

I.

Ekonomický růst — předpokládáme-li, že jeho výnosu není používáno výhradně k akumulaci — působí na zvyšování nabídky i poptávky. S růstem rozdělovaného národního důchodu rostou příjmy členů společnosti a vytvořené hodnoty rozšiřují a diferencují trh spotřebního zboží. Současně se zkracováním pracovní doby, které úzce souvisí s ekonomickým růstem, se však také otevírá sféra volného času a vytvářejí se potřeby předmětů, které umožňují, diferencují a zkvalitňují jeho využívání. Větší a diferencovanější nabídka spotřebních hodnot na jedné straně a vyšší reálné příjmy spolu s novými potřebami na straně druhé, to jsou tři základní komponenty procesu, který modifikuje velikost a strukturu rodinných rozpočtů a tím i velikost a charakter majetku. Rodinné vlastnictví — jak to vyplývá z revolučních přeměn v socialistických společnostech, jak to ale také naznačují významné transformace ve státech kapitalistických — ztrácí původní produktivní roli a „nabývá výrazně konzumních charakteristik.

Tento proces má některé obecnější rysy, jejichž platnost je ovšem omezená. K rodinnému rozpočtu se vztahovaly formulace Engelových zákonů z roku 1857, podle nichž 1. s růstem příjmu absolutně rostou, avšak relativně klesají výdaje na stravování, 2. absolutně i relativně rostou výdaje týkající se různých nákladů a úspory, přičemž 3. podíl výdajů na odívání a bydlení zachovává stejnou relativní výši pro všechny příjmové úrovně. Dokonce i platnost prvé z těchto formulací je

omezená, jakkoli silně se vryla do obecného povědomí a byla potvrzena řadou výzkumů.¹ Jean-Pierre Pagé, který se podrobně zabýval vývojem struktury rodinných rozpočtů ve Francii, ukázal, že v letech 1956–1963 rostly všechny výdajové položky téměř paralelně, včetně nákladů na potraviny, přičemž ani konzumní difference mezi různými příjmovými kategoriemi takový zákon nepotvrzovaly.² Podobné zákony by bylo možno — na základě šetření v určité společnosti a v určitém období jejího vývoje — stanovit i pro tvorbu rodinného vlastnictví. Zřejmost obecných tvrzení je však často klamná — jejich platnost je obvykle třeba znovu vyzkoušet vždy, když se změní sociální kontext.

Obecné formulace, které jako jedinou proměnnou uznávají příjem, jsou založeny na předpokladu existence *univerzálních konzumních vzorců*. Takový předpoklad je ovšem velmi diskusní. François Hetman hovoří ve své práci o blízké budoucnosti západní Evropy o odstraňování rozdílů ve spotřebě mezi společnostmi³ i sociálních diferencí konzumu uvnitř jednotlivých společností.⁴ Pro takovou univerzalizaci konzumních vzorců vytvořil Howard Roseborough koncept „standardního balíku“ (*standard package*), což je „... soubor zboží a služeb, určité minimum užitečných hodnot, které chce každá domácnost vlastnit nebo alespoň užívat, čímž dává najevo ostatním, že členové této domácnosti jsou akceptovanými členy společnosti“, přičemž „... výdaje na soubor zboží a služeb, které standardní balík skládají, jsou relativně invariantní, jde-li o malé změny v příjmu“.⁵

¹ Mj. i dnes klasickou práci M. Halbwachse *L'évolution des besoins dans les classes ouvrières*, Paris-Alcan 1933.

² *Le partage des bénéfices*, Paris-Minuit 1966, s. 112.

³ „Z příchodu bohaté společnosti na evropské úrovni nevyplyvá, že zmizí všechny národní či oblastní zvláštnosti. Tyto zvláštnosti však budou stále více nabývat charakteru folkloru, zatímco konzumní vzorce zformují jediný proud“ (*Europe de l'abondance*, Paris-Fayard 1967, s. 239).

⁴ „Ve skutečnosti výběr statků a služeb je ovlivněn psychologickou a sociologickou diferenciací v závislosti na profesi, vzdělání a osobní kultuře. To je však subtilní diferenciací, která spočívá v umění jemně rozlišovat různé kombinace v rámci téměř homogenního přísunu statků“ (tamtéž, s. 238).

⁵ *Some Sociological Dimensions of Consumer Spending*, in: N. J. Smelser ed., *Readings on Economic Sociology*, Prentice Hall 1965, s. 284.

Koncept standardního balíku byl akceptován a — většinou teoreticky — aplikován řadou autorů.⁶ Je nepochybně vhodným pojmovým vystižením integrativních procesů v konzumní sféře. Má-li však být nástrojem sociální analýzy určité společnosti, vyžaduje precizaci odpovídající jejímu charakteru a úrovni jejího vývoje. Je třeba určit, jakým způsobem a v jaké podobě proniká určitou společností potřeba stejných spotřebních hodnot. Tak také zjistíme, že konzumní homogenizace není ani tak rychlá, ani tak úplná, jak by si mnozí autoři přáli.

II.

Výzkum sociální diferenciací a mobility československé společnosti provedený pod vedením Pavla Machonína⁷ poskytuje zajímavá data o vlastnictví některých důležitých předmětů dlouhodobé spotřeby v roce 1967. Využijeme jich zde k tomu, abychom se pokusili ukázat, *na jaké úrovni a v jaké podobě přispívá konzumní sféra k sociální integraci československé společnosti.*

Především je nutno říci, že vlastnictví těchto předmětů není nikterak výhradní funkcí příjmu či životní úrovně, chápeme-li životní úroveň jako souhrn peněžních dispozic, jež mohou být měřeny příjmem rodiny, příjmem na hlavu či „konzumní jednotku“ nebo také jen příjmem hlavy domácnosti (za předpokladu značné unifikace ostatních faktorů). Spotřeba není prostou funkcí individuální ekonomické situace a proto ani není možné kalkulovat ji na základě obecných schémat. Do rozhodování o spotřebě vstupuje sociální specifika vyplývající z diferenciací životního stylu, který můžeme měřit charakterem profesionální činnosti, úrovní individuální kulturnosti, typem prostředí apod. Diferenciací spotřeby tak — zjednodušeně řečeno — vyplývá na jedné straně z diferenciací sociálně formovaných potřeb a na druhé straně z diferenciací příjmů. Mezi těmito sférami existují důležité vazby, vzájemné působení, které však nemůže vyřešit autonomnost jejich působení. Tato autonomnost je — kromě značně inkonzistentního zapojení příjmu do vazeb sociálního statu-

su — posílena dále skutečností, že zde existuje znatelný posun mezi referencemi ovlivňujícími formování potřeb (kulturní úroveň a tradice společnosti, stálá komunikace se společnostmi s rozvinutější spotřebou atd.) a prostorem, který pro jejich realizaci poskytuje ekonomika. Některé potřeby jsou v naší společnosti realizovány na základě nejruznějších obětí, mj. i omezením rodinného rozpočtu v jeho nejdůležitějších položkách. „Faktor životního stylu“ musí být tím silnější a významnější, čím více se mu daří redukovat záporný efekt působení „faktoru životní úrovně“.

Jestliže pak porovnáváme rodinné vlastnictví s aktuálními sociálními charakteristikami, vzniká zde kontrast vyplývající ze současného zahrnutí různých časových úrovní, různých typů majetku, jež by bylo možno blíže určit detailnějším popisem jednotlivých složek vlastnictví (především by šlo o respektování data pořízení), což pochopitelně rozsáhlý výzkum umožnit nemohl. Popíšme nyní stručně rodinné vlastnictví předmětů dlouhodobé spotřeby, jak bylo zachyceno reprezentativním šetřením zhruba u 13 000 domácností.

V tomto vlastnictví lze vyčlenit několik základních okruhů. Především je to okruh „tradičního majetku“ kolem vlastnictví rodinného domku. Vlastnictví domku na sebe silně váže i vlastnictví zahrady, v malé míře potom i vlastnictví kola, motorky, šicího stroje, pračky, rozhlasového přijímače. Životní styl, který si na základě tohoto výčtu představíme, ovšem není vlastnictvím domku implikován jednoznačně. Je pravda, že toto vlastnictví je v naší společnosti dosud výrazně tradičního typu, kumuluje na sebe charakteristiky spíše venkovského typu života, je významně více spojeno s nižšími stupni sociálního statusu, jak byly definovány v uvedeném výzkumu. To však nevypovídá mnoho o jeho obecné sociální hodnotě, jejímž svědectvím jsou periodické vlny individualizace bydlení, které znamená většina vyspělých společností, včetně naší. Je tedy možno předpokládat, že možnosti sociální specifikace tohoto typu majetku se budou — spolu s růstem počtu „nových“ vlastníků a sociálním vzestupem „starých“ — v naší

⁶ Viz např. David Riesman, *Abundance for What? And other Essays*, New York 1964.
⁷ P. Machonín a kol., *Československá společnost*.

Sociologická analýza sociální stratifikace, Bratislava 1969. Na tuto práci také odkazují, pokud jde o obecnější kontexty problému.

společnosti zmenšovat. Zařazení vlastnictví domku do kontextu, v němž jej nyní uvažujeme, pak bude — možno-li — ještě problematictější.

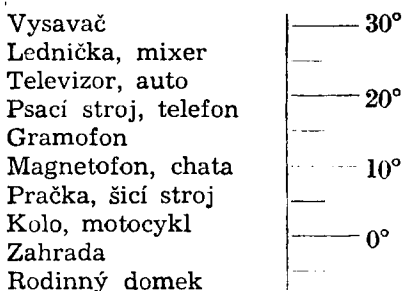
Poněkud rozsáhlejší a také zřetelněji postižitelný je komplex předmětů, jehož součástí tvoří televizor a lednička, k nimž se v poněkud menší míře řadí mixer, a které na sebe významně vážou i vlastnictví auta a předmětů výrazně orientujících životní styl — telefonu, gramofonu, psacího stroje. Tento okruh „moderního vlastnictví“ zahrnuje pochopitelně další předměty, které jsou v naší společnosti sdíleny téměř univerzálně — rozhlasový přijímač a pračku. Velmi volně se pak na něj váží některé relativně vzácné předměty — především chata a magnetofon.

Kdybychom tedy interkorelační matici těchto předmětů podrobili faktorové analýze, obdrželi bychom dva silné faktory. První z nich — velmi silný faktor, který bychom mohli nazvat „moderní vybavenost“ — by byl úzce spjat s vlastnictvím televizoru, ledničky a vysavače a významně by na sebe vázal i další předměty: jednak předměty obecně sdílené jako je rozhlas, pračka a šicí stroj, jednak předměty relativně vzácné jako je auto, telefon, magnetofon. Druhý faktor, značně slabší, o kterém bychom mohli hovořit jako o „tradiční vybavenosti“, by těsně souvisel s vlastnictvím domku a zahrady a vázal by na sebe — v mnohem menší míře než tomu bylo v prvním případě — další více i méně rozšířené předměty jako rozhlas, pračku, kolo, motocykl, šicí stroj. Inkoherenci, která ve výkladu vzniká atypičností postavení rodinného domku ve struktuře vlastnictví, bychom mohli odstranit vztážením obou faktorů k určitému typu či kvalitě bytu. Sociální relevance bytu v naší společnosti je ovšem komplikovaným problémem vyžadujícím samostatného zkoumání.

Dostáváme tak vlastně čtyři okruhy předmětů, z nichž první dva, úzce související s oběma faktory, lze specifikovat snáze, zatímco druhé dva — okruh předmětů obecně rozšířených a velmi vzácných — značně obtížněji nebo vůbec ne. Pokusme se nyní o „ocenění“ těchto předmětů z hlediska základních komponentů sociálního statusu, jak byly aplikovány v uvedeném výzkumu.

III.

Kdybychom přiložili jakýsi „sociální teplo-
měr“ každému ze zkoumaných předmětů, získali bychom asi následující obraz:



Žádný z předmětů není vázán výhradně na „kompenzační složky“ sociálního statusu, na příjmové charakteristiky. Přijem zde ovšem má svou důležitou roli, daleko spíše však v podobě příjmu hlavy domácnosti než příjmu na hlavu člena jeho rodiny. Nejvýznamněji je ale vlastnictví předmětů dlouhodobé spotřeby strukturováno životním stylem, jak je orientován vzděláním hlavy domácnosti. Především vzdělání — pochopitelně v těsné souvislosti s příjmem, jak ani jinak nemůže být při jejich silné vazbě — formuje ony čtyři vydělitelné okruhy předmětů. Rozložení této „souvislosti“ je pak podle našeho názoru jedním z důležitých klíčů pro definici „standardního balíku“ těchto předmětů v naší společnosti a pro úvahy o tomto problému.

Vlastnictví předmětů je pochopitelně významně strukturováno i v jiných vertikálních i nevertikálních dimenzích, ty se však jeví jako více odvozené. Máme tím na mysli například strukturu třídní (upravenou podle složitosti vykonávané práce, tzn.: inteligence — dělníci — rolníci), která se projevuje velmi silně u vlastnictví vysavače, ledničky, mixeru, telefonu, psacího stroje, domku; strukturu podle velikosti bydliště, která se nemůže výrazně nemanifestovat v rozložení vlastnictví vysavače (vysavač je do značné míry atributem určitého bytu), telefonu a rodinného domku; v neposlední řadě pak i strukturu věkovou, kterou je nutno uznat u výrazně moderních předmětů jako je televizor, lednička, mixer, vysavač.

Obraťme se však ke standardnímu balíku. Tento komplex předmětů není definován ve sféře uspokojování potřeb, nýbrž vztahuje se především k jejich formování.

Standardní balík je součástí hodnotové výbavy společnosti — jsou-li potřeby k němu se vztahující jednou zformovány, stává se jediným kritériem dosažitelnost, to znamená dosažitelnost z hlediska individuálních příjmů a dispozic trhu. Chceme-li definovat jednotlivé předměty z hlediska toho, zda tvoří či netvoří součást standardního balíku (a především tak odpovědět na otázku, zda v dané společnosti takový univerzálně vyžadovaný komplex zboží existuje), můžeme k tomu využít předpokladu, že jestliže daný předmět je součástí standardního balíku, pak si jej po dosažení určité příjmové úrovně koupí všechny sociální skupiny. V opačném případě je příjmová úroveň pouze jedním z předpokladů nákupu, „do hry“ vstupují další faktory, které omezují univerzalitu potřeby, jež se k tomuto předmětu vztahuje, resp. — což se nepochybně týká naší společnosti — naléhavost potřeby není tak silná, aby vyvážila oběti, které jsou s jejím uspokojením spojeny.

Budeme se nyní zabývat vlastnictvím jednotlivých předmětů ve vztahu k příjmu a vzdělání či jiným důležitým sociálním charakteristikám. Volba ukazatele vhodného pro vystižení příjmové úrovně je problém, který do určité míry může omezit platnost následujících úvah. Budeme totiž vycházet z běžného (měsíčního, čistého) příjmu hlavy domácnosti, přičemž jsme si vědomi nedostatků s tím spojených. Ani jiné ukazatele — rodinný příjem či příjem na hlavu — však nejsou věrným vystižením reálné situace. Zachování adekvátnosti by si vyžadovalo konstrukce umělého ukazatele, který by spojoval více pohledů. Omezíme se tedy na

příjem hlavy domácnosti, protože nejlépe v uvedených směrech diferencuje, a nepostihuje-li reálnou úroveň, přinejmenším do značné míry zachycuje příjmové relace vzhledem k velmi silné nivelizaci příjmů žen (ze zkoumaného souboru jen necelých 10 % přesáhlo čistý příjem nad 1250 Kčs) a vzhledem ke stále silnější „nivelizaci“ početnosti rodiny.

Všimněme si nejprve *vysavače*. Eliminujeme-li vliv příjmu, pak vlastnictví tohoto předmětu je velmi významně strukturováno podle velikosti bydliště, podle věku hlavy domácnosti a jeho třídních charakteristik i podle dalších dimenzí. Nejsilněji však toto vlastnictví strukturuje vzdělání hlavy domácnosti. Tuto závislost ukazuje tabulka 1.

Vzdělanostní struktura dominuje nad všemi ostatními — nepochybně významnými — strukturami a je výrazně silnější než závislost na příjmových charakteristikách. Vlastnictví vysavače se tak stává nápadným indikátorem diferencovanosti životního stylu ve všech směrech (městovenkov, staří-mladí, dělníci-rolníci-inteligenční atd.) a vykazuje relativně nejsilnější rezistenci vůči začlenění do standardního balíku. Vysavač zatím není zahrnut v potřebě základního vybavení československé rodiny, jeho potřeba proniká do jednotlivých vrstev především v závislosti na vzdělání (do značné míry je souvislost vlastnictví vysavače a vzdělání zprostředkována kvalitou bytu, což posunuje problém do obecnějších poloh, neznevažuje však jeho význam).

Sociální diferenciací vlastnictví *ledničky* je již vyhraněna poněkud méně, význam příjmového faktoru se dostává zhruba na

Tabulka 1: Vlastnictví vysavače podle vzdělání a příjmu hlavy domácnosti (v %)

Vzdělání:	vysoko- školské	úplně středno- školské	nižší střední odborné	vyučení	základní	neukončené základní
Příjem:						
nad 2501 Kčs	95	95	91	73	59	26
2001—2550 Kčs	93	92	83	73	44	28
1751—2000 Kčs	88	81	73	66	40	30
1501—1750 Kčs	74	78	67	67	42	25
1251—1500 Kčs	81	67	59	48	31	15
do 1250 Kčs	86	56	46	37	24	11
Celkem	89	81	68	56	32	15

úroveň vlivu vzdělání (zde jde v podstatě o dvě skupiny, z nichž v jedné jsou do-
tazováni se základním vzděláním a vy-
učení, a v druhé středoškoláci a vysoko-
školáci), svou roli má tedy sekundárně
i diferenciací třídní, lokální a věková.
Lze říci, že lednička je poněkud dále na
cestě do standardního balíku než vysavač,
není však dosud jeho součástí.

Faktor životního stylu má mírnou pře-
vahu i pokud jde o vlastnictví *mixeru*,
které je dále diferencováno podle příjmu,
třídních charakteristik, velikosti lokality
i věku hlavy domácnosti. Jeho rezistence
proti zařazení do standardního balíku je
asi na stejné úrovni jako u ledničky.

Monotónnost našich tvrzení můžeme
konečně přerušit u *televizoru*. I vlastnictví
tohoto předmětu si pochopitelně zachovává
významnou závislost na vzdělanostních
charakteristikách, suverénní dominantou
se zde však stává příjem, jak to ukazuje
tabulka 2.

I pokud jde o další dimenze, diferen-
ciace podle velikosti bydliště a třídního
postavení je zatlačena do pozadí, značnou
váhu si však uchovává věková struktura
podle hlavy domácnosti, což ovšem lze
spíše pokládat za důsledek věkové diferen-
ciace příjmu než za důsledek specifických
omezení univerzality rozšíření této po-
třeby.

Konzumní normy vztahující se k ná-
kupu *auta* již opět vykazují značná ome-
zení. Vedle samozřejmých příjmových (a
tedy i věkových) limitů zde působí třídní
struktura, zejména však diferenciací vzdě-
lání. Zejména u tohoto předmětu se vnu-
cuje úvaha, do jaké míry je rezistence
vůči jeho pronikání do standardního ba-

líku spíše rezistencí vůči obětem nejruž-
nější povahy, které nutnost dlouhodobé
kumulace prostředků na nákup *auta* vy-
žaduje, i které vyplývají z dalších obtíží,
s nimiž je tento nákup v naší společnosti
často spojen. To však nikterak neruší
smysl uvedených výsledků, tato skuteč-
nost naopak poukazuje na obrovský vý-
znam „ne-ekonomických“ hodnot v kon-
zumní sféře.

Pokud jde o *psací stroj* a *telefon*, tyto
předměty patrně ani nejsou předurčeny
k tomu, aby se v dohledné době staly
běžnou součástí standardního balíku —
nejméně vazbu prokazují vůči vzdělání.
Pokud jde o významnou příjmovou dife-
renciací jejich vlastnictví, lze ji pokládat
za sekundární, odvozenou.

Podobně je tomu i u vlastnictví *magne-
tofonu* a *chaty*. Zde je však jejich sou-
vislost se vzděláním volnější a tak i cel-
ková „sociální raženost“ podstatně slabší.
Jejich diferenciací vykazuje jen matné
vazby na kulturnější složky městského
obyvatelstva.

Dostáváme se nyní k předmětům, které
byly na stupnici „sociální teplotury“
zařazeny kolem nuly. Jsou to jednak znač-
ně rozšířené předměty jako je *šicí stroj* a
pračka, které vlastně tvoří součásti již
aktualizovaného standardního balíku, jed-
nak předměty podstatně méně rozšířené,
jako je *kolo* (nebo *moped*) a *motocykl* (ne-
bo *skútr*), jejichž „sociální neutrálnost“ má
mírný sklon k venkovskému životnímu
stylu. Z toho také vyplývá, že potřeby,
které se k nim vztahují, spíše stagnují
nebo jsou na ústupu, že tedy není reálný
předpoklad zahrnutí těchto předmětů do
standardního balíku.

Tabulka 2: Vlastnictví televizoru podle vzdělání a příjmu hlavy domácnosti (v %)

Vzdělání:	vysoko- školské	úplně středo- školské	nižší střední odborné	vyučení	základní	neukončené základní
Příjem:						
nad 2501 Kčs	90	93	93	93	87	80
2001—2500 Kčs	84	90	92	91	87	76
1751—2000 Kčs	76	88	91	87	77	68
1501—1750 Kčs	77	82	84	83	78	55
1251—1500 Kčs	89	73	70	76	72	49
do 1250 Kčs	32	52	58	64	48	34
Celkem	80	83	81	80	65	43

Poslední skupina předmětů — *rodinný domek a zahrada* — vykázala ve výzkumu vyšší záporné korelace vůči příjmu, vzdělání, třídním charakteristikám i velikosti bydliště. Ze samotné jejich povahy vyplývá, že se nikdy nestanou univerzální potřebou, avšak jejich „sociální pozici“, v jaké je našel výzkum roku 1967, nelze příliš generalizovat. Kolem tohoto vlastnictví se dosud převážně koncentrují negativní důsledky venkovského života, charakteristiky starších složek populace, nízké příjmy apod. Z tohoto materiálu však nelze činit obecné extrapolace o hodnotách, které se k těmto předmětům v současné době vztahují. Problém je ovšem natolik složitý, že si žádá samostatnou úvahu.

Vezmeme-li tedy předměty, které mají nebo perspektivně mohou mít ke standardnímu balíku nějaký vztah, můžeme je sestavit do následující „fronty“:

Rozhlas
Pračka
Šicí stroj
Televizor
Auto
Lednička
Mixer
Vysavač

Televizor je tedy vlastně jediným typickým představitelem standardního balíku — předměty uvedené nad ním náležely k jakémusi „tradičnímu standardnímu balíku“ a stupeň jejich skutečné vybavenosti je dnes v naší společnosti vysoký. Předměty uvedené pod ním dosud vykazují tolik specificky sociálních vazeb, že je nelze za součásti standardního balíku pokládat, jakkoli v tomto směru vykazují (pochopitelně v různém stupni) řadu dispozic. Lze říci, že jakkoli v současné době v naší společnosti větší standardní balík předmětů dlouhodobé spotřeby neexistuje, má v televizoru (jehož vlastnictví nemůže zůstat bez vlivu ani na vlastní oblast konzumních hodnot) svůj nadějný zárodek.

Údaje, které máme k dispozici, nám umožňují jen velmi hrubé a pouze orientační porovnání s francouzskou společností.⁸ Ukazují však zajímavé difference. Především nasycenost týkající se pračky je v porovnání s československým vzorkem poloviční (42,3 %) a její potřeba již

téměř stagnuje. Televizor je rovněž méně rozšířen (47,3 %) a není součástí standardního balíku. V potřebách, které se k němu vztahují, se silně projevují difference města a venkova i rozdíly profesionálních skupin. Zatímco toto vlastnictví je například normální potřebou zaměstnanců, dělníků a nižších kategorií pracujících, jeho potřeba klesá již u středních kádrů a stále více směrem k vyšším profesionálním kategoriím (svobodná povolání, zaměstnavatelé apod.).

Vlastnictví auta (48,5 %) je téměř výhradní funkcí příjmu a patří vcelku samozřejmě do francouzského standardního balíku, zatímco u nás se mu pouze blíží. Součástí standardního balíku také je — na rozdíl od nás — lednička (60,6 %), jejíž nákup rovněž respektuje především příjmovou diferenciaci. Pokud jde o vysavač (45,6 %), je jeho role indikátorem životního stylu přibližně stejná jako v ČSSR — i ve Francii je diferenciace jeho vlastnictví spíše dílem charakteristik kulturních než příjmových.

Celkově je tedy možno říci, že francouzská společnost byla v roce 1967 v porovnání se společností naší již poněkud uniformnější pokud jde o sféru konzumních hodnot (standardní balík zde zahrnoval přinejmenším dva předměty dlouhodobé spotřeby nadprůměrné důležitosti pro životní styl). Rozdíly týkající se vlastnictví pračky a televizoru jsou pak velmi interpretabilní, protože představují důležité charakteristiky rozdílu vnitřního ekonomického života domácností a možnosti informativní a hodnotové integrace mezi oběma společnostmi.

IV.

Musíme si uvědomit, že přes význam dosavadních úvah jsme vyčerpali jen málo z tématu univerzality a diferencovanosti vlastnických struktur, resp. hodnot, které se k nim vztahují, potřeb určitých předmětů. Zabývali jsme se vlastně jen dichotomií zahrnující existenci či neexistenci určité potřeby bez ohledu na její další atributy. Prostor vlastnictví spotřebních předmětů je ovšem mnohem rozsáhlejší a vždycky má veliké možnosti rozpinání. Po vyčerpání této dichotomie nastupuje kvalitativní dimenze, jež může být charakteri-

⁸ Annuaire statistique de la France 1967, s. 706.

PŘÍLOHA

VYBAVENOST ČESKOSLOVENSKÝCH DOMÁCNOSTÍ NĚKTERÝMI PŘEDMĚTY A JEJICH KORELACE K DŮLEŽITÝM SOCIÁLNÍM CHARAKTERISTIKÁM (PODLE VÝZKUMU SOCIÁLNÍ DIFERENCIACE A MOBILITY ČESKOSLOVENSKÉ SPOLEČNOSTI).

	Četnost v %	Spearmanovy koeficienty pořadové korelace				
		Příjem hlavy domácnosti	Vzdělání hlavy domácnosti	Věk hlavy domácnosti	Velikost bydliště	Sociální status hlavy domácnosti
Vysavač	55,9	0,388	0,463	0,234	0,352	0,519
Lednička	54,8	0,338	0,332	0,252	0,181	0,406
Mixer	32,7	0,314	0,337	0,253	0,182	0,371
Televizor	75,2	0,386	0,286	0,324	0,150	0,312
Auto	16,5	0,255	0,264	0,157	0,093	0,357
Psací stroj	11,9	0,167	0,294		0,200	0,304
Telefon	13,9	0,256	0,329		0,338	0,379
Gramofon	22,0		0,198		0,127	0,226
Magnetofon	6,0	0,139	0,154		0,141	0,166
Chata	5,3	0,112	0,141		0,179	0,157
Pračka	82,9	0,233	0,127	0,186	-0,038	0,114
Šicí stroj	67,9	0,085	0,123	0,084	0,038	0,120
Kolo	54,1	0,090	0,003	0,075	-0,174	-0,029
Motoocykl	25,2	0,112	0,067	0,173	-0,131	0,015
Zahrada	22,2	-0,074	-0,112		-0,261	-0,128
Domek	55,6	-0,230	-0,285	0,169	-0,436	-0,128

zována značkou, cenou, „made in“ nebo jemnějšími, „znaleckými“ preferencemi; v jednotlivých případech může nabyt významu intenzita vybavení, množství předmětů uspokojících tutéž potřebu nebo její různé modifikace; nekonečnou dimenzi pak představuje časový rytmus obměn, které si vynucuje imperialismus módy zachvacující stále nové oblasti a produkuje „plánované zastarávání“ výrobků (V. Packard). To jsou však problémy, které se naší společnosti ve větší míře prozatím nedotýkají, jakkoli ani zde je nelze ignorovat.

Nyní je tedy důležité alespoň orientačně specifikovat sociální role různých předmětů vstupujících do trvalého vlastnictví rodin, z nichž některé zakládají jejich participaci na univerzalitě „globální společnosti“ (G. Gurvitch) a jiné plní úlohu specifických statusových atributů. Ukázali jsme, že v naší společnosti jsou zastoupeny obě krajní polohy společenské integrace a diferenciací — jde-li nám o obecné měřítko, pak jedna je reprezentována televizí, druhá vysavačem. Můžeme tedy v tomto smyslu hovořit jak o otevřenosti společnosti, kam je třeba pouze zaplatit vstupné, tak i o její uzavřenosti, která ovšem není žádnou kastovní uzavřeností, nýbrž relativní (relativní v sociálním prostoru i času) uzavřeností diferencované, nikoli tedy amorfní společnosti.

Svět spotřebních předmětů, jehož sociální hodnota v současné době prudce roste, představuje složitou oblast bádání — nelze se zde omezit na aplikaci jediného konceptu či vyzkoušení několika málo schémat. Námaha spojená s jeho analýzou však může být užitečná: v tomto univerzu se fixují kvalitativně různé sociální struktury, které jsou často od sebe vzdáleny jak v čase, tak v prostoru, a jejichž souběh může často vytvořit novou kvalitu. Univerzalistický koncept tedy není zdaleka jediným, jeho aplikace je však tím zajímavější, oč více se zde běžné povědomí vzdaluje od skutečnosti.

Резюме

И. Вечерник: Социологические проблемы собственности в чехословацком обществе.

Автор исходит из проекта Росебороуг «стандарт пацкаже», являющимся «комплексом товаров, которых каждое домашнее хозяйство хочет быть собственником или пользоваться ими». Автор спрашивает, до какой степени чехословацкое общество, в котором происходили сильные нивелировочные процессы в самых различных направлениях, является формальным в сфере потребительных ценностей. Результаты исследования социальной дифференциации и подвижности чехословацкого общества с 1967 года предоставляют прежде всего возможность создать ориентировочную типологию предметов долговременного потребления. Упомянутые предметы концентрируются в двух областях, из которых центром первой,

«традиционной» собственности является семейный домик, между тем как собственность «современная» включает прежде всего телевизор, холодильник, пылесос и в некоторой степени автомашину.

Анализ соотносительности собственности отдельных предметов по отношению к зарплате и образованию, которое здесь берется во внимание как известный индикатор жизненного стиля, проверочно потом и по отношению к другим социальным измерительным величинам (классовое положение, возраст, размер жилища) показывает, что социальная дифференциация очень сильно отражается и в структуре потребительных ценностей. Практически единственным более известным предметом, потребностью которого представляет универсальный характер и в общем не принимая во внимание степень жизненного стиля семьи, зависит только от ее зарплаты, является телевизор. Определенные диспозиции для вступления в стандартный слой населения пак систематически показывает автомашину, холодильник и наконец пылесос, потребность которого до сих пор является исключительно функцией жизненного стиля. Однако некоторые предметы уже так распространены, что их можно считать составной частью «традиционного», сегодня уже актуализированного стандартного «пакета», прежде всего радио, стиральная машина и швейная машина. В сравнении с чехословацким обществом, французское общество по линии потребления является более униформным. В стандартный «пакет» здесь включается само собой собственность автомашины и холодильника. Однако в противном случае значительно социально дифференцирована потребность телевизоров, повышающая по направлению к нижним слоям населения.

Следовательно собственность предметов выразительно ориентирующих жизненный стиль не является даже в социалистическом обществе обыкновенной функцией жизненного уровня, но наоборот она должна в процессе распространения преодолевать ряд препятствий в области ценностей, при чем эта область в чехословацком обществе действует тем автономнее, чем больше покупки некоторых дорогостоящих предметов связаны с заметным ограничением семейного бюджета в его самых важных записях. Однако универсалистический план не является далеко единым орудием анализа мира потребительных предметов, социальная важность которого постоянно повышается. Он интересен тем, какие различия может помочь вскрыть между повседневным сознанием и социальной реальностью.

Summary

Jiří Večerník: Sociological Problems of Proprietary Structures in the Czechoslovak Society

The author proceeds from Roseborough' concept of the *standard package*, which means a "set of goods every household wants to

own or use", and asks to what extent the Czechoslovak society — in which strong levelling processes in most various directions have taken place — is uniform in the sphere of consumption values. The results of the research into the social differentiation and mobility of the Czechoslovak society in 1967 enable us first of all to build up an orientation typology of objects of long-term consumption. These objects are concentrated into two wholes, one focussed on the "traditional" ownership of a family house, whereas the "modern" ownership includes, first of all, a T.V. set, a refrigerator, a vacuum cleaner and, to a lesser extent, also a car.

The analysis of the correlations of the ownership of the separate objects with the income and education, considered here as a significant indicator of the style of living, and — for controlling purposes — also with further social dimensions (class status, age, size of the flat) reveals that the social differentiation is very strongly reflected also in the structure of consumption values. In fact, the only more important object the need of which has a universal character, and, practically irrespective of the level of the family's style of living, depends only on its income, is the T.V. set. Certain dispositions for being included in the standard package are successively revealed by the car, the refrigerator, the mixer and finally the vacuum cleaner, the need of which is still almost exclusively the function of the style of living. Some objects are, of course, so widespread that they may be considered as a part of the "traditional", today already actualized standard package — first of all the wireless set, the washing machine and also the sewing machine. In comparison with the Czechoslovak society, the French society is more uniform with respect to consumption; as a matter of fact, the standard package there includes the ownership of a car and a refrigerator. In contrast to this, however, there is a significantly socially differentiated need of a T. V. set, increasing in the direction of the lower population strata.

Thus the ownership of objects significantly orientating the style of living is not even in a socialist society a simple function of the living standard but must — in the process of spreading — overcome a number of obstacles in the sphere of values. In the Czechoslovak society this sphere functions the more autonomously, the more the purchase of some more expensive objects is connected with a considerable reduction of the family budget in its most important items. The universalist concept, of course, is by far not the only instrument of analysis in the domain of the objects of consumption, the social importance of which is steadily growing. It is, however, interesting with regard to what differences between the current consciousness and social reality it may help to discover.