskiego, a homogamia w zakresie położenia społecznego jest zauważalna przede wszystkim przy doborze małżonków (Blau, Duncan 1967). Homogamia małżeńska wskazuje na stopień wykluczenia poprzez odtwarzanie struktury społecznej i ukazuje zakres, w jakim sieci społeczne są zamknięte dla obcych (Glass 1954; Laumann 1973). W Polsce (Domański, Przybysz 2007) obserwuje się wzrost małżeństw heterogamicznych, jednakże nie ma przesłanek, które wskazywałyby na otwarcie barier selekcji społecznej małżonków (homogamia edukacyjna – 52 proc., zawodowa – 35 proc.). Ogólnym wynikiem badań dotyczących kojarzenia asortymentowego jest silna korelacja między cechami obu

małżonków pod względem ich pochodzenia społecznego i poziomu wykształcenia (Ultee, Luijckx 1990; Mare 1991; Kalmijn 1991).

Największa homogamia występuje w związkach, w których partnerzy mają wyższe wykształcenie (Mare 1991), ponieważ zazwyczaj pary tworzą studenci lub absolwenci szkół wyższych mający małe prawdopodobieństwo spotkania osoby z innym wykształceniem (Qian 1993; Schwartz, Mare 2005). Występuje również korelacja pomiędzy atrakcyjnością fizyczną żon i prestiżem zawodowym mężów, co pokazuje na zwiększanie swojego statusu u kobiet przez poślubienie bogatego męża (Stevens i in. 1990; Smits, Ultee, Lamers 1998). W tym wypadku Becker (1981) twierdzi, że podstawowym powodem różnicy w funkcjach użytkowych mężczyzn i kobiet jest podział pracy w społeczeństwie na płeć, w związku z czym kobiety i mężczyźni biorą ślub, aby zaspokoić swoje intymne i społeczne potrzeby. Z jednej strony mężczyźni potrzebują żony o podobnym poziomie wykształcenia, a z drugiej poszukują kobiet, które mogą pełnić funkcje związane ze sferą rodzinną i domową. Dlatego też w modelu Beckera mężczyźni preferują kobiety o podobnych kwalifikacjach, ale o niskiej orientacji na rynku pracy. Tradycyjny model Beckera wykazuje tendencję do hipogamii edukacyjnej dla mężczyzn i tendencję do hipergamii edukacyjnej dla kobiet, przy czym oba te mechanizmy są współzależne i tworzą dynamiczny system.

Proces poszukiwania i dopasowywania partnera różni się zasadniczo w przypadku pierwszych i powtórnych małżeństw (Sweeney 2010). Zmieniające się potrzeby finansowe i emocjonalne, wcześniej żonatyh mężczyzn i zamężnych kobiet, tworzą również znacznie odmienny zestaw zachęt do ponownego małżeństwa, które przynajmniej częściowo odzwierciedlają różne profile społeczne i osobiste (np. obecność dzieci z poprzedniego związku), co prawdopodobnie czyni je mniej atrakcyjnymi na rynku małżeńskim (de Graaf, Kalmijn 2003). Pokazuje to, że rynek małżeński odgrywa dziś znacznie ważniejszą rolę, gdyż z roku na rok wzrasta zarówno liczba rozwodów, jak i liczba ponownie zawieranych małżeństw. Dzieje się tak zwłaszcza na Zachodzie Europy i w Stanach Zjednoczonych, ale również w Polsce (GUS 2017).

Z kolei sam dobór partnera można interpretować na różne sposoby. Pierwszym zespołem czynników decydujących o wyborze przyszłego współmałżonka są uwarunkowania zewnętrzne, czyli uwarunkowania strukturalne związane z miejscem zamieszkania, uczęszczania do danej szkoły, czy miejscem pracy zawodowej (Kalmijn 1998), co nosi znamiona klasowe. Matthijs Kalmijn wyróżnia trzy grupy czynników wpływających na

zawieranie małżeństw: cechy małżonków (wspólnota wartości, zgodność charakterów lub ich przeciwieństwo), ograniczenia strukturalne związane z dostępnością małżonków (ilość dostępnych kandydatów, miejsca powiązane z nawiązywaniem kontaktów) oraz nacisk grupy (wpływ grupy etnicznej, zawodowej oraz rodziny). Osoby z klasy niższej będą miały problem ze znalezieniem osoby lub utrzymaniem znajomości z osobą z innego miasta bądź wsi, w przeciwieństwie do osób z klasy wyższej, które odznaczają się dużą ruchliwością przestrzenną. Kolejnym ważnym aspektem są cechy osobowości oddalające od siebie partnerów, ich równoległość lub paralelność (Blood 1969), czyli występowanie dominacji z uległością i podobieństw charakterologicznych.

Ciekawe wydaje się również podejście Roberta Wincha (1967), który określił społeczne uwarunkowania wyboru partnera jako „pole wybieralności”, co oznacza szereg zmiennych takich, jak np. klasa społeczna, grupa zawodowa, miejsce zamieszkania, rasa, wykształcenie, tworzących pewną „bańkę”, wewnątrz której jednostka podejmuje decyzję. Można również interpretować dobór małżeński z perspektywy ekonomicznej (Niedomysl, Östh, van Ham 2010), w której rynek małżeński składa się ze strony popytowej, czyli cech preferowanych u przyszłego partnera, i podażowej, będącej strukturalną możliwością poznania potencjalnych małżonków. Wspomniany już Becker optuje za ekonomicznym i racjonalnym podejściem w kwestii doboru małżeńskiego. Stąd też, przy wyborze partnera, jednostka kieruje się przede wszystkim zasadą maksymalizacji użyteczności, wybierając cechy osoby zarówno indywidualne, jak i społeczne, które w ramach posiadanych zasobów przyniosą jej jak największą użyteczność (Becker 1990; Giza-Poleszczuk 2005).

Rynek małżeński interesuje socjologów ze względu na miejsce, w którym najczęściej spotykają się przyszli małżonkowie, co jest jednym z elementów homogamii małżeńskiej. Mogłoby się wydawać, że jednostki poznają daną osobę w miejscach sobie najbliższych: szkole, sąsiedztwie, czy w pracy, lecz badania we Francji wskazały, że jedynie 5 proc. francuskich par spotkało się w sąsiedztwie, a 10 proc. w pracy i szkole (Bozon, Heran 1989). W takim razie, gdzie spotykają się przyszli małżonkowie, jeżeli chodzi o kontekst Polski? Dotychczas przeprowadzano badania ilościowe dotyczące przestrzeni geograficznej, miejsc, z których pochodzą przyszli małżonkowie (Janiszewska 2007; Kałuża 2007), pomijano jednak miejsce spotkania oraz czynniki determinujące chęć wejścia w relację z daną osobą, co nie pozwala odpowiedzieć na pytania dotyczące procesu poznania przyszłego małżonka.

## 2. Rynek małżeński współcześnie i w przeszłości

W przeszłości miejscem spotkania przyszłych współmałżonków była przede wszystkim szkoła, sąsiedztwo oraz miejsce pracy. Badania dotyczące tego zagadnienia zostały przeprowadzone m.in. we Francji, gdzie okazało się, że miejsc prywatnych unikają dzisiaj wszystkie kategorie zawodowe i klasowe. Im wyżej w hierarchii znajduje się jednostka, tym częściej spotyka swoją żonę lub męża w przestrzeni wyselekcjonowanej, a im niżej jest ulokowana w hierarchii, tym częściej znajduje partnera w miejscach publicznych (Bozon, Heran 1989). W Polsce uwzględniając wszystkie cechy demograficzno-społeczne, społeczno-ekonomiczne, pochodzenie rodzinne i przestrzenne odnotowano, że najbardziej homogeniczne związki tworzyli partnerzy mieszkający razem lub w bliskiej odległości, a najbardziej niejednorodne związki zawierały osoby mieszkające najdalej od siebie (Janiszewska 2007). Wynika z tego zatem, że każdy szuka partnera w miejscach, gdzie może znaleźć osobę sobie podobną. Ludzie mają tendencje, aby zawierać małżeństwa z osobami o podobnym statusie ekonomiczno-społecznym, którzy jawią się wtedy jako atrakcyjni pod każdym względem, także seksualnym (Szlendak 2010).

W czasach wiktoriańskich małżeństwa były zazwyczaj aranżowane przez rodziny jednostek, a własne odczucia i preferencje nie miały większego znaczenia. Obie płcie dokonywały wyboru na podstawie wymiany atrybutów w postaci ogólnej atrakcyjności, bogactwa, czy prestiżu rodziny, co odzwierciedlało strukturę klasową i reprodukowało stratyfikację społeczną (Illouz 2016). Aranżowanie par przez rodziców miało ważne znaczenie – nowo powstałe małżeństwo zapewniało odmienne przywileje, dziedzictwo nazwiska, majątku, natomiast preferencje państwa młodych były uwzględniane niezwykle rzadko. Taki sposób doboru małżeńskiego wpływał na hermetyzację klasową i zabezpieczał interesy rodu (Bystroń 1976; Łobodzińska 1975).

Obecnie rynek małżeński ma charakter zarówno horyzontalny jak i wertykalny, czyli odbywa się w najbliższej przestrzeni jednostki i jest bardziej otwarty na kandydatów z zewnątrz. Miejsca poznania partnera ulegają zmianie; osoby spotykają się w klubach, stowarzyszeniach, imprezach domowych, czy miejscach publicznych. Przestrzeń, w której dochodzi do spotkania wskazuje cechy homogamii, co oznacza, że różne osoby z odmiennych klas społecznych spotykają przyszłego małżonka w innych miejscach. Należy jednak pamiętać, że relacja będzie trwała tylko wtedy, jeżeli obaj partnerzy wyrażą sobą zainteresowanie, gdyż jest to relacja dwustronna, angażująca także ludzkie uczucia (Blau



1994). Tak samo oboje partnerów musi wykazać chęć kontynuacji, ustabilizowania, intymnego związku i przekształcenia go w związek małżeński.

Współcześnie rynki matrymonialne są niezwykle konkurencyjne, a wymianom w jego obrębie podlega szereg atrybutów, w który zostaje również włączona sfera seksualna (Illouz 2016). Najważniejsze jest jednak to, że obecnie nie ma formalnych nakazów łączenia ludzi w pary, lecz mimo to walka pomiędzy kandydatami odbywa się na homogenicznych rynkach w zakresie jednej klasy. Współcześnie habitus miłosny jest skomplikowany i przenikają się w nim dwa nurty, pragmatyzmu i romantyzmu, które nieustannie walczą o dominację w polu miłości (Swidler 2001).

### 3. Rynek małżeński w Internecie

W pracach podejmujących zagadnienie rynku małżeńskiego, zazwyczaj pomijana jest kwestia dobierania się w pary przez Internet – często jest to traktowane jako sporadyczne i mało reprezentatywne. Jednakże żyjąc w świecie tak mocno stechnologizowanym, nierozsądne jest pominięcie faktu, że jednostki coraz częściej poznają swojego przyszłego małżonka w Sieci. Pierwsi autorzy badający związki zawierane w Internecie byli przekonani o niemożności utworzenia prawdziwej relacji w świecie wirtualnym przede wszystkim z powodu braku sygnałów pozawerbalnych (Whitty, Carr 2009). Obecnie dominuje zgoła inne podejście, traktujące o tym, że czasami o wiele łatwiej jest znaleźć miłość w Sieci, ponieważ fizyczna izolacja ułatwia porozumiewanie się i istnieje większe prawdopodobieństwo spotkania (Lea, Spears 1995; Haythornthwaite, Nielsen 2007). Współcześnie związki internetowe nierzadko są początkiem krótkiej lub dłuższej znajomości offline, która w późniejszym etapie przeradza się również w małżeństwo. Osoby chcące znaleźć swoją „drugą połowę” mają do wyboru różne strony, media społecznościowe, fora internetowe, chat roomy, serwisy randkowe oraz aplikacje typu Tinder (Jędrusik 2019), które obecnie cieszą się ogromną popularnością, zwłaszcza wśród młodego pokolenia. Monica Whitty i Adrian Carr (2009) w swoim badaniu przedstawili, że 91 proc. badanych szuka znajomości długoterminowej przez Internet, a 65 proc. spotyka się z tą osobą już w pierwszym tygodniu poznania. Z kolei w Polsce, dane CBOS wskazują, że co dziesiąty Polak spotyka się z osobą poznaną przez Internet (CBOS 2017). Należy jednak wspomnieć także o płytkości relacji internetowych, w których bardzo często chodzi głównie o seks, a szerokie możliwości Internetu umożliwią takim osobom znalezienie osoby o podobnych preferencjach (Jędrusik

2019). Ponadto świat wirtualny daje też możliwość poznania partnera osobom należącym do mniejszości seksualnych lub narodowych, które nie miałyby takiej szansy w świecie rzeczywistym, co zwiększa ich szanse na rynku małżeńskim.

Z pozoru atrakcyjność w Sieci może wydawać się mało istotna, lecz tak naprawdę jest kluczowa. To właśnie w oparciu o zamieszczane zdjęcia jednostka decyduje się nawiązać kontakt z drugą osobą w aplikacji randkowej czy w mediach społecznościowych, a cechy charakteru, osobowość, schodzą na drugi plan. Dzieje się tak, ponieważ profile internetowe i umieszczane na nich opisy są ujednolicone, co prowadzi do urzeczowienia ludzi, w niemarksistowskim tego słowa znaczeniu (György 1988). W związku ze standaryzowaniem się autoprezentacji, zdjęcia profilowe powinny się wyróżniać; jeżeli nie będzie to oryginalność językowa, to musi być zaznaczona na płaszczyźnie fizycznej, dostosowanej do kanonów dzisiejszego piękna. Ponadto poznawanie swojego partnera w Internecie wiąże się z odtworzeniem pewnego scenariusza spotkań, podczas których zawsze padają te same pytania, odpowiedzi, czy dowcipy, które odzierają relację ze spontaniczności. Wiąże się to również ze wspomnianą wcześniej maksymalizacją użyteczności, gdzie jednostka musi szybko dokonywać rachunków kosztów i korzyści, zwłaszcza szukając partnera na portalach tak zwanego „szybkiego dobierania” (Illouz 2010). Z drugiej strony wybieranie drugiej osoby ze względu na jej atrakcyjność, nie musi być płytkie, ponieważ to, jak się ludziom prezentujemy, zależy od habitusu. Już samo zdjęcie komunikuje odbiorcy, jaki kapitał – przede wszystkim kulturowy – reprezentuje jednostka i w związku z tym, czy jest on taki sam, jak kapitał adresata przekazu.

Można zauważyć, że sam Internet staje się rynkiem małżeńskim *sensu stricto*. Z jego pomocą spotkanie z drugim człowiekiem jest rezultatem zbioru preferencji, jednostkom przypisuje się wartości ekonomiczne, a proces poszukiwania jest nastawiony na uzyskanie skuteczności. Jest to ostateczne odejście od ideału miłości romantycznej, spontanicznej i bezinteresownej, a zwrócenie się w stronę pragmatyzmu oraz zwiększenia instrumentalizacji interakcji miłosnych. Niewątpliwie łączy się to z dzisiejszą kulturą indywidualizmu, racjonalizmu, wpisuje się w konsumpcjonistyczny styl życia jednostek w, być może, mijającej już ponowoczesności. Jest to rodzaj relacji odrębny od tego, który obowiązuje w świecie rzeczywistym, ponieważ brakuje w nim informacji niewyrażonych i nieświadomych, które są przekazywane przez jednostki podczas spotkania „na żywo”, a które Internet ogranicza (Goffman 2012), dając jedynie w zamian ikonki wyrażające emocje. Z powodu braku czasu

lub chęci, współcześnie jednostki chętniej poznają się w Internecie (Kacprzak, Leppert 2013), a relacje międzyludzkie powoli stają się zmechanizowane i uboższe od tych, które można było zaobserwować w relacji romantycznej.

Wydaje się, że poznanie interesującej nas osoby w Internecie jest indywidualnym, niezależnym wyborem, dzięki któremu mamy możliwość poznania osób z innego środowiska społecznego niż nasze. W związku z tym dobieranie się jednostek w sposób homogamiczny, także za pomocą Internetu, jest ważnym obszarem do zbadania. Nasuwa się pytanie: dlaczego po pierwszym spotkaniu z wybraną w Sieci osobą, której atrakcyjność uprzednio oceniliśmy pozytywnie, więcej nie mamy ochoty się widywać? Atrakcyjność, może mieć różne formy począwszy od wyglądu zewnętrznego, przez atrakcyjność społeczną, na intelektualnej kończąc, co dotyczy zarówno spotkania za pośrednictwem Internetu, jak i spontanicznie w klubie czy na uczelni. Jakie są mechanizmy, którymi się kierujemy, w jaki sposób „sortujemy” interesujące nas osoby? Odpowiedzią może być klasowość, która wydaje się być ukryta w naszych najbardziej codziennych praktykach, także tych miłosnych.

#### **4. Miłość jako wyznacznik podziałów klasowych**

Klasy społeczne są jednym ze zjawisk, które wielu naukowców z różnych dziedzin bada najczęściej w kontekście struktury społecznej. Stąd też ich podejście bardzo często diametralnie się różni. Występuje wiele teorii, które klasyfikowano w zależności od tradycji danej szkoły teoretycznej lub miejsca prowadzenia badań empirycznych.

Chcąc mówić o klasach społecznych, należy wspomnieć o pierwszej, najbardziej znanej koncepcji klas społecznych Karola Marksa (1969), opierającej się na stosunkach wyzysku oraz własności (por. Erik O. Wright 1997; Guglielmo Carchedi 1977) oraz stojącej na przeciwnym biegunie teorii Maxa Webera (2002), mówiącej o klasach społecznych formowanych poprzez uniwersalne mechanizmy wymiany rynkowej i podziale stanowym (por. Anthony Giddens 1973; Frank Parkin 1979). Kolejnym ważnym nurtem są teorie wywodzące się od teorii klas Pierre’a Bourdieu (2000), eksponujące klasotwórczą rolę kapitału kulturowego i społecznego, co dostrzegli wcześniej m.in. Georg Simmel (2008) i Max Weber (2002). Bourdieu uważał, że oprócz kapitału ekonomicznego niezwykle ważny jest kapitał społeczny, kulturowy oraz symboliczny, co według niego było nierozzerwalnie połączone z habitusem jednostek oraz stylem życia. Habitus, czyli „określone dyspozycje” to generujące określone praktyki i zachowania jednostek oraz ośrodki formowania się zasobów

kapitałowych. Na ich podstawie kształtuje się przynależność klasowa jednostek. Struktura klasowa widziana oczami Bourdieu jest kształtowana przez stosunki dominacji i podporządkowania, na co zwracają uwagę zarówno Giddens, Parkin, jak i neomarksieści. Przy czym, warto wspomnieć, Bourdieu kładł duży nacisk na aspekt kultury jako tej, która powoduje różnice klasowe.

Wymienione klasyczne teorie dotyczące klas społecznych znacznie się od siebie różnią. Każdy z teoretyków widział inne przyczyny strukturyzujące społeczeństwo – począwszy od teorii konfliktu, aż do teorii dominacji społecznej. Inaczej definiowano też samą klasę społeczną. Niemniej jednak większość teorii klasycznych wychodziła od roli stosunków produkcji i pozycji rynkowej, własności w kształtowaniu się klas, a dopiero późniejsi badacze dodawali do niej takie aspekty, jak styl życia, dyspozycje społeczne, wykształcenie, nawiązywanie relacji międzyludzkich. Styl życia dla Bourdieu jest tym, czym dla Webera był rynek pracy, a dla Marksa sfera produkcji i stosunki własności. Jego teoria w pewnym sensie łączy wszystkie powyższe nurty w całość, przy czym punkt ciężkości jest zwrócony ku kapitałowi kulturowemu jako temu najbardziej istotnemu, dzięki któremu zaobserwujemy różnicę zachowania, manier, gustu, wyboru jedzenia, czy innych elementów codziennego życia. W związku z tym pewne kręgi pozostaną zamknięte ze względu na ich przynależność do kultury „wyższej”, czyli tak naprawdę – dominującej. Do zwolenników założenia o wciąż dużym znaczeniu klas społecznych w Polsce, opierających się w swoich badaniach na teorii Pierre’a Bourdieu, należą na pewno m.in. Maciej Gdula i Przemysław Sadura (2012), Hanna Palska (2002), Tomasz Zarycki (2009), Henryk Domański (2015). Wyniki analiz wspomnianych badaczy wskazują, że podziały klasowe cały czas są realnym bytem, co ujawnia się w świetle badań nad ruchliwością społeczną, wyborami małżonków, bliskich znajomych czy sposobem spędzania wolnego czasu.

Temat klas społecznych jest cały czas aktualny, dlatego nieustannie pojawiają się nowe koncepcje stratyfikacji społecznej, jak np. podejście mikrostrukturalne, mówiące o klasach społecznych jako małych zbiorowościach (Grusky, Sorensen 2008), nowa teoria klasy kreatywnej Richarda Floridy (2005), kierująca punkt ciężkości na fundamentalne źródło wzrostu gospodarczego, jakim jest ludzka kreatywność czy przedstawienie prekariatu Guya Standinga (2011) jako nowej klasy robotników przez Jarosława Urbańskiego (2014). Oprócz wymienionych nurtów badań nad klasami społecznymi są ich przeciwnicy, głoszący tezę

o śmierci klas, negujący wszystkie aspekty dotyczące klasowości (Bernstein, Nisbet 1993; Hamnett 1995, Ritzer 1999; Featherstone 1991; Pakulski, Waters 1996).

Jednym z najsilniejszych odzwierciedleń klasy społecznej jest rodzina, która z jednej strony stanowi pewną całość złożoną z należących do niej jednostek, a z drugiej jest częścią większego systemu. Jak zauważa Anna Giza: „rodzina rodzi się w momencie zawiązania mniej lub bardziej trwałego związku między partnerami” (Giza 2005: 43), czego konsekwencją jest w przypadku większości zawarcie małżeństwa. W socjologii małżeństwo uznawane jest powszechnie za mechanizm reprodukcji biologicznej i społecznej oraz instytucję potwierdzającą istnienie grup i klas społecznych (Gdula 2009). Na zawieranie małżeństw niewątpliwie wpływają zmiany demograficzne oraz dotyczące organizacji rodziny, a rynek małżeństw staje się rozszerzony do takiego, w którym ludzie dobierają się pod względem osobowości, konsumpcji romantycznej czy utopii wyzwolonej ze społecznych ograniczeń (Illouz 1997).

Mówiąc o małżeństwie trzeba wspomnieć o miłości, która wydaje się nie tylko kluczowym czynnikiem wpływającym na zawarcie związku małżeńskiego, lecz także odzwierciedla podziały klasowe. Wcześniej miłość była ekspresją i odsłonięciem prawdziwej natury człowieka, zwłaszcza przy wyborze partnera, o czym pisał Ortega Y. Gasset (1989). Socjologowie różnie podchodzą do emocji, którą jest miłość. Pierwszym nurtem jest podejście, które reprezentuje np. Zygmunt Bauman (2003), mówiące o miłości jako części kondycji ludzkiej rządzącej się swoimi prawami. Drugi nurt reprezentuje psychologia ewolucyjna oraz socjobiologia, wskazujące na fakt, że miłość można wyśnić tylko poprzez odwołanie się do zewnętrznych, fundamentalnych mechanizmów, które są odpowiedzialne zarówno za jej kształt, jak i dynamikę (Wilson 1991). Trzecie podejście można poniekąd odnaleźć w pracach Bourdieu (2000), w których miłość jest historycznie związana z przemianami warunków życia społecznego i tylko pod tym względem można ją zrozumieć (dzięki reprodukcji klasowej i zagadnieniom dominacji). Ostatnie stanowisko, jakie reprezentuje Niklas Luhmann (2003) przyznaje miłości autonomiczny charakter i odrzuca przekonanie o jej antropologicznym charakterze. Ponadto jego analizy są punktem wyjścia do rozważań nad tematyką miłości, która później została uznana za ważny obszar odtwarzania życia społecznego i zaczęto ją badać z punktu widzenia rytuałów społecznych i konfliktów klasowych.

Badacze zajmujący się socjologią miłości, tak samo jak badacze klas społecznych, inaczej podchodzą zatem do badania interesującego ich zjawiska. Miłość jest dla nich emocją pochodzenia antropologicznego (jak np. w socjobiologii), autonomicznym obszarem życia ludzkiego, na co wskazuje Bauman oraz Luhmann, lub uczuciem zależnym od społecznych kontekstów jak u Bourdieu. Socjologia miłości jest na tyle młodą dyscypliną, że cały czas poszukuje jednolitego sposobu jej rozumienia, dlatego aby zbadać wybrane przez siebie zjawisko, należy samemu wybrać nurt, który będzie motywem przewodnim badania. Dla mnie jest to podejście Bourdieu i jego koncepcja klas społecznych, wpływająca na wszystkie wybory i sfery życia jednostki, począwszy od wyboru szkoły na wyborze partnera kończąc. Miłość klasowego przeznaczenia u Bourdieu jest matrycą ujawniającą się w różnych praktykach społecznych, a habitus wpływa na nasze najbardziej zwyczajne działania takie, jak uprawianie sportu, wybór dań, ubrań oraz w tym przypadku również partnera (Bourdieu 2000). W takim rozumieniu miłość jest harmonią klasowo uwarunkowanych habitusów jednostek, czego przejawem ma być określony gust estetyczny, np. skłonność do szczupłej sylwetki czy ciemnych oczu, które mogą wydawać się idiosynkratycznymi skłonnościami. Jednak przypatrując się temu zjawisku dogłębniej, odkrywamy, że jest ono po prostu ukształtowanym w procesie socjalizacji wyróżnikiem smaku. Wobec tego, co zostało napisane, małżeństwo jawi się jako kontrakt, ponieważ przypadkowe spotkanie, później zauroczenie i miłość są skutecznymi sposobami na zapewnienie klasowej endogamii, co potwierdzają wcześniej przedstawione badania dotyczące homogeniczności związków małżeńskich oraz braku przełamania barier na rynku małżeńskim. Pojawia się zatem kluczowe pytanie – jakie są mechanizmy doboru partnera, i jak łączą się one z naszą przynależnością klasową? Przeciwnicy teorii klas społecznych wysuwają tezy o końcu i zegalitaryzowaniu społeczeństw oraz ich wyborów, czego jednak nie potwierdzają badania dotyczące wyboru przyszłych małżonków, mimo obecnej i rozpowszechnionej indywidualizacji.

## **5. Miłość w ponowoczesności**

Uznaje się, że żyjemy w czasach „ryzyka” (Beck 2002), płynnej nowoczesności (Bauman 2007) czy ponowoczesności (Giddens 2006), a co za tym idzie nasze pojmowanie miłości, związków nieustająco ewoluuje i podlega przemianom. Zwolennicy społeczeństwa nowoczesnego i egalitarnego, będą uznawać, że dzisiejsze klasy nie istnieją, a nasze wybory

są całkowicie zależne od naszego indywidualnego gustu. Sama kultura indywidualizmu składa się z wielu charakterystycznych dla niej cech, jakimi są m.in.: autoterapia, dbanie o swoje ciało, samodoskonalenie, samokontrola (Jacyno 2007), co wskazuje na kluczowe znaczenie jednostki, będącej centrum wszelkiego działania. Z jednej strony indywidualizm skupia się na utrzymaniu dobrego samopoczucia, a z drugiej utrzymuje swój represyjny charakter (Bauman 1995), co oznacza, że nasze wybory tak naprawdę są ograniczone do tego, co znajduje się w obowiązującym kanonie kultury indywidualizmu. Kluczowe wydaje się przejście od porządku religijnego (Weber 1998) do medycznego (Lash 1987; Turner 1984), na co składa się zastąpienie życia wiecznego, życiem doczesnym, substytuowanie spowiedzi terapią i wreszcie wypieranie miłości na rzecz zdrowego rozsądku (Jacyno 2007).

Na początku nowoczesności miłość zostaje wyzwolona z więzów kontroli społecznej i skupia się na wzajemnym okazywaniu uczuć, ekspresji, namiętności (Luhmann 2003), a także zastępuje aranżowane małżeństwa i wiktoriański model miłości (Illouz 2016). Małżeństwo w kanonie miłości romantycznej zaczęło tworzyć osobistą przestrzeń wolności oraz samorealizacji i być przyczółkiem budowania i potwierdzania własnej tożsamości (Giddens 2006). Jednakże obecnie małżeństwo staje się instytucją opartą na wzajemności, samorealizacji, czy też „porozumieniu dusz”, a wzorzec rodziny tradycyjnej coraz bardziej przestaje mieć znaczenie, o czym świadczą rosnące liczby rozwodów i zwiększenie się odsetku ponownie zawieranych małżeństw (GUS 2017). Także miłość romantyczna ewoluuje w kierunku miłości rozumowej, racjonalnej, opartej nie na emocjach, szaleństwie, ale na komunikacji, kompromisach i wzajemnym wsparciu. Powstaje coraz więcej poradników miłosnych, terapii małżeńskich, mających na celu pomóc w odbudowaniu związku (Gdula 2009), co wskazuje na psychologizację życia w dobie indywidualizmu i medykalizacji, o czym była mowa wcześniej. Miłość nie jest już wyodrębnioną emocją, jest indywidualnym, racjonalnym wyborem, dążącym do formowania związków partnerskich, bądź małżeńskich. Powszechnie nie uznaje się już, że miłość musi być odczuwana „od pierwszego wejrzenia”, lecz bardziej „wypracowana” na drodze konsensu i wzajemności. Sama relacja dwóch jednostek jest *a priori* mocno skomplikowana, nie ma w niej wspomnianego wcześniej szaleństwa czy spontaniczności, które z biegiem czasu zostały zastąpione przez racjonalność i kalkulację (Gilbert 2010).

Tezy dotyczące indywidualizacji i historycznych przemian miłości są jak najbardziej słuszne i prawdziwe, lecz czy na pewno nasze wybory, zwłaszcza dotyczące wyboru partnera

na całe życie, są całkowicie autonomiczne? Z pewnością żyjemy w ponowoczesności, w której kultura indywidualizmu przenika nasze pojmowanie świata, predestynuje nas do pewnych wyborów, które jeszcze kiedyś były niemożliwe do przyjęcia przez społeczeństwo (np. przyzwolenie na życie w nieformalnym związku), jednakże nawet kultura indywidualizacji dzieli nas klasowo. Jak wspomina Małgorzata Jacyno „nowa” klasa średnia inaczej praktykuje miłość, w której dominuje nastawienie na przyjemność, samorealizację (Jacyno 2014), powrót do natury (Urry 1990), uniwersalizację seksu, a inaczej robiła to „stara” klasa średnia – nastawiona na ascezę. Również ambiwalentnie będzie traktować miłość klasa wyższa i ludowa, które są najbardziej antagonistyczne względem siebie, o czym pisała Eva Illouz (1997), wskazując na powiązania między różnicami społecznymi a „praktykowaniem” miłości; klasy wyższe wyróżniają się nie tylko inną formą spędzania czasu w związku, lecz także mają zagwarantowaną autonomię tego, co chcą robić, w przeciwieństwie do klas niższych, które nie mają dużego wyboru.

Mogłoby się wydawać, że ponowoczesność i indywidualizm wpłynęły na wzrost małżeństw heterogamicznych, jednak nie znajduje to odzwierciedlenia w wynikach badań statystycznych, wskazujących na ciągle wysoką homogamię małżeństw (Smits, Ultee, Lamers 1998; Domański, Przybysz 2007). Wynika z tego, że samo pojęcie miłości, wraz z jej praktykami jest uzależnione nie tylko od naszych indywidualnych wyborów, lecz także od naszego umiejscowienia w strukturze społecznej. W związku z tym kultura indywidualizmu, teoretycznie traktowana jako uniwersalna, tak naprawdę dzieli jednostki pod względem klasowym, co dotyczy różnych sfer życia zarówno społecznego, jak i intymnego. Dlatego należy zastanowić się, jaki element doboru partnera decyduje o chęci kontynuowania znajomości oraz co na podstawowym poziomie dzieli jednostki i sprawia, że rynki małżeńskie są posegregowane za pomocą antagonistycznych kategorii.

## **6. Ciało, czyli ucieleśniony habitus**

Kluczowym kryterium oceny przyszłego partnera na rynku małżeńskim jest atrakcyjność, którą można określić jako zbiór cech społecznych, wyznaczających zasięg kontaktów społecznych i granice kulturowego podobieństwa. Oznacza to, że jednostki uznają siebie za atrakcyjnych bardzo często nieświadomie, co wynika z podobnych zainteresowań, podobnie spędzanej czasu wolnego, czy poglądów na różne aspekty życia intymnego (Warzywoda-Kruszyńska 1974). W czasie, kiedy jednostki oceniają potencjalnych partnerów



również same podlegają ocenie, dlatego też frapujące jest, czym kierują się jednostki, uznając drugą osobę za atrakcyjną i odpowiednią dla siebie.

Współcześnie ciało odgrywa kluczową rolę i stanowi o atrakcyjności partnera. Stało się ono przedmiotem badań i rozważań socjologii ze względu na jego definiowanie, doświadczanie czy wytwarzanie (Bukraba-Rylska 2017). Badając ciało, można wymienić różne nurty analiz tego zjawiska: naturalistyczne, konstruktywistyczne, fenomenologiczne czy feministyczne (Dziuban 2007) oraz badać takie obszary jak: ciało, cielesność, praktyki ucieleśniania (Turner 2003). W kontekście rynków małżeńskich ciało ma kluczowe znaczenie jako jeden z podstawowych czynników wpływających na chęć zawarcia znajomości. Symptomatyczne wydaje się twierdzenie, że ciało ma swoją płęć, nie tylko kulturową, lecz także, przede wszystkim, biologiczną (Haraway 1991). Dlatego też na rynku małżeńskim ciało kobiet i mężczyzn jest odbierane inaczej i służy różnym celom. Dziś ciało, czy też ogólniej atrakcyjność, odgrywa zasadniczą rolę w procesie doboru partnera, ponieważ wspomniana już wcześniej medykalizacja, a co za tym idzie rozwój medycyny estetycznej (Bińczyk 2002), wpłynęły na postawienie pięknego ciała na piedestale potrzeb Masłowa. Z badania CBOS (CBOS 2003) wynika, że Polacy uznają dbałość o wygląd zewnętrzny jako decydujący czynnik wpływający na powodzenie życia osobistym (90 proc.). Jednostka dbająca o swoje ciało, a przez to żyjąca w ciągłej presji przed jego utratą, jest nagradzana społeczną aprobatą i większą liczbą adoratorów. Z jednej strony wyścig za pięknym ciałem wydaje się uniwersalistyczny, ale również stawia pytanie, czy nie jest to kolejny element podziałów klasowych?

Dla Bourdieu ciało jest „miejscem”, które podkreśla kobiecość bądź męskość jednostki, co w konsekwencji prowadzi do podejmowania decyzji związanych z maskulinizacją ciała męskiego i feminizacją ciała kobiecego, czyli wpisania społecznych oczekiwań wobec ciała w postaci trwałych dyspozycji. W ten sposób powstają „ciała społecznie odróżnione”, a cielesne *hexis* zyskuje rodzaj męski lub kobiecy (Bourdieu 2004). Jak zauważa Bourdieu (1986), ciało jest najbardziej niekwestionowaną materializacją smaków klasowych. Ciało są fizycznymi miejscami, w których relacje między klasą, płcią, rasą, seksualnością i wiekiem spotykają się, są budowane i praktykowane.

Klasy wyższe traktują swoje ciało jako wartość autoteliczną, podlegającą ciągłym zabiegom estetycznym, zaś klasy niższe nie przywiązują uwagi do swojego ciała w kontekście posiadania kapitału. Obserwuje się, że w grupie osób, które nie chcą nic zmieniać w swoim

wyglądzie są: jednostki pochodzące z małych miasteczek i wsi, mające niskie dochody, a także mężczyźni. Z kolei niezadowolone z własnego wyglądu najczęściej są kobiety, jednostki o wyższych dochodach i osoby z wyższym wykształceniem (Jakubowska 2009). Na rynku małżeńskim to kobiety o niższym statusie materialnym inwestują w swój wygląd, aby móc zdobyć partnera, który nierzadko będzie usytuowany wyżej w hierarchii społecznej. W klasach wyższych można zaobserwować wzmożone działania związane z dbaniem o swoje ciało, czego celem jest kreowanie wizerunku osoby estetycznej, oraz troską o samego siebie, wymagającą poświęcenia czasu, którym dysponują osoby z tej klasy oraz zainwestowania kapitału ekonomicznego (Bourdieu 2000). Z kolei jednostki z klasy niższej nie mają tytułu środków, aby inwestować w poprawianie swojego ciała, godzą się z upływającym czasem i swoją powłoką fizyczną (Jakubowska 2009).

Klasa jest zawsze kodowana za pomocą dyspozycji cielesnych: ciało jest najbardziej wszechobecnym wyznacznikiem klasy, co w konsekwencji odzwierciedla nasze wybory partnera na rynku małżeńskim. Jednostki będą w takim wypadku dobierać się na podstawie wyglądu, ciała, ubioru, ruchów, co jest zależne od ich gustu i wbudowanego podczas socjalizacji habitusu. Świadczą o tym badania, chociażby Evy Illouz (2016) wskazujące na znaczenie ciała podczas wyboru przyszłego małżonka w odniesieniu do klasy społecznej, czego brakuje w polskiej socjologii. Z pewnością także ciało niesie za sobą inne znaczenie z perspektywy kobiet, a odmienne z punktu widzenia mężczyzn.

## **7. Atrakcyjność jako klasowy wyznacznik kobiet i mężczyzn**

To przede wszystkim kobieta tradycyjnie kojarzona jest z cielesnością, która ma wpływ na kształtowanie się jej tożsamości (Kaschack 2001). W przeszłości u kobiet, funkcja seksualna i prokreacyjna pozostawały nierozłączne, a życie przedstawicielek płci żeńskiej było determinowane biologią, macierzyństwem, czyli centralnym elementem kobiecości (Budrowska 2003). Obecnie wygląd decyduje o tym, jak odbierana jest ona przez otoczenie, czy podoba się mężczyznom i jakie ma szanse na rynku małżeńskim. Kobieta „jest swoim wyglądem” (Ibidem), ponieważ to jej ciało sprawia, że jest atrakcyjna i pociągająca dla mężczyzn (Wolf 2008), a nie to jakie ma wykształcenie, umiejętności, czy osobowość (Buczkowski 2005).

Dzięki uniwersalizacji ciała kobiety z niższych klas mają szansę u mężczyzn o wyższej pozycji społecznej. Działa to podobnie do systemu nagród i kar, w których piękne

kobiety są wynagradzane przez mężczyzn, poprzez zauważenie ich, co wiąże się z podporządkowaniem ich płci męskiej, a karą jest ich obojętność (Jakubowska 2009). Atrakcyjność fizyczna, seksualna kobiet, rekompensuje ich niższy status materialny, niższą inteligencję, słabszą efektywność profesjonalną czy mniejszą zaradność (Ganong, Coleman 1992). Jak zauważa Catherine Hakim (1998) kapitał erotyczny, związany głównie z urodą, służy kobietom do awansu społecznego i niewchodzenia na rynek pracy, z racji znalezienia bogatego męża. Z tego wynika, że ciało kobiece staje się zarówno kapitałem, jak i towarem, a same kobiety spełniając oczekiwania mężczyzn względem preferowanego wyglądu, same wpędzają się w pułapkę wizualności i uprzedmiotowienia. Wspomina o tym Luce Irigaray (2011) zauważając, że wartość kobiety budowana jest przez mężczyzn, a te stają się marksowskim towarem, pozbawionym głosu, kultury, natomiast ich relacje są zapośredniczeniem męskiej kultury. W postmodernistycznej myśli Judith Butler można znaleźć również tezy mówiące o tym, że ciało nie jest uniwersalistyczne, ale męskie (Butler 2008).

Idealna kobiecość wymaga radykalnej transformacji cielesnej, w której praktycznie każda kobieta musi zmienić coś w swoim wyglądzie, ponieważ odczuwa wstyd w przypadku jej niedoboru (Bartky 1990). W połączeniu z klasą, seksualnością i rasą staje przed ogromną ilością regulacji, co widać w postawach kobiet, ich lękach oraz marzeniach o tym, kim chciałyby być. Widać to na przykładzie badań Beverly Skeggs (2002), pokazujących, że kobiety mają silne poczucie tego, kim nie chcą być, ale są mniej pewne tego, kim chcą być. Jedno jest pewne – nie chcą należeć do klasy ludowej. Podobne badania (Bettie 2002) wskazują, że kobiety mają potrzebę awansu, lecz ich wygląd i ciało są nośnikami przynależności do niższej klasy i mają świadomość potrzeby wydostania się z niej. Mogą to osiągnąć poprzez inwestycję w edukację i swoje ciało. Ponadto osoby z klasy średniej, negatywnie osądzając aparycję, klasyfikują jednostkę przynależącą do klasy ludowej i celowo unikają kontaktu, tworząc społeczny dystans.

Według Bourdieu kobiety są przedmiotami, a mężczyźni podmiotami, co zawdzięczają autonomii ekonomii dóbr symbolicznych, których nie da się zredukować do podziałów pracy i stosunków produkcji, a które są już zinstytucjonalizowane w postaci małżeństwa, działającego w sposób asymetryczny (Bourdieu, Wacquant 2001). Autor zauważa, że ofiarami dominacji są nie tyle kobiety, co mężczyźni, ponieważ bycie „męskim”

stanowi wyzwanie, którego nagrodą jest utrzymanie statusu „prawdziwego mężczyzny”, a karą pozbawienie tego tytułu i dyshonor (Borudieu 2004).

Mówi się, że cielesność jest domeną kobiet, i tylko one stają się dzisiaj uprzedmiotowione. Jednakże czy kultura indywidualizmu, dzieląca również ludzi klasowo, nie dotyka także sfery męskości? Można uznać, że skoro kobiety kierują się w swoich wyborach partnera rozsądkiem, możliwością niewchodzenia na rynek pracy, to właśnie one traktują mężczyzn przedmiotowo jako „maszynkę do robienia pieniędzy” albo „trampolinę awansu”. Mężczyznami, ich problemami, odczuciami, rzadko kto się zajmuje, zazwyczaj są traktowani jako płć dominująca. Jednakże dziś, żyjąc w sfeminizowanym społeczeństwie, w którym kobiety mają coraz więcej wymagań dotyczących wyglądu oraz sprawności seksualnej, to one doprowadzają w ten sposób do lęku u mężczyzn przed zaangażowaniem się w związki i porażką w sferze intymnej (Hall 1991). Atrakcyjność będąca domeną kobiet i naturalność mężczyzn (Wolf 2014) przestają być aktualne już od dłuższego czasu. Sama kategoria męskości nie jest esencjonalna, lecz dynamiczna, a o jej kształt cały czas toczy się dyskursywna walka (Melosik 2002). W przypadku mężczyzn, seksualna emancypacja kobiet spowodowała, że zaczęły one oceniać męskie ciało w kategorii atrakcyjności, co stało się znamienne dla rynku małżeńskiego (Luciano 2002).

Współcześnie męskie ciało i jego, atrakcyjność odgrywają tak samo znaczącą rolę na rynku małżeńskim, jak cielesność kobieca. Za wzór sylwetki stawia się mężczyzn metroseksulanych, co w przypadku niespełniania kanonów piękna, przekłada się na obniżenie samooceny i późniejsze związki miłosne (por. Pope i in. 2000). Okazuje się, że nieprawdą jest twierdzenie opisujące niezadowolenie z własnego ciała jedynie kobiet; dotyczy ono w równym stopniu mężczyzn, którzy widząc ideał męskiego piękna w mediach oraz idealne kobiety są nieukontentowani ze swojego wyglądu (Grogan 1999). Nie sposób nie zgodzić się z powyższymi twierdzeniami dotyczącymi męskiego ciała, z których wynika, że męska atrakcyjność pod postacią zuniwersalizowanego mezomorficznego ciała jest ideałem dla kobiet i dla mężczyzn. Jednakże powstaje pytanie, czy można to w ten sposób generalizować. Klasa wyższa odznacza się autonomią i wolnością wyboru, klasa średnia – chęcią dorównania klasie wyższej, a klasa ludowa – przymusem (Gdula, Sadura 2012). W związku z tym zwłaszcza mężczyźni w klasie ludowej nie mają czasu na spełnianie wzoru idealnego piękna, co być może przekłada się na ich malejące szanse na rynku małżeńskim. Z drugiej strony, możliwe, że mężczyźni z klasy wyższej również nie zawsze dbają o swoją atrakcyjność z racji

posiadania kapitału ekonomicznego, z czego wynikać mogłoby, że tylko mężczyźni z klasy średniej gonią za uniwersalnym ideałem ciała.

Niewiele jest informacji dotyczących funkcjonowania na rynku małżeńskim kobiet i mężczyzn w Polsce, a tym bardziej pod względem podziału na klasy społeczne. Skoro ciało jest klasowym wyznacznikiem, a atrakcyjność kwestią klasowego gustu jednostki, wydaje się zasadne zbadanie podczas wywiadu pogłębionego tej kwestii z perspektywy kobiet i mężczyzn. Perspektywy, która dzięki postępującej emancypacji płci żeńskiej i degradacji płci męskiej diametralnie się zmienia. Pojęcia męskości i kobiecości ewoluują w stronę skupiania się na ciele, jednakże może okazać się, że na rynku małżeńskim nie jest preferowane doskonałe ciało, ale inne cechy związane z szeroko pojmowaną atrakcyjnością.

## **Zakończenie**

Z przedstawionej w artykule analizy wnika, że pomimo głośnych tez dotyczących indywidualizacji, racjonalizacji życia społecznego oraz zaniku klas społecznych, dostępne dane statystyczne wskazują na odwrotność tych postulatów. Rynek małżeński nieustannie się zmienia, począwszy od modelu miłości romantycznej, przez model racjonalny, na miłości w sieci kończąc. Dla przykładu – we współczesnej Francji obserwuje się wśród rodzin imigranckich tendencję do nadawania dziewczynkom imion europejskich, dzięki czemu jest im łatwiej funkcjonować w szkole i zwiększa szanse asymilacji także przez małżeństwo (Fourquet 2019), co przekłada się na ciągłe komplikacje i zmiany na rynku małżeńskim.

Coraz ważniejsze staje się ciało i ubiór, które są symbolicznymi nośnikami naszej klasy społecznej, a które odgrywają coraz istotniejszą rolę na rynku małżeńskim niż jeszcze parę lat temu. Atrakcyjność jako jeden z głównych czynników poznania swojego przyszłego małżonka nie jest z pewnością uniwersalna dla osób z różnych klas społecznych i automatycznie dzieli społeczeństwo klasowo. Postrzeganie atrakcyjności kobiet i mężczyzn cały czas się zmienia, a rynki małżeńskie nieustannie ze sobą konkurują. Liczba związków heterogamicznych, które, jak mogłoby się wydawać, będą częściej spotykane, pozostaje na podobnym poziomie lub nieznacznie wzrasta (Domański, Przybysz 2007). Ludzie nadal wybierają przyszłego współmałżonka podobnego do siebie pod względem klasowym, co wskazuje na znaczenie naszego habitusu, pochodzenia i ilości kapitałów podczas doboru partnera. Najważniejszy wydaje się kapitał kulturowy, który wpływa na duży odsetek

małżeństw charakteryzujących się homogamią edukacyjną oraz na nasze poczucie smaku, estetyki, a co za tym idzie różnie interpretowanej atrakcyjności.

Dlatego, biorąc pod uwagę powyższe kwestie, uważam, że współczesny rynek małżeński można określić mianem „łowiska”, w którym osoby z danych klas społecznych poznają swojego przyszłego współmałżonka, oceniają go z perspektywy swojego gustu, habitusu, i w którym uznają tę jednostkę za atrakcyjną. Dzięki temu nie istnieje już jeden rynek małżeński, ale kilka rynków, w których każda klasa odrzuca partnerów z niewłaściwymi dla niej cechami i tworzy „łowisko”, przystosowane do własnych upodobań. Klasa niższa nie może pozwolić sobie na praktyki miłosne takie, jak klasa średnia lub wyższa. Z drugiej strony klasa średnia nie spotka swojego partnera w miejscu zdominowanym przez jednostki z klasy niższej lub wyższej. Rynek małżeński, który powinien być uniwersalny, egalitarny, dzieli ludzi klasowo już w miejscu, w którym się poznają, a następnie oceniają, przypisują kategorii atrakcyjności, a innych odrzucają. Takie podejście może dać odpowiedź na pytanie, czemu rynek małżeński jest nadal homogeniczny, a proponowane przeze mnie badanie jakościowe pozwoli uchwycić to, czego nie oddaje ankiet. Mianowicie ukaże, jak dobór współmałżonka wyglądał od strony pojedynczych jednostek oraz czym był determinowany.

Wszystkie powyższe kwestie wpłynęły na moje zainteresowanie tym tematem i chęć zweryfikowania powyższych tez w mojej pracy doktorskiej, dzięki czemu powyższy artykuł stanowi niejako krótki wstęp i rozwinięcie niektórych z interesujących mnie aspektów doboru małżeńskiego. W polskiej socjologii do dzisiaj brakuje badań jakościowych nad rynkiem małżeńskim, jego uwarunkowaniami, mechanizmami doboru partnerów, kryteriów oceniania oraz wpływu atrakcyjności w połączeniu ze strukturą społeczną. Wydaje się, że pojęcie „łowisk” pomoże wyjaśnić wskazane przeze mnie w artykule tematy i pozwoli sprawdzić klasyczną teorię Bourdieu w nowym polu socjologicznym – nowoczesnych rynkach małżeńskich.

## Bibliografia:

- Badanie CBOS (2003). *Stosunek do własnego ciała-ideal pięknej kobiety i przystojnego mężczyzny*. opr. K. Biały. CBOS 152/2003. [http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2003/K\\_152\\_03.PDF](http://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2003/K_152_03.PDF). Dostęp: 17.04.2019 r.
- Badanie CBOS (2017). *Korzystanie z internetu*. opr. K. Feliksiak. CBOS 49/2017. [https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2017/K\\_049\\_17.PDF](https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2017/K_049_17.PDF). Dostęp: 10.06.2019 r.
- Bartky S. L. (1990). *Femininity and Domination Studies in the Phenomenology of Oppression*. New York: Routledge.
- Bauman Z. (1995). *Ciało i przemoc w obliczu ponowoczesności*. Toruń: Uniwersytet Mikołaja Kopernika.
- Bauman Z. (2003). *Razem, osobno*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Bauman Z. (2008). *Płynna nowoczesność*. przekł. T. Kunz. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Beck U. (2002). *Społeczeństwo ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Beck U., Beck-Gernsheim E. (2013). *Miłość na odległość: modele życia w epoce globalnej*. tłum. M. Sutowski. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Becker G. S. (1973). *A Theory of Marriage: Part I*. „Journal of Political Economy” 81 (4): 813-846.
- Becker G. S. (1981). *A Treatise on the family*. Cambridge: Harvard University Press.
- Becker G. S. (1990). *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*. Warszawa: PWN.
- Ben Zeev A. (2005). *Miłość w sieci. Internet i emocje*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Bernstein P., Nisbet R. (1993). *The Sociological Tradition*. New York: Routledge.
- Bettie J. (2002). *Women Without Class: Girls, Race, and Identity*. California: University of California Press.
- Bieńko M. (2001). *Przyjaźń małżeńska. Studium doświadczeń życiowych warszawskich inteligentów*. Warszawa : Wydawnictwo Akademickie "Żak".
- Bieńko M. (2012). „Rozważni i romantyczni” małżonkowie, czyli społeczno-kulturowe konstrukty bycia razem. W: A. Kwak, M. Bieńko (red.). *Wielość spojrzeń na małżeństwo i rodzinę*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Bieńko M. (2013). *Intymne i prywatne praktyki codzienności. Studium socjologiczne*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Bińczyk E (2002). *Nieklasyczna socjologia medycyny*. W: W. Piątkowski, A. Titkow (red.). *W stronę socjologii zdrowia*. Lublin: Wydawnictwo UMCS.
- Blau P. M. (1994). *Structural contexts of opportunities*. Chicago and London: University of Chicago Press.
- Blau P. M., Duncan O. D. (1969). *The American Occupational Structure*. „American Journal of Sociology” 75 (3): 416-418.
- Blood R. (1969). *Marriage*. New York: Free Press.
- Bourdieu P. (1986). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

- Bourdieu P. (2000). *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy*. przeł. P. Biłos. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Bourdieu P. (2004). *Męska dominacja*. przeł. L. Kopciewicz. Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa.
- Bourdieu P., Wacquant L. J. D. (2001). *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej*. Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa.
- Bozon M., Heran F. (1989). *Finding a Spouse. A Survey How French Couples Meet*. „Population: An English Selection” 44 (1): 91-121.
- Brzozowska A. (2015). *Dobór małżeński i integracja imigrantów w małżeństwach mieszanych – stan badań*. „CMR Working Papers” 81 (139).
- Buczkowski A. (2005). *Społeczne tworzenie ciała*. Kraków: Universitas.
- Budrowska B. (2003). *Znikoma reprezentacja kobiet w elitach – próby wyjaśnień*. W: A. Titkow (red.). *Szklany sufit. Bariery i ograniczenia karier kobiet. Monografia zjawiska*. Warszawa: ISP.
- Bukraba-Rylska I. (2017). *Socjologia ciała, czyli (póki co) teorie dekoracyjne*. „Studia Socjologiczne” 4 (227): 189-208.
- Butler J. (2008). *Uwikłani w pleć*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Bystron J. S. (1976). *Dzieje obyczajów w dawnej Polsce. Wiek XVI-XVII*. t. 2. Warszawa: PIW.
- Carchedi G. (1977). *On the Economic Identification of Social Classes*. London: Henley ; Boston: Routledge & Kegan Paul.
- Coontz S. (2004). *The World Historical Transformation of Marriage*. „Journal of Marriage and Family” 66 (4): 974-979.
- De Graaf P. M., Kalmijn M. (2003). *Alternative Routes in the Remarriage Market: Competing-Risk Analyses of Union Formation after Divorce*. „Social Forces” 81 (4): 1459-1498.
- Domański H. (2015). *Czy są w Polsce klasy społeczne?*. Warszawa: Krytyka Polityczna.
- Domański H., Przybysz D. (2007). *Homogamia małżeńska a hierarchie społeczne*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Dziuban A. (2007). *Socjologia i problem cielesnej kondycji człowieka*. W: A. Wieczorkiewicz, J. Bator (red.). *Ucieleśnienia. Ciało w zwierciadle współczesnej humanistyki*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN. s. 45–69.
- Featherstone M. (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage Publications.
- Florida R. L. (2005). *Cities and the Creative Class*. New York ; London: Routledge.
- Fourquet J. (2019). *L'Archipel français: Naissance d'une nation multiple et divisée*. Paris: Éditions du Seuil.
- Ganong, L. H., Coleman, M. (1992). Gender differences in expectations of self and future partner. „Journal of Family Issues” 13 (1): 55-64.
- Gdula M. (2009). *Trzy dyskursy miłosne*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Gdula M., Sadura P. (2012) *Style życia i porządek klasowy w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.



- Giddens A. (1973). *The Class Structure of the Advanced Societies*. London: Hutchinson.
- Giddens A. (2006). *Sociology. 5th edition*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens A. (2006). *Nowoczesność i tożsamość*. tłum. A. Sulżycka. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gilbert E. (2010). *I że Cię nie opuszczę czyli Love story*. Poznań: Dom Wydawniczy Rebis.
- Giza-Poleszczuk A. (2005). *Rodzina a system społeczny. Reprodukacja a kooperacja w perspektywie interdyscyplinarnej*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Glass D. (1954). *Social mobility in Britain*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Główny Urząd Statystyczny (2017). *Rocznik Demograficzny 2017*. [https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5515/3/11/1/rocznik\\_demograficzny\\_2017.pdf](https://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5515/3/11/1/rocznik_demograficzny_2017.pdf). Dostęp: 10.06.2019 r.
- Goffman E. (2012). *Zachowanie w miejscach publicznych : o społecznej organizacji zgromadzeń*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Grogan S. (1999). *Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. London–New York: Routledge.
- Grusky D. B., Sorensen J. B. (2008). *Are there big social classes?*. W: D. B. Grusky (ed.). *Social Stratifications: Class, Race, and Gender in Sociological Perspective*. Boulder: Westview.
- György L. (1988). *Historia i świadomość klasowa. Studia o marksistowskiej dialektyce*. Warszawa: PWN.
- Hakim C. (1998). *Key issues in women's work: female heterogeneity and the polarisation of women 's employment*. London: Athlone Press.
- Hall L. A. (1991). *Hidden anxieties: Male Sexuality, 1900 – 1950*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Haller M. (1981). *Marriage, Women, and Social Stratification: A Theoretical Critique*. „American Journal of Sociology” 86 (4): 766-795.
- Hamnett Ch. (1995). *Home-ownership and the middle classes*. W: T. Butler, M. Savage (eds). *Social Change and Middle Classes*. London: ULC Press.
- Haraway D. (1991). *Simians, Cyborgs and Women*. London: Free Association Press.
- Haythornthwaite C., Nielsen A. L. (2007). *Revisiting Computer – Mediated Communication for Work, Community and Learning*. W: J. Gackenbach (red.). *Psychology of the Internet*. Amsterdam: Elsevier.
- Illouz E. (1997). *Consuming the Romantic Utopia*. Berkeley: University of California Press.
- Illouz E. (2010). *Uczucia w dobie kapitalizmu*. Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa.
- Illouz E. (2016). *Dlaczego miłość rani?*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Irigaray L. (2011). *Ta płeć (jedną) płcią niebędącą*. Krakow: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Jacyno M. (2007). *Kultura indywidualizmu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Jacyno M. (2014). *Złoto nieklasyfikowalności*. W: M. Gdula, L. Nijakowski, *Oprogramowanie rzeczywistości społecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Jakubowska H. (2009). *Socjologia ciała*. Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
- Janiszewska A. (2007). *Dobór przestrzenny i demograficzno-społeczny małżeństw zawieranych w Łodzi*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Jędrusik J. (2019). *50 twarzy Tindera*. Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej.
- Kacprowicz G. (1989). *Małżeństwo a struktura społeczna w Polsce*. Warszawa: Instytut Socjologii UW.
- Kacprzak K., Leppert R. (2013). *Związki miłosne w sieci. Poszukiwanie partnera życiowego na portalach randkowych*. Kraków: Oficyna Wydawnicza „Impuls”.
- Kalmijn M. (1991). *Shifting boundaries. Trends in religious and educational homogamy*. „American Sociological Review” 56: 786-800.
- Kalmijn M. (1998). *Intermarriage and Homogamy: Causes, Patterns, Trends*. „Annual Review of Sociology” 24: 395-421.
- Kalmijn M. (2010). *Comment: Educational Inequality, Homogamy, and Status Exchange in Black-White Intermarriage*. „American Journal of Sociology” 115(4): 1252-1263.
- Kałuża D. (2007). *Stopień otwartości rynku małżeńskiego we współczesnej Polsce*. W: E. Ozorowski, R. Cz. Horodeński. *Małżeństwo-Etyka-Ekonomia*. Białystok: Wydawnictwo WSE. s. 97-109.
- Kaschack E. (2001). *Nowa psychologia kobiety: podejście feministyczne*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Kossakowski R., Herzberg-Kurasz M., Żadkowska M. (2016). *Social pressure or adaptation to new cultural patterns? Sport-related attitudes and practices of Polish migrants in Norway*. W: J. Mucha (red.). *Migration and the Transmission of Cultural Patterns*. Kraków: Wydawnictwo AGH. s. 59-74.
- Kwak A. (2005). *Rodzina w dobie przemian. Małżeństwo i kohabitacja*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Żak.
- Lash S. (1987). *Modernity or Modernism, Weber and Contemporary Social Theory*. W: S. Whimser, S. Lash. *Max Weber, Rationality and Modernity*. London: Allen and Unwin. s. 355-77.
- Laumann E. O. (1973). *Bonds of pluralism. The form and substance of urban social networks*. New York: Wiley.
- Lea M., Spears R. (1995). *Love at first byte? Building personal relationships over computer networks*. W: J. T. Wood, S. W. Duck. *Understudied relationships: Off the beaten tracks*. Thousand Oaks, CA: Sage. s. 197-233.
- Luciano L. (2002). *Looking Good. Male Body Image in Modern America*. New York: Hill and Wang.
- Luhmann N. (2003). *Semantyka miłości: o kodowaniu intymności*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.

- Łobodzińska B. (1975). *Dobór małżeński jako społeczny proces kojarzenia partnerów*. W: J. Komorowska (red.). *Przemiany rodziny polskiej*. Warszawa: Instytut Wydawniczy CRZZ.
- Mare R. D. (1991). *Five decades of educational assortative mating*. „American Sociological Review” 56 (1): 15-32.
- Marks K., Engels F. (1969). *Manifest komunistyczny*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Melosik Z. (2002). *Kryzys męskości w kulturze współczesnej*. Poznań: Wydawnictwo Wolumin.
- Niedomysl T., Östh J., van Ham M. (2010). *The Globalisation of Marriage Fields: The Swedish Case*. „Journal of Ethnic and Migration Studies” 36 (7): 1119–1138.
- Ortega y Gasset J. (1989). *Szkice o miłości*. przekł. Krzysztof Kamyszew. Warszawa: Czytelnik.
- Pakulski J., Waters M. (1996). *The Death of Class*. London: Sage Publications.
- Palska H. (2002). *Bieda i dostatek: o nowych stylach życia w Polsce końca lat dziewięćdziesiątych*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN
- Paprzycka E., Mianowska E., Izdebski Z. (2014). *Jak dobieramy się w pary? Płeć biologiczna i płeć społeczno-kulturowa a preferowane cechy partnera*. „Dyskursy Młodych Andragogów” 15: 329-345.
- Parkin F. (1979). *Marxism and Class Theory*. New York: Columbia University Press.
- Połujańska A. (2009). *Wzory doboru małżeńskiego w Polsce i przyczyny ich powstawania*. „Studia Demograficzne” 2 (156): 45-72.
- Pope H. G., Philips K. A., Olivardia R. (2000). *The Adonis Complex. The Secret Crisis of Male Body Obsession*. New York: The Free Press.
- Qian Z. (1993). *Changes in assortative mating: The impact of age and education, 1970–1890*. „Demography” 35 (3): 279–29.
- Ritzer G. (1990). *Frontiers of social theory: the new syntheses*. New York: Columbia University Press.
- Schmidt F. (2015). *Para, mieszkanie, małżeństwo: dynamika związków intymnych na tle przemian historycznych i współczesnych dyskusji o procesach indywidualizacji*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika.
- Schmidt F. (2016). *Materializacja pary: napięcia w procesie budowania domowej codzienności we dwoje*. W: M. Łukasiuk, M. Jewdokimow (red.). *Socjologia zamieszkiwania: narracje, dyfuzje, interwencje*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego. s. 153-172.
- Schwartz Ch. R., Mare R. D. (2005). *Trends in educational assortative marriage from 1940 to 2003*. „Demography” 42 (4): 621–646.
- Simmel G. (2008). *Pisma socjologiczne*. tłum. M. Łukasiewicz. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Skeggs B. (1997). *Formation of class*. London: SAGE Publications Ltd.
- Slany K. (2002). *Alternatywne formy życia małżeńsko-rodzinnego w ponowoczesnym świecie*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

- Standing G. (2011). *The precariat: The new dangerous class*. London ; New York: Bloomsbury Academic.
- Stevens G., Owens D., Schaefer E. C. (1990). *Education and Attractiveness in Marriage Choices*. „Social Psychology Quarterly” 53 (1): 62-70.
- Sweeney M. M. (2010). *Remarriage and Stepfamilies: Strategic Sites for Family Scholarship in the 21st Century*. „Journal of Marriage and Family” 72 (3): 667-684.
- Swidler, A. (2001). *Talk of love: How culture matters*. Chicago: University of Chicago Press.
- Szlendak T. (2010). *Socjologia rodziny. Ewolucja, historia, zróżnicowanie*. Warszawa: PWN.
- Turner B. (2003). *Zarys ogólnej socjologii ciała*. W: T. Bryan (red.). *Teoria społeczna. Podręcznik*. tłum. G. Woroniecka, A. Gąsior-Niemiec. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Turner B. S. (1984). *The body and society : explorations in social theory*. Oxford, New York: Basil Blackwell.
- Ulrich B. (2012). *Spółczesność ryzyka. W drodze do innej rzeczywistości*. Warszawa: Wydawnictwo SCHOLAR.
- Ultee W. C., Luijckx R. (1990). *Educational heterogamy and father-to-son occupational mobility in 23 industrial nations. General societal openness or compensatory strategies of reproduction?.* „European Sociological Review” 2: 1-25.
- Urry J. (1990). *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage Publications
- Warzywoda-Kruszyńska W. (1974). *Małżeństwa a struktura społeczna*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich - Wydawnictwo PAN.
- Weber M. (1998). *Polityka jako zawód i powołanie*. przekł. A. Kopacki, P. Dybel. Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy "Znak"; Warszawa: Fundacja im. Stefana Batorego.
- Weber M. (2002). *Gospodarka i społeczeństwo: zarys socjologii rozumiejącej*. przeł. D. Lachowska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Whitty M. T., Carr A. N. (2009). *Wszystko o romansie w sieci. Psychologia związków internetowych*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Wilson E. O. (1991). *Od socjologii do socjologii*. W: B. Szacka, J. Szacki. Człowiek zwierzę społeczne. Warszawa: Czytelnik.
- Winch R. F. (1967). *Another Look at the Theory of Complementary Needs in Mate-Selection*. „Journal of Marriage and Family” 29 (4): 756-762.
- Wolf N. (2008). *Mit piękności*. W: M. Szpakowska (red.). *Antropologia ciała*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Wright E. O. (1997). *Class Counts: Comparative Studies in Class Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Zarycki T. (2009). *Peryferie: nowe ujęcia zależności centro-peryferijnych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Żadkowska M. (2016). *Para w praniu: codzienność, partnerstwo, obowiązki domowe*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.

- Żadkowska M., Szlendak T. (2016). *Egalitarian Capital Gained in Norway or Brought from Poland? Experiences of Migration and Gender Equality among Polish Couples in Norway*. W: V. Ducu, Á. Telegdi-Csetri (red.). *Managing «Difference» in Eastern-European Transnational Families*. Frankfurt am Main: Peter Lang.