

# Utváření obrazu sociální struktury současné české společnosti ve skupinových rozhovorech s „dělníky“ a „profesionály“

Ivan Vodochodský

## Shaping Concepts of Social Structure in Contemporary Czech Society in Group Interviews with “Workers” and “Professionals”

**Abstract:** Based on data from three group interviews conducted with groups of “workers” and “professionals”, this article focuses on ways that interview participants choose in their attempts to cope with sociologists’ demands to describe social structure of the contemporary Czech society. The key category adopted from the interviewers’ questions around which the arguments of participants were centered is the category of “success”. The author analyses measures of success mentioned by participants, its presuppositions, who is regarded as successful by them and which criteria of success they adopt. Also analyzed is the self-positioning of the interview participants and the social group they identify with in the notions of social structure presented by them in the course of the interviews.

**Keywords:** social structure, success, group interviews, workers, professionals.

## Úvod

Tento text vychází z analýzy tří skupinových rozhovorů vedených metodou *focus groups* [blíže k této metodě viz např. Morgan 1996, 2001].<sup>1</sup> Rozhovory byly uskutečněny za účelem zkoumání toho, jak lidé z různých sociálních skupin vnímají ze své vlastní pozice společenskou strukturu současné české společnosti. Cílem textu však není formulovat obecné závěry ohledně sociální struktury a stratifikace a porovnávat přitom existující sociologické koncepty a výzkumy.<sup>2</sup> Jde mi o to ukázat, jak se v konkrétní situaci výzkumných rozhovorů střetávalo „sociologické“ chápání sociální struktury čerpající ze sociologických konceptů a jejich terminologie na straně výzkumníků s „populárním“ chápáním sociální struktury, které je založeno na sdílené potřebě vnímat společnost jako hierarchicky uspořádanou (alespoň ve smyslu odlišení těch, kteří jsou „nahore“ od těch, kteří jsou „dole“), na straně respondentů.

Jak uvidíme, otázky, které byly respondentům v průběhu rozhovorů kladeny, byly odrazem právě „sociologické“ optiky a sledovaly celou řadu dílčích témat z ní vycházejících, například předpoklady možného úspěchu ve smyslu posunu ve společenské hierarchii směrem vzhůru, vliv vzdělání na tento úspěch, nebo vnější atributy úspěšnosti (představu toho, jak vypadá a co vlastní úspěšný člověk). Takto aplikovaná „sociologická“ perspektiva se však v mnoha situacích ukázala jako nevhodná, míjející se s chápáním hierarchií v současné společnosti na straně respondentů.

Rozhovory proběhly v roce 2010 na dvou místech České republiky (v Praze a v severních Čechách). Každá ze tří skupin (jedné v Praze a dvou v SČ) měla v průměru 10 účastníků z řad respondentů (celkem jich bylo 31) a 2 moderátory.<sup>3</sup> Těmi byli pracovníci výzkumné agentury, která se specializuje na realizaci výzkumů metodou FG, a odborný pracovník Sociologického ústavu AVČR, jehož úkolem bylo garantovat průběh a náplň rozhovoru ve vztahu k výzkumným otázkám a předběžnému scénáři rozhovoru.

Mým úkolem jako někoho, kdo se stal součástí výzkumného týmu až poté, kdy byla data shromážděna a přepsána, bylo tato data analyzovat a interpretovat.<sup>4</sup> Přistupuji k této úloze kvalitativním induktivním způsobem, nenechávám se tudíž omezovat předem danými výzkumnými otázkami, ale naopak budu hledat otázky nové, na něž získané výpovědi respondentů nabízejí odpovědi [Gubrium and Holstein 1997, 2008]. Tento volnější vztah k výzkumným předpokladům zároveň umožňuje oprostít se od vnímání sociální struktury jako určitého konglomerátu sociologických konceptů (strukturalistického pojetí) a zaměřit se na zkoumání představ o sociální struktuře jako něčeho, co v mysli respondentů není pevně dané, ale co je vytvářeno (konstruováno) v konkrétní situaci rozhovoru, v interakci mezi výzkumníky a respondenty.<sup>5</sup> Z této perspektivy se i potenciální nedostatky průběhu rozhovoru – jazykem objektivistické metodologie „zkreslení“ – mohou stát nikoli překážkou analýzy, ale naopak její nedílnou součástí. Výše nastíněné metodologické přístupy k analýze, tzn. induktivní a narativní přístup chápající rozhovor jako „situované vytváření významu“ [Andrle 2001], nejlépe zapadají do konstruktivistického pojetí výzkumu sociálních nerovností [srovnej Harris 2001, 2003]. To si více než tradiční strukturalistické chápání všímá sociokulturního rozměru nerovností, jejich symbolického původu (ve smyslu zneuznání). Naproti tomu tradiční strukturalistické chápání nerovností více akcentuje jejich distributivní rozměr a klade při tom důraz na takové proměnné, které mají především ekonomické ukotvení (majetek, moc, prestiž). Předmětem zájmu jsou v něm tři velké kategorie nerovností – třídy či vrstvy, etnická příslušnost a rod [srovnej Šanderová, Šmídová a kolektiv 2009: 22].

## K interpretaci rozhovorů

Hlavním pojmem, jehož prostřednictvím se moderátoři snažili v rámci skupinových diskusí vyvolat debatu o sociální struktuře, byla kategorie úspěchu. Ptali se respondentů na to, kdo je podle jejich názoru v české společnosti považován za

úspěšného, a žádali po nich grafické znázornění úspěšného člověka, přičemž sami uplatňovali - záměrně či nezáměrně - poměrně schematické atributy úspěšnosti, jakými jsou například oděv - sako a kravata, aktovka a notebook, nové auto a podobně. I když se tím de facto ztotožnily obrazy úspěšného člověka a podnikatele či manažera, lze tento obraz vzít jako východisko a skrze něj si všimnout toho, jak respondenti tuto stereotypní představu úspěchu přijali či nepřijali, jak s ní dále pracovali, jak se vůči ní vymezovali, zda ji dávali do souladu či do protikladu se svými vlastními zkušenostmi a podobně.

Dalšími tématy, prostřednictvím nichž moderátoři oživovali debatu, byly možné předpoklady dosažení úspěchu, nebo naopak faktory, které mohou způsobit, že člověk žádného úspěchu v životě nedosáhne. Za takové potenciální předpoklady byly považovány například vzdělání, kapitál (např. ve formě dědictví), známi a podobně. Pojem úspěch byl moderátory chápán neproblematicky, v podstatě jako vzestupná sociální mobilita (a to převážně z hlediska majetku, mocenského postavení v zaměstnání a prestiže), neúspěch naopak jako žádný vzestup či dokonce pokles v pomyslné sociální hierarchii. Sami respondenti se snažili, jak ukážeme, takovému jednorozměrnému chápání úspěchu narušovat.

V následující analýze se zaměříme jak na samotné chápání úspěchu (konkrétně na to, jak se respondenti vymezovali vůči tomu, co jim bylo jako měřítka úspěchu prezentováno moderátory), tak i na samotný model sociální struktury, který v průběhu skupinových diskusí vykrytalizoval. V něm nás bude zajímat hlavně to, koho respondenti vnímají jako ty, kteří jsou „nahore“, koho vnímají jako ty, kteří jsou naopak „dole“, a kam v této pomyslné hierarchii umísťují sami sebe a jak toto své umístění zdůvodňují a ospravedlňují.

Předem je však potřeba se zastavit ještě u jedné důležité okolnosti. Jak vyplývá z volby cílových skupin, z nichž se rekrutovali respondenti, i z volby lokalit, v nichž výzkum probíhal (viz výše), jednalo se převážně o respondenty se spíše nižším vzděláním (2/3 z nich, ti kteří vykonávali dělnické profese, měli maximálně středoškolské, častěji však byli respondenti pouze vyučení nebo měli základní vzdělání) a žili v místě, kde je vysoká nezaměstnanost a vysoké riziko ztráty zaměstnání (v severních Čechách), obzvlášť pro lidi s takto nízkým vzděláním a kvalifikací. K tomu se ještě přidávaly další charakteristiky znevýhodňující je na trhu práce, např. věk a/ nebo faktické či plánované rodičovství. To znamená, že máme co do činění se skupinou lidí, kterou bychom sice nezařadili mezi sociálně slabé, ale jejíž příslušníci se cítí ohroženi okolnostmi, které do značné míry sami nemohou aktivně ovlivnit (např. důsledky finanční krize, globalizace v některých odvětvích průmyslu, strukturální nezaměstnanost a podobně) a které je mohou do chudoby uvrhnout. Z této pozice tudíž mají tendenci v rozhovorech vystupovat a skrze ni interpretují otázky, které jim jsou kladeny. Zároveň moderátory nevnímají jako někoho, kdo patří do stejné skupiny „ohrožených“ jako oni sami, ale řadí je spíše mezi ty úspěšné (vzdělané, zastávající prestižní profese a nesoucí některé vnější atributy úspěchu, např. dražší oblečení, notebook a další elektronika, služební auto zahraniční výroby atd.).

## Úspěch

Ústřední kategorií, jejímž prostřednictvím se moderátoři diskusí snažili navodit debatu o tom, jak respondenti vnímají společenskou strukturu, byla zmíněná kategorie úspěchu. Otázky však nesměřovaly k tomu, zda se respondenti sami považují za úspěšné, nebo co oni sami vlastně za úspěch pokládají, ale k tomu, co je podle jejich názoru za úspěch považováno v současné české společnosti. Měli se tak vlastně pokusit zachytit celospolečenské vnímání úspěchu, což pro ně mohlo být v některých případech obtížné. Vypravěči měli tendenci uplatňovat spíše než abstraktní „celospolečenský“ pohled oproštěný od vlastního hodnocení (je otázka zda to vůbec jde), svou vlastní perspektivu, respektive pohled té společenské vrstvy, s níž se identifikují, na to, co je ve společnosti obvykle za úspěch pokládáno a co je jim jako úspěch společností překládáno.

## Měřítka úspěchu

Měřítka celospolečenského úspěchu si tudíž respondenti sami nevolili, ale spíše se vymezovali vůči těm, která považovali za obecně platná. Nositeli těchto společenských norem úspěchu pro ně byli přímo i nepřímo také moderátoři rozhovorů. Nepřímo tím, že jim ve svých otázkách předkládali do značné míry společensky prefabrikované kategorie úspěchu, to, co je nám jako úspěch prezentováno politickými a kulturními elitami například prostřednictvím médií. A přímo, tím že oni sami tyto normy do jisté míry reprezentovali, ať už svým vzezřením, vystupováním, anebo tím, co o sobě respondentům řekli a jak v průběhu rozhovorů vystupovali. V případě respondentů bylo naopak patrné, že oni sami se, snad s výjimkou několika málo vysokoškoláků, za reprezentanty elit, jakkoli široce definovaných, tedy za někoho, komu se podařilo dosáhnout společenského úspěchu z hlediska některého z konvenčních kritérií (majetku, moci, prestiže), nepovažují a že si vůči takto vymezeným vrstvám tzv. „úspěšných lidí“ udržují větší či menší odstup.

Dobrym příkladem toho, jak se mezi moderátory a respondenty měřítka či spíše normy úspěchu vyjednávaly skrze interakci, byla situace, kdy moderátoři (M1, M2) vyzvali respondenty jedné z focus groups (R1-R12), aby společně popsali a posléze i nakreslili, jak vypadá úspěšný člověk:

M1: My jsme se ještě chtěli zeptat, když vlastně se řekne úspěšný člověk, jak vypadá, popište mi ho. (...) M1: Já jsem chtěla, tamhle mám nalepený papír na zdi teda a já bysem chtěla toho úspěšného člověka nakreslit. Jak by vypadal? M2: Jak ho poznáme? M1: Jak ho poznáme? M2: Kdyby někdo šel po ulici?

V poměrně živé debatě, která po této výzvě následovala, zaznívaly různé uvažované atributy toho, jak vypadá úspěšný člověk:

R3: Se usmívá, vypadá spokojenej, určitě není osamělej.

R2: Má určitě obě ruce a obě nohy, si myslím.

M2: Že je zdravěj?

M1: No, co ještě?

R2: I když můžou bejt takový, že budou šťastný a nemusej bejt.

Je zajímavé, že těmi, kdo diskusi vraceli zpátky k typickým rekvizitám úspěšného člověka, byli moderátoři:

M1: Tak co ještě? Možná nějaký vlasy. Tak co ještě úspěšnej člověk? Jde po ulici a jak poznáte, že je úspěšnej? Usmívá se, to je myslím dobrý. Co ještě?

R2: No je to těžký, no. Může bejt úspěšnej a bude mít oblek a kravatu a může bejt úspěšnej a... To se nedá takhle popsat.

R1: Nebo může bejt klidně opilej a může se usmívat.

R2: Může bejt taky úspěšnej, třeba vyhrál někde.

M1: Dobře, ale ten oblek a kravata je pro nás asi trochu jakoby jistota, že je určitě úspěšnej.

R9: Nějaká image.

Nejlépe rozdíl mezi oběma pojetími vystihla poslední poznámka respondentky R9, která vnější atributy úspěchu, na které položila důraz moderátorka M1 (vlasy, oblek, kravata), nazvala „image“. Naopak to, na co kladli důraz ve výše uvedených citacích respondenti (radost – úsměv, spokojenost, neosamělost, zdraví), jsou kvalitativně odlišné jevy, které bychom nenazývali *image*, ale spíše *předpoklady vedoucí k úspěchu* (např. zdraví) a *prožitky spojené s úspěchem* a jejich vnější projevy (dobrá nálada, přízeň ostatních lidí, pocit spokojenosti).

Naopak, když byli respondenti opětovně dotazováni na to, co je společností pokládáno za úspěch, často si ve svých reakcích vypomáhali vtípem nebo ironií. Tak lze rozumět například tvrzení jednoho respondenta, že úspěch znamená „mít o třicet let mladší manželku“. Tento jeho výrok nelze interpretovat jako jeho vlastní měřítko úspěchu, s nímž by se ztotožňoval, ale spíše jako narážku na životní styl některých „elit“.

Větší prostor k vyjádření svého chápání úspěchu dostali respondenti tehdy, když se jich moderátoři ptali, co pro ně znamená „mít se dobře“. To respondenti ještě méně než být úspěšný spojovali s tím, že by člověk měl nějakým způsobem společensky vyčnívat z hlediska svého postavení, majetku a podobně. Samozřejmě že je z jejich výpovědí patrné, že by na tom rádi byli lépe, co se týče příjmů a majetku, ale atributy „dobrého živobytí“ jsou pro ně mnohem obvyklejší, takové, které jsou dosažitelné jim samotným a kterými tudíž mohou činit legitimním svůj vlastní každodenní život a to, o co se v něm sami snaží. Zmiňovali proto opět takové hodnoty, jako jsou zdraví, spokojenost, zaměstnání (téměř jakékoli, důležité je „mít na chleba“, není nutné mít „10 miliónů na kontě“) a s tím spojený dostatek peněz na základní potřeby. Mít se dobře znamená pro respondenty „žít v rovnováze“, nemít „ani málo ani moc“. V těchto výpovědích je přítomen velmi silný legitimizační potenciál, snaha ukázat moderátorům i ostatním účastníkům diskuse, že to jak žijí oni, i když nejsou žádné „celebrity“ ani „boháči“, je v pořádku.

## Předpoklady úspěchu

Hlavní debata ohledně toho, jaké předpoklady jsou důležité pro dosažení úspěchu, se, především díky otázkám, které byly respondentům položeny, rozvíjela nad tématy *vzdělání a známosti*. Sférou, pro kterou se oba dva tyto předpoklady ukázaly pro respondenty jako významné, byla oblast *zaměstnání*. Opět se zde však v duchu toho, co bylo řečeno již dříve, responden-

tům nejednalo o úspěch ve smyslu dosažení kariéry, mocenského postavení v zaměstnání, nebo snad nadprůměrných příjmů. Jejich představa úspěchu v tomto směru měla zcela obvyčné rozměry spočívající v možnosti udržet si stávající zaměstnání v situaci hrozícího propouštění, nebo najít si nové zaměstnání, pokud o něj v minulosti přišli.

Vzdělání v tomto ohledu z hlediska respondentů hraje menší roli než to, když má člověk nějakého známého, který mu zaměstnání sežene, respektive když je „za dobře“ se svými nadřízenými, což mu umožní, aby se jeho případné propouštění dotklo až na posledním místě. Jedna z respondentek například popisovala zkušenost ze svého zaměstnání (pracuje jako hradlařka v dole), kterou ostatní respondenti hodnotili jako extrémní, ale nijak zvlášť se nad ni nepozastavovali. Hovořila o kolegyni, která „spí“ se všemi svými nadřízenými:

R16: A máme tam právě jednu kolegyni a jako ta, už jsme včera s tou druhou počítaly, s kým ještě ona na vedení nespala, protože opravdu ona už má celou šachtu podepsanou, jako všechny hradla. No jde si za tím prostě. Ale teď ona vlastně má tu jistotu, protože má všechny vlastně uděláno, takže ona teda tu jistotu má, že jí jen tak asi nepropustí, protože má všechno.

Jiná respondentka naopak popisovala situaci, kdy se jejímu synovi nakonec po dlouhé době podařilo „záračně“ najít po skončení studia zaměstnání, přestože v dané firmě, která ho zaměstnala, neměl žádné známé:

R17: Snažil se shánět, ať hledal, jak chtěl, a nešlo to, vůbec nikde, jezdili jsme, dávali jsme životopisy a tak, jak říkáte známosti, tak já jsem se toho taky bála, protože absolutně nemohl sehnat tady práci. Nakonec jsme šli dvakrát vlastně na rafinérskou tady, což je docela velké podnik, udělal konkurs, nevzali ho, tak jsem si říkala, aha, musí bejt nějaká tlačěnka nebo něco, pozvali ho podruhé, že teda ho vezmou, jakmile se uvolní jiné místo, že teda byl vzatej jinej, vhodnější kandidát. A dostal se tam na potřeť, a když s někým mluvím, tak nikdo mi vůbec nevěří, že se tam dostal bez protekce, takže já jako nemůžu říct, já jsem úplně přesvědčená, že dostal dobrou práci, kvalitní a bez protekce, takže.

A i třetí respondentka, která pracuje jako dělnice v továrně na hygienické potřeby, popisovala, jak, když se jí podařilo si toto zaměstnání najít, musela přesvědčovat své známé o tom, že to skutečně nebylo na základě známosti, ale proto, že prostě „měla štěstí“. I když někteří respondenti uznávali, že v praxi je možné někdy najít zaměstnání i bez známostí (protekce, „tlačěnky“), zároveň deklarovali existenci všeobecného přesvědčení o tom, že známosti jsou při hledání a udržování zaměstnání v naší společnosti zcela klíčové a nenahraditelné.

Status vzdělání byl ve výpovědích respondentů jiný. Nikdo z nich nezpochybňoval, že je vzdělání pro život důležité. Všichni respondenti, kteří mají děti, hovořili o tom, že je podporují ve studiu, nebo že litují toho, že jejich děti studium neabsolvovali, ať už z vlastní vůle nebo kvůli jeho finanční náročnosti. Zároveň však zcela otevřeně hovořili o tom, že známosti a protekce mají při hledání zaměstnání větší váhu než vzdělání a že, pokud se bude rozhodovat o dvou adeptech na totéž místo, nezvítězí zpravidla ten s lepšími předpoklady (vzdělanější, kvalifikovanější), ale ten, který má v dané firmě nebo instituci patřičné konexe. Takže, zatímco známosti byly prezentovány jako něco, co lze využít k úspěchu přímo, vzdě-



lání je naopak dlouhodobou investicí, která nevede bezprostředně k úspěchu. Tento moment byl o něco silnější v případě respondentů s nižším vzděláním, lze ho však vysledovat i ve skupině kvalifikovaných respondentů.

## Kdo jsou ti úspěšní

Respondenti v zásadě odlišovali jen několik málo kategorií lidí, kteří podle nich dosáhli úspěchu v očích celé společnosti. Nejčastěji to byli v jejich představách politici a manažeři, dále pak také někteří podnikatelé. Okrajově zmiňovali rovněž sportovce a také lékaře, u nichž však dávali najevo, že jsou si vědomi inkonsistence jejich statusu ve smyslu rozdílu mezi prestiží respektive významem jejich povolání pro společnost a výší jejich příjmů v porovnání s ostatními jmenovanými skupinami.

Kromě těchto kategorií vzešlých z tradičního chápání úspěchu coby konglomerátu moci, majetku a prestiže však respondenti byli schopni aplikovat na kategorii úspěchu také svá vlastní měřítka, relativní měřítka, když hovořili nikoli o tom, koho považuje za úspěšného tato společnost, ale o svých vlastních příkladech úspěšných lidí. V takových situacích vycházeli v očích respondentů jako úspěšní nikoli reprezentanti elit, ale lidé, jejichž celková situace byla mnohem bližší té, v nichž se nacházeli sami respondenti, s nimiž se dokázali oni sami identifikovat. Byli to zpravidla ti, kdo se museli v životě vyrovnávat s nějakým znevýhodněním, nebo lidé, jejichž úspěch byl výrazný v porovnání s výchozími podmínkami, z nichž vzešli. Typickým příkladem byl bratr jednoho respondenta, který navzdory tomu, že je na vozíčku, žije sám a žije se vlastní prací. Dalšími příklady byli chovanec dětského domova, který se po dosažení dospělosti dokázal začlenit do běžného života, skupina Vietnamců žijících v Česku, kteří usilovně pracují a jejichž děti studují na českých školách, nebo bezdomovkyně, která se zvládla ze své situace dostat vlastním úsilím:

R17: Tam u nás v Litvínově byla bezdomovkyně, každé den spala před poliklinikou, jezdila jenom na kole, neměla nic. Dneska kdybyste jí viděli, taky se z toho vyhrabala sama, roznáší letáky, hledá každou korunu, takže já bych nemohla, řeknu právě, že si to člověk zavinil sám, protože vidím, že ona se snažila natolik, že se z toho dostala pryč.

Jak je vidět, příklady úspěšných lidí, které uváděli respondenti, se výrazně liší od konvenčních představ moderátorů. Žádný z uvedených příkladů s sebou nenesl prvky „image“ tzv. úspěšných lidí, úspěch se v tomto případě neměří vlastnictvím drahých movitých věcí (automobilu, spotřební elektroniky, oblečení a podobně), ani nějakou výjimečnou pozicí v zaměstnání nebo ve společnosti jako celku. Kritéria úspěchu nejsou z pohledu respondentů absolutní, tzn. měřitelná např. velikostí částky na bankovním účtu nebo cenou vlastněné nemovitosti), ale vždy relativní, vztažená k výchozí pozici každého takto „úspěšného“ jedince. Zároveň respondenti uplatňovali „měkkí“ kritéria úspěšnosti založená na sociálních identitách jedinců, čili na tom, zda dotyčný jedinec je například muž nebo žena, zda je zdravý či nemocný, jakého etnika či barvy pleti je a podobně. To znamená, že nějaký počin byl považován za úspěch nikoli sám o sobě, ale skrze uvědomění si toho, že dotyčný člověk je například zdravotně hendikepovaný, že vyrůstal mimo rodinu, nebo že je to cizinec, který přišel žít do České republiky z jiné země.

## Kritéria hodnocení úspěchu

Ke dvěma chápáním úspěchu, tj. *vnějšímu* (to znamená, koho podle respondentů považuje za úspěšného společnost) a *vnitřnímu* (s jakým typem úspěchu se ztotožňují sami respondenti) se vztahovala poněkud odlišná kritéria hodnocení. Jinými slovy, respondenti jim přisuzovali kladné či záporné znaménko různým způsobem. V případě společenských elit (politiků, manažerů, podnikatelů) si všimli toho, zda tyto elity dosáhly úspěchu (majetku, moci, prestiže) *pocitivým* či *nepocitivým* způsobem. Je třeba říci, že v názorech respondentů převládal vůči těmto elitám spíše kritický tón a malá míra identifikace. V případě politiků byl pocit, že se jedná o skupinu, která své výsadní postavení využívá nelegitimním způsobem, dokonce zcela dominantní. Pro označení politických a ekonomických elit, které své mocenské postavení zneužívají podle názoru respondentů k vlastnímu obohacování (prostřednictvím korupce – zmanipulovaných výběrových řízení, tunelování, lobbingu) a jsou vzájemně propojené klientskými vztahy, používali respondenti výrazy „malíčká mafie“ a „nechtuná skupina nahoře“.

Kritériem, které mělo podobný hodnotící záběr jako poctivost-nepoctivost, bylo to, zda respondenti vnímali něčí úspěch jako *zasloužený* či *nezasloužený*. Toto hodnotící kritérium šlo napříč různými vrstvami společnosti, o nichž respondenti hovořili. Zasloužené tak mohly být vysoké příjmy vrcholových manažerů prosperujících firem (podle něкого např. mzda ředitele společnosti ČEZ), příjmy lékařů a pracovníků v jiných náročných profesích, nebo materiální bohatství některých řadových podnikatelů vykoupené tím, že jsou v zaměstnání „od nevidím do nevidím“. Pro posouzení zaslouženosti úspěchu všeho druhu bylo rozhodující to, zda dotyčný člověk musel vynaložit nějaké úsilí, zda se musel či nemusel snažit, aby svého příjmu majetku nebo postavení, či obecně uspokojivé životní situace dosáhl. Kritizováni tak byli stejně tak manažeři krachujících firem, kteří si vyplácejí vysoké mzdy a „zlaté padáky“, jako příjemci sociálních podpor a dávek, kteří si nehledají zaměstnání a využívají různé možnosti, jak obejít kontrolní mechanismy, nebo si ještě více přilepšit (např. rodiče, kteří dávají své děti do pěstounské péče prarodičům, protože na ně lze tak získat vyšší dávky).

## Neúspěch

Tím jsme se dostali na opačný konec pomyslného společenského žebříčku, a sice k tomu, které kategorie lidí respondenti považovali za neúspěšné, jak je definovali, jaká měřítka neúspěchu na ně aplikovali a podle čeho je hodnotili. Toto téma je natolik rozsáhlé, že by si zasloužilo celý samostatný text.

Jako skupinu na nejnížší příčce pomyslné sociální struktury na dotaz moderátorů respondenti definovali ty lidi, kteří mají tak nízké příjmy, že jim nevystačí ani na pokrytí nezbytných životních nákladů, takže jsou nuceni se buď zadlužovat, nebo snižovat svůj životní standard a stávat se závislými na pomoci ostatních. Na konci této sestupné trajektorie pak stojí bezdomovci. I zde respondenti používali kritéria hodnocení, dokonce podobná jako v případě úspěchu. Rozlišovali, kdo si svou situaci přivodil sám, protože se dostatečně nesnažil, a komu k ní napomohly okolnosti (např. hromadné propouštění nebo zdravotní hendikep), se kterými se nedokázali vypořá-

dat. Důležité pro hodnocení této situace z pohledu respondentů bylo to, zda se neúspěšný člověk snaží svou situaci změnit k lepšímu, nebo zda je pasivní a pouze přijímá pomoc a „nadává na poměry“. Snahou lze i neúspěch přeměnit v relativní úspěch, jak o tom svědčily výše zmíněné příklady úspěchu, které respondenti uváděli.

Skupinami, na nichž lze tento přístup dobře ilustrovat, jsou Romové a Vietnamci, jejichž srovnání se ve dvou ze tří rozhovorů objevilo. U obou dvou skupin respondenti vnímali obtížnou startovní pozici pro dosažení úspěchu. V případě Romů zmiňovali na prvním místě barvu pleti a dále chybějící motivaci ze strany rodiny. U Vietnamců nehrála tak velkou roli jejich vnější odlišnost, jako spíše kulturní rozdíly a jazyková bariéra. Co však v očích respondentů obě skupiny výrazně odlišovalo, byla snaha o zlepšení situace a dosažení úspěchu na straně Vietnamců a pasivita a absence takovéto snahy na straně Romů. Měřítkem pro respondenty bylo pracovní nasazení a zájem o dosažení vyššího vzdělání v generaci dětí. Romové v obou ohledech vycházeli pro respondenty jako ti horší, k čemuž se ještě přidala údajná snaha některých z nich zlepšovat si svou situaci nepoctivým způsobem. Kritérium poctivosti-nepoctivosti se tak objevilo na obou dvou koncích sociální hierarchie, jak u nepoctivých elit („nechutné třídy nahoře“), tak i u nepoctivých příjemců sociální pomoci státu. Někteří respondenti dokonce dávali tyto dvě, z hlediska konvenčního chápání sociální struktury na hony vzdálené, kategorie lidí do jedné přihrádky, a sice jako ty, kteří „vysávají“ tento stát pro svůj vlastní osobní prospěch. Pro některé respondenty pojem „malinká mafie“ zahrnoval celou takto širokou škálu lidí, od manažerů a státních úředníků, kteří praktikují korupční jednání, až po lidi neoprávněně pobírající dávky a jezdící přitom v drahých autech.

## Vnímání sociální struktury

To, co navenek vypadá jako pouhé reakce na zvědavé otázky moderátorů, ve skutečnosti plní v konkrétní situaci výzkumných rozhovorů důležitou sociální funkci. Respondenti nejen že skrze výpovědi o svém pohledu na uspořádání společnosti, na to, kdo v ní je „nahore“ a kdo „dole“, vytvářejí pro moderá-

tory a ostatní účastníky diskuse svůj obraz tohoto uspořádání, v rámci něhož se také nějakým způsobem zařazují. Současně s tím využívají této příležitosti k tomu, aby svou pozici v takto kooperativně, skrze interakci vytvořeném schématu sociální struktury vysvětlili a obhájili. Cílem této obhajoby je ukázat publiku, že oni, navzdory různým omezením a vlivům, nad nimiž nemají zcela kontrolu, vedou „správný život“. Přitom kritéria a měřítka toho, co v dané situaci znamená vést ten správný život, se rovněž definují přímo na místě. Každý člověk totiž disponuje určitým „repertoárem identit“ [srovnej Amara, Schnell 2004], z nichž se vždy snaží zvolit tu, která je nejměřenější dané sociální situaci. V tomto případě je smyslem volby příslušné identity překonat větší (v případě dělníků) či menší (v případě kvalifikovaných „profesionálů“) sociální rozdíl mezi respondenty a moderátory, zdůraznit sdílené hodnoty a naopak potlačit předpokládané zdroje rozporů. Totéž dělali také moderátoři směrem k respondentům.

Výsledkem skupinových rozhovorů v rámci tohoto výzkumu bylo vytvoření poměrně komplexního schématu sociální struktury, v němž na všech úrovních figurují skupiny aktérů, které svou pozici v této struktuře získaly poctivým či nepoctivým způsobem, zaslouženě či nezaslouženě. Respondenti se vymezují celkově příznivěji k těm skupinám, jejichž pozice je nějakým způsobem souměřitelná s tou, kterou vnímají jako svou vlastní. Respondenti s dělnickými profesemi zařazovali sami sebe někam „těsně nad“ skupinu, kterou vnímali jako chudou, mající problémy se zajištěním základních zdrojů obživy. Dávali tím najevo, že oni jsou ti, kteří se „drží nad vodou“ na rozdíl od těch, kteří „klesají ke dnu“. Naopak respondenti, kteří měli středoškolské nebo vysokoškolské vzdělání a vykonávali kvalifikovanou práci („profesionálové“), sami sebe definovali jako „střední vrstvu“, čímž se de facto stavěli na roveň moderátorům diskuse. Příslušníci všech skupin respondentů bez rozdílu se pak vymezovali pozitivně jako ti, kteří se snaží „mít se dobře“ podle svých vlastních skromných měřítek, a naopak negativně vůči těm, kteří chápou úspěch jako dosažení maximálního zisku i za cenu porušování pravidel. Do této skupiny jim spadala velká část politických a ekonomických elit, čili „těch nahoře“.

- Amara, M., I. Schnell. 2004. „Identity repertoires among Arabs in Israel”. *Journal of Ethnic and Migration Studies* 30 (1): 175-193.
- Andrle, V. 2001. *Narrativisms in Sociological Work with Life Stories: Critics and Advocacy*. [online]. <http://www.andrle.org.uk/narrativisms.html>.
- Gubrium, J., J. Holstein. 1997. *The New Language of Qualitative Method*. Oxford: Oxford University Press.
- Gubrium, J., J. Holstein. 2008. *Analyzing Narrative Reality*. London: SAGE Publications.
- Harris, S. R. 2001. „What Can Interactionism Contribute to the Study of Inequality? The Case of Marriage and Beyond”. *Symbolic Interaction* 24: 455-480.
- Harris, S. R. 2003. „Studying Equality/Inequality: Naturalist and Constructionist Approaches to Equality in Marriage”. *Journal of Contemporary Ethnography* 32 (2): 200-232.
- Katrňák, T., P. Fučík. 2010. *Návrat k sociálnímu původu: vývoj sociální stratifikace české společnosti v letech 1989 až 2009*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. Masarykova Univerzita.
- Machonin, M., M. Tuček. 1996. *Česká společnost v transformaci: k proměnám sociální struktury*. Praha: SLON.
- Miller, R. 2000. *Researching Life Stories and Family Histories*. London: Sage Publication.
- Morgan, D. L. 1996. „Focus Groups”. *Annual Review of Sociology* 22: 129-152.
- Morgan, D. L. 2001. *Ohniskové skupiny jako metoda kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Albert.
- Šanderová, J. 2000. *Sociální stratifikace: problém, vybrané teorie, výzkum*. Praha: Karolinum.
- Šanderová, J., O. Šmídová a kolektiv. 2009. *Sociální konstrukce nerovností pod kvalitativní lupou*. Praha: SLON.
- Tuček, M. (ed.) 2008. *Soudržnost v diferencující se společnosti*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

*Mgr. Ivan Vodochoďský, PhD. (\*1974) vystudoval biografickou sociologii na Fakultě sociálních věd UK, kde působil v letech 1997 až 2008 jako vědecký a pedagogický pracovník. Věnoval se metodám výzkumu, analýze biografii a genderu, specificky oblasti mužských studií. Publikoval rovněž na téma sociálních nerovností. V současnosti pracuje jako mediální analytik společnosti Newton Media a dále se věnuje sociologickému výzkumu. Lze jej kontaktovat na adrese: [i.vodo@seznam.cz](mailto:i.vodo@seznam.cz)*

## poznámky

- <sup>1</sup> Práce na této stati byla umožněna díky grantové podpoře projektu *Od destratifkace ke stratifikaci? Vývoj sociálně stratifikačního systému v České republice 1991-2009* (GAČR 403/08/0109).
- <sup>2</sup> Lze však odkázat na celou řadu prací, které se této problematice v rámci tuzemské sociologické literatury v potřebném rozsahu a s velkou erudicí věnují, např. Machonin, Tuček a kol. [1996]; Šanderová [2000]; Tuček [2008]; Katrňák, Fučík [2010] a další.
- <sup>3</sup> Výběrový soubor tvořily dvě skupiny respondentů, kteří byli příslušníky dělnických profesí (dělník – operátor výroby, uklízečka, prodavačka apod.) a jedna skupina kvalifikovaných lidí („profesionálů“) se středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním (např. policista, úřednice magistrátu, účetní, knihovnice, kontrolor kvality apod.). S výjimkou jedné podnikatelky byli všichni v zaměstnaneckém poměru. Mezi „dělníky“ byli v malé míře zastoupeni i lidé momentálně bez zaměstnání, ve větší míře ti, kteří měli s nezaměstnaností vlastní zkušenost, nebo zkušenost zprostředkovanou, např. skrze svého partnera nebo jiného rodinného příslušníka. Necelé dvě třetiny

respondentů tvořily ženy (20), mužů bylo celkem jedenáct. Věkový průměr respondentů byl přibližně 40 let (u některých nebyl údaj o věku uveden), nejmladšímu z respondentů bylo 26 let, nejstaršímu kolem 50 let. Téměř všichni respondenti byli zadaní a měli vlastní děti nebo vychovávali děti svých partnerů.

<sup>4</sup> Na jednu stranu je to samozřejmě nevýhoda, zároveň to však umožňuje více se oprostit od očekávání předem vkládaných do výpovědí respondentů, které se pochopitelně ne vždy podařilo naplnit. Při pohledu z vnějšku se také lépe vyjeví některé nedostatky, které provedené rozhovory vykazují.

<sup>5</sup> Jedná se tedy o obdobný konstruktivistický „narativistický“ přístup k výzkumnému rozhovoru, o jakém hovoří v souvislosti s biografickým výzkumem Robert Miller [srovnej Miller 2000] jehož definici dále zpřesňuje Vladimír Andrle [Andrle 2001].