

Poza ekonomiczne uwarunkowania dzietności¹

Dzietność, podobnie jak każdy problem społeczny, jest wypadkową szeregu czynników a wśród nich czynników które ogólnie można określić mianem społeczno-kulturowych. Z tego bardzo szerokiego spektrum zjawisk wybieram tylko jeden, na którym chciałabym skupić uwagę, jest nim *styl życia*.

Pojęcie stylu życia definiowane jest na kilka sposobów, przedstawiam dwa nich:

1/ Przez styl życia rozumie się zwyczaje, postawy, wzory konsumpcji i zachowań społecznych danej kategorii społecznej, warstwy, klasy lub grupy.²

2/ W nieco odmiennym ujęciu „styl życia obejmuje cechy i zachowania jednostek czy grup, które są ich swoistym wyborem wynikającym tak z motywów osobistych, jak i społecznych”.³

Styl życia, zatem to zarówno atrybut jednostek, jak i zbiorowości. Oznacza to, że każdy z nas posiada określony styl życia i całe grupy/zbiorowości można także opisać w kategorii właściwego im stylu życia.

Skąd się bierze styl życia jednostek i grup?

¹ Tekst wystąpienia przygotowanego na konferencję nt. „Uwarunkowania dzietności”, 19-20.10.22, Warszawa, KPRM

² Por.: Słownik socjologii i nauk społecznych, red. G. Marshall (red. polskiego wydania M. Tabin), Warszawa: PWN 2005, s. 369.

³ M. Golka, Socjologia kultury, Scholar, Warszawa 2007, s. 192.

Styl życia może być/jest biernie i nieświadomie (bezwiednie) przyswojony w toku socjalizacji pierwotnej, może być/jest świadomie przejęty w toku życia. Z tym ostatnim łączy się kwestia **wyboru albo (wielokrotnych) wyborów stylu życia**, skutkujących odejściem czy odrzuceniem dotychczasowego stylu życia.

Można powiedzieć metaforycznie, że żyjemy obecnie, także w Polsce, na **bazarze stylów życia** propagowanych przez rozmaite gremia. Jesteśmy wprost zarzucani rozmaitymi propozycjami tego jak żyć, jak się zachowywać, jak wyglądać, co nabywać, etc. Słowem, mamy nieustanną możliwość wyboru stylu życia. Nawet jeśli aktualnie brak nam na to środków czy możliwości, wiemy co z nimi zrobić, gdy się pojawią. To sprawia, że wzory zachowań wyniesione czy zinternalizowane w toku pierwotnej socjalizacji (w domu i środowisku rodzinnym) stale są poddawane weryfikacji i bywa modyfikacji. Chcąc być im wiernymi musimy **świadomie o to zabiegać** odrzucając suflowane nam rozmaite „pomysły na życie”.

Pokusa **możliwości wyboru stylu życia** dotyczy szczególnie ludzi młodych. Uleganie jej oznacza odchodzenie lub pragnienie odejścia od stylu życia właściwego ich rodzinnemu środowisku. Uważam, że zjawisko to ma w Polsce miejsce i to na niemałą skalę. W moim przekonaniu **wskaźnikiem** dążenia do porzucenia stylu życia rodziców jest pęd migracyjny mający miejsce w naszym kraju. Właśnie tym dążeniem tłumaczę **exodus migracyjny** z małych miejscowości i wsi do pięciu wielkich aglomeracji w Polsce.⁴ Migracja ta uzasadniana przez samych zainteresowanych chęcią dalszego kształcenia się i usamodzielnienia od rodziców bez wątplenia umożliwia im jednocześnie swobodny **wybór i decydowanie** o swoim wyglądzie, zachowaniu, konsumpcji, spędzaniu czasu, etc. Innymi słowy, pozwala de facto na odejście od stylu życia

⁴ Są to Warszawa, Kraków, Wrocław, Poznań, Gdańsk, por.: A. Dolińska, R. Jończy, P. Śleszyński, Migracje pomaturalne w województwie dolnośląskim wobec depopulacji regionu i wymogów zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego, UE, Wrocław 2020.

dominującego/przyjętego w środowisku rodzinnym (tj. w rodzinie, sąsiedztwie, lokalnej społeczności). I to jest – uważam - istotą **uniezależnienia się** od rodziców, o którym mówią w wywiadach młodzi ludzie. Rzeczone usamodzielnienie się niekoniecznie oznacza rezygnację ze wsparcia finansowego oferowanego przez rodzinę, przeciwnie jest realizowane - bodaj po części - za pieniądze od rodziców i/lub przy ich wsparciu rzeczowym (np. przez stałe, regularne dostarczanie „domowej” żywności). Jest to więc uniezależnienie się od stylu życia właściwego rodzinnemu środowisku, nie możliwe do zrealizowania bez migracji. Nie zawsze też odbywa się bez wiedzy czy przy sprzeciwie rodziców, przeciwnie może mu towarzyszyć ich błogosławieństwo.

Migracje których celem lub skutkiem jest zmiana stylu życia nazywam **wewnętrznymi migracjami stylu życia** (dla odróżnienia od migracji za granicę skutkujących tą zmianą lub podejmowanych z tego powodu).⁵

Odwołując się ponownie do badań przeprowadzonych wśród młodzieży maturalnej województwa dolnośląskiego dotyczących ich planów migracyjnych⁶ zauważamy, że wprawdzie bezpośrednim celem i podawanym uzasadnieniem migracji jest kontynuowanie nauki na uczelniach, jednak nie są to migracje czasowe tylko dla zdobycia deklarowanego wykształcenia, lecz migracje trwałe i już **w zamyśle definitywne**, ponadto kierują się one „nie do najbliższych ośrodków akademickich, lecz do dużych ośrodków regionalnych (w województwie dolnośląskim - do Wrocławia)”.⁷ Powstaje zatem pytanie dlaczego ci młodzi ludzie jeszcze przed faktem migracji i spróbowaniem innego

⁵ Por. K. Romaniszyn, Migracje a styl życia, „Studia Polonijne” 2021, t. 42, s. 153-172.

⁶ A. Dolińska, et al., Migracje pomaturalne..

⁷ A. Dolińska et al. Migracje pomaturalne, s. 166.

życia wiedzą, że nie wrócą, bo nie chcą wrócić? Wprawdzie autorzy tej i innych publikacji dotyczących migracji wewnętrznych w Polsce nie stosują kategorii stylu życia ani na etapie projektowania i prowadzenia badań ani w toku analizy uzyskanych przez siebie danych empirycznych, uważam, że zasadniczą przyczyną kategoryczności stwierdzeń respondentów jest możliwość swobodnego wyboru stylu życia w wielkim mieście. Mówiąc obrazowo, gdzie jak gdzie, ale właśnie w wielkich miastach istnieje zupełna swoboda wyboru pożądanego stylu życia. W świetle powyższego kluczową staje się kwestia tego skąd biorą się pożądane przez młodych style życia?

Suflerzy stylów życia – kim są?

Istniejące możliwości wyboru stylu życia i dążenie do przyjęcia tego wybranego aktualizują problem znaczenia i **wpływu propagowanych stylów życia**, bowiem pożądaný styl życia, odmienny od obserwowanego w najbliższym otoczeniu, nie jest zwykle samodzielnie wymyślany, lecz **przejmowany**. Jeśli tak, to jak i przez kogo są nam suflowane rozmaite „pomysły na życie”. Innymi słowy, **skąd są czerpane wzory** pożądanego stylu życia? Zakładam, że atrakcyjne dla młodych „projekty na życie” płyną i są przez nich czerpane głównie z mediów, i to elektronicznych. Przekazy nieustannie płynące z tego źródła stanowią silną konkurencją dla stylu życia właściwego rodzinnemu otoczeniu społecznemu, z którymi może ono przegrać „z kretesem”. Wtórnie rolę suflerów może przejąć środowisko rówieśnicze.

Jak zostało wyżej powiedziane wśród mediów na baczny uwagę zasługuje Internet. Należy przyjąć, że staje się on dla kolejnych pokoleń młodych ludzi, także w Polsce, **głównym środowiskiem socjalizacji** i zjawisko to narasta w miarę postępu technologicznego dokonującego się w tej dziedzinie. To właśnie w środowisku Internetu młodzi ludzie otrzymują **miraże atrakcyjnych stylów**

życia, są do nich zachęceni przez obrazy i przykłady. Wybierzmy jeden z wielu przykładów jakim są influencerzy, czyli „gwiazdy Internetu”. Jak się wskazuje, są to osoby umiejące skutecznie i umiejętnie wpływać **na zachowania** internautów.

Zostanie influencerem zaczyna się zwykle od założenia własnego kanału na określony temat, a po zdobyciu popularności przychodzi czas na umowy sponsorskie (sponsorami są zwykle firmy czy organizacje), czyli prezentowanie określonych produktów w zamian za sówite wynagrodzenie. Przy czym najważniejszymi stają się obecnie **produkty niematerialne**, jak: filmiki, teledyski, piosenki, etc. To właśnie w tych produktach niematerialnych są zawarte kreślone wartości i style życia i za ich pośrednictwem są one promowane. Obecne w nich produkty materialne tylko wzmacniają przekaz niematerialny.

Dla zilustrowania powyższego wybierzmy popularną w Polsce grupę influencerów określaną mianem „Ekipa Fritza”. Jest ona obecna na giełdzie jako spółka akcyjna o nazwie *Ekipa Holding*. Aktualnie „Ekipa” posiada własne studio filmowe, sklep, szereg przedsięwzięć biznesowych i kontaktów. W swoich produktach internetowych „Ekipa” prezentuje i promuje określony styl życia osadzony na następujących wartościach:

- bogactwo i luksus (w teledyskach widzimy drogie samochody czy jachty);
- zabawa – życie w tym przekazie to nieustanna rozrywka, lecz nie w samotności ani nie w rodzinie, lecz
- w (płynnym) gronie znajomych/przyjaciół, oraz
- podróże.

W suflowanym przekazie nie ma miejsca ani na własną rodzinę, ani na własny dom, ani na dzieci, ani na pracę zawodową o powołaniu zawodowym nawet nie

wspominając, ani na stabilizację. W jednej z piosenek słyszymy: „*na życie już mamy plan/bo tanecznym krokiem przebiegniemy przez ten life*”; a w innej: „*w żyłach endorfina daje nam dobry mood/my chcemy żyć pełnią życia, zanim świt nas powita/nie zadawaj pytań spójrz jak buja się klub*” i jeszcze „*napetniamy szklanki czy to w domu/czy w Dubaju czy na Zanzi/u nas ciągle party*”.

Niewyszukane, w formie i przekazie piosenki/obrazy promujące wartości hedonistyczne mają miliony odsłon w Internecie.⁸ Jednak w małym mieście nie można ani tak żyć, ani tak zarabiać, tylko wielka aglomeracja daje nadzieję na realizację marzenia o życiu jakiego promują „gwiazdy Internetu”. Tym właśnie tłumaczą niepojętą pęd młodych ludzi w Polsce do pięciu największych aglomeracji. Zakładam, że „fenomen 5 polskich aglomeracji”, by się tak wyrazić, można *hipotetycznie uznać za wskaźnik przyswojenia sobie* stylu życia i wiążących się z nim wartości propagowanego przez wskazanych, i im podobnych, influencerów. Jeśli tak jest, to ci młodzi ludzie już zostali uwiedzeni przez miraż lekkiego życia. To prowadzi do następujących wniosków:

Wniosek 1: Sieć/serwery to obecnie **infrastruktura krytyczna** nie tylko dla bezpieczeństwa państwa, lecz także dla **status quo kultury, polskiej kultury**, w tym dla stylu życia - nazwijmy go tradycyjnym - zorientowanego na założenie rodziny, własnego domu, posiadania dzieci, stabilizacji życiowej i zawodowej. Świadomość tego faktu wydaje się nikła. Jednak poniechanie namysłu nad tym problemem sprawi, że w krótkim czasie możemy się spodziewać **wykorzenia** następnych pokoleń z polskiej kultury, a w konsekwencji m.in. także dalszego spadku dzietności polskich rodzin.

⁸ Notabene, według doniesień, wartych weryfikowania, wśród polskich nastolatków prowadzenie własnego kanału w mediach społecznościowych uchodzi za atrakcyjne zajęcie zawodowe.

Wniosek 2: Wspomaganie dietności za pomocą środków ekonomicznych jest ważne, ale jest to baza – by odwołać się do klasyka. Jednak bez skutecznej dbałości o **nadbudowę, którą jest kultura**, a w niej styl(e) życia osiągniemy skutek przeciwny od zamierzonego. Środki finansowe przeznaczone dla rodzin zostaną w najlepszej wierze przeznaczone na produkty technologii cyfrowej umożliwiającej konsumowanie niematerialnych produktów internetowych (postów, filmików, teledysków), które promują materialistyczno-hedonistyczny styl życia i odpowiadających mu osobników narcystycznych, emocjonalnych o płynnej, czyli żadnej tożsamości, nie dążących do prowadzenia życia stabilnego którego filarami są: dom – rodzina – dzieci - praca zawodowa. Wynika stąd wniosek trzeci:

Wniosek 3

Pilną i wielkiej wagi sprawą jest praca nad szerokim i atrakcyjnym w formie propagowaniem tradycyjnego styl życia w mediach społecznościowych, co notabene jest przeogromnym wyzwaniem.

Uwagi końcowe

Wskazane wyżej zjawiska zarówno dowodzą faktu **wykorzenia** wielu ludzi z ich rodzinnego środowiska, jak też owo wykorzenie potęgują. Wobec tego sednem adekwatnej odpowiedzi na wskazane problemy musi być **zakorzenie** ludzi (nie tylko młodych) w ich lokalnym świecie, w ich małych ojczyznach. Jest to zadanie największej wagi i musi być realizowane na wielu płaszczyznach. Jest też ono na miarę Herkulesa.

