

Joanna Zalewska 

Akademia Pedagogiki Specjalnej im. Marii  
Grzegorzewskiej

## Podłączeni pod społeczeństwo mody: udomawianie telewizora a kształtowanie się mody w Polsce Ludowej. Analiza materiałów z badań nad stylami życia Andrzeja Sicińskiego (1978-82)<sup>1</sup>

DOI: <http://dx.doi.org/10.18778/1733-8069.14.4.10>

**Abstrakt** Celem artykułu jest odpowiedź na pytanie, w jaki sposób udomawianie telewizora oddziaływało na kształtowanie się mody jako regulatora praktyk społecznych w okresie późnego PRL-u. Pozwoli to zrozumieć, jaka była rola telewizora i oglądania telewizji w procesie powstawania społeczeństwa konsumpcyjnego, w którym moda odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu ludzkich zachowań. Analizie poddano materiały zebrane w badaniach nad stylami życia pod kierunkiem Andrzeja Sicińskiego w latach 1978–1982 w czterech miastach. Telewizor jako przedmiot wpływał na przekształcanie układu przestrzeni mieszkania zgodnie z aktualnie lansowanymi wzorami. Telewizor „sprawiał”, że dom stawał się podporządkowany praktyce oglądania telewizji, stojąc w centralnym punkcie głównego pokoju, otoczony przez meble służące siedzeniu i oglądaniu. Dominacja telewizora oraz oglądania telewizji jako najważniejszej praktyki podejmowanej w domu wywoływała opór obyczaju – wyrażony przede wszystkim w nawykach kobiet, które nie mogły oglądać beczynnym. Modzie jako regulatorowi codziennych praktyk stawiała opór również gospodarka niedoboru. Telewizor jako medium umożliwiał podłączenie pod społeczeństwo mody i odbiór przekazywanych przez telewizję wzorów zachowań. Ciągłe podłączenie, gdy telewizor działał nieoglądany, stanowiło stałe źródło nieświadomego przejmowania wzorów. Treści odbierane świadomie były dyskutowane i negocjowane w ramach grupy pierwotnej.

**Słowa kluczowe** moda, udomowienie technologii, telewizor, praktyki społeczne, analiza jakościowych danych zastanych

W społeczeństwach nowoczesnych praktyki życia codziennego reguluje moda, czyli społeczne naśladownictwo obserwowanych wokół

<sup>1</sup> Prace nad artykułem były finansowane z grantu NCN/HS6/04811 Sonata „Rewolucja konsumpcyjna w Polsce”.

wzorów zachowań. W procesie rewolucji konsumpcyjnej, która wybuchła w krajach Europy Zachodniej w XVIII wieku wraz z rozwojem krajowych rynków, moda – jako społecznie zorganizowana forma konsumpcji – zastąpiła zakaz w małych lokalnych

**Joanna Zalewska**, doktor socjologii (listopad 2009), a także antropolożka kulturowa i psycholożka. Pracę doktorską pt. „Człowiek stary w kulturze młodości. Badania wielostanowiskowe wśród warszawskich seniorów” napisała pod kierunkiem prof. dr hab. Elżbiety Tarkowskiej. Od października 2010 pracuje na stanowisku adiunkta w Akademii Pedagogiki Specjalnej im. Marii Grzegorzewskiej w Katedrze Socjologii Kultury Instytutu Filozofii i Socjologii. Jest laureatką nagrody PTS im. Stanisława Ossowskiego za 2016 rok za książkę „Człowiek stary wobec zmiany kulturowej. Perspektywa teorii praktyk społecznych” (Scholar, 2015). Obszar zainteresowań naukowych: kształtowanie się mody i rewolucja konsump-

cyjna w Polsce, udomawianie technologii, problematyka starości w kontekście przemian kulturowych (przejście modernizacyjne i wyłanianie się późnej nowoczesności), przemiany więzi społecznych, życie codzienne, etnograficzne badania terenowe.

### **Adres kontaktowy:**

Instytut Filozofii i Socjologii WSNS  
Akademia Pedagogiki Specjalnej  
im. Marii Grzegorzewskiej  
ul. Szczęśliwicka 40, 02-353 Warszawa  
pokój 2109  
e-mail: joanna.marta.zalewska@gmail.com

społecznościach oraz regulatywne prawo ukształtowane w społeczeństwach feudalnych (Appadurai 2005). Następnie, praktyki charakterystyczne dla konsumpcji zaczęły obejmować coraz szersze sfery życia społeczeństw nowoczesnych, Arjun Appadurai nazywa to zjawisko rewolucją konsumpcji, która jego zdaniem wydarzyła się w latach 70. XX wieku. Odtąd żyjemy w społeczeństwie konsumpcyjnym, w którym konsumpcja jest główną aktywnością jego członków. Diagnoza Gillesa Lipovetskiego (1987) jest bliska powyższej: społeczeństwo współczesne to społeczeństwo mody, która pierwotnie regulowała zachowania związane z ubiorem, a obecnie rządzi wszystkimi sferami życia społecznego – gospodarką, mediami, życiem codziennym. Cechami charakterystycznymi mody są zmienność – zinstytucjonalizowane wprowadzanie nowości w odstępach czasowych, krótkotrwałość zainteresowania nowymi trendami, wpływ poprzez uwodzenie, drobne różnice pomiędzy wprowadzаныmi nowościami.

Artykuł ten jest częścią szerszego projektu badawczego na temat przebiegu rewolucji konsumpcyjnej w Polsce (Zalewska 2011; 2014; 2015; 2017). Pojęcie rewolucji konsumpcyjnej odnosi się do modelu teoretycznego ujmującego przejście od społeczeństw tradycyjnych do społeczeństw nowoczesnych z punktu widzenia gospodarki i konsumpcji. Jest to teoria uniwersalna w tym znaczeniu, że we wszystkich społeczeństwach nowoczesnych zachodzi przejście, dzięki któremu moda, czyli społeczne naśladownictwo, zaczyna rządzić konsumpcją. Jednakże, w różnych społeczeństwach przejście to miało różny przebieg i czynniki. Pojęcie rewolucji konsumpcyjnej ujmuje rzeczywistość z pewnej perspektywy, sama rzeczywistość jest zawsze bardziej złożona niż teoria. Zestawienie modelu teoretycznego rewolucji konsumpcyjnej z materiałami z badań pozwala zobaczyć alternatywny przebieg i czynniki, a w związku z tym wzbogacić teorię, która powstała na podstawie badań nad rewolucją konsumpcyjną w krajach Europy Zachodniej.

W Polsce rewolucja konsumpcyjna, czyli proces kształtowania się mody jako mechanizmu rządzącego konsumpcją na masową skalę, miała miejsce po II wojnie światowej, w okresie ustroju socjalistycznego. Ważnymi czynnikami jej wybuchu były państwowa propaganda postępu i udomowienie technologii (Zalewska 2017), obok mobilności społecznej, rozwoju gospodarki pieniężnej i zaniku analfabetyzmu (Appadurai 2005). Rewolucja konsumpcyjna w rozumieniu ekonomicznym, jako wzrost wydatków gospodarstw domowych na dobra produkowane przemysłowo oraz wzrost wymiany rynkowej opartej na gospodarce pieniężnej (McKendrick, Brewer, Plumb 1982) została zahamowana ze względu na niewydolność centralnie sterowanej gospodarki kraju socjalistycznego (Giza-Poleszczuk 2002). Jednakże rewolucja konsumpcyjna rozumiana w kategoriach socjologicznych jako przejście do mody jako regulatora konsumpcji dokonała się do końca lat 60. XX wieku (Zalewska 2017), ponieważ wtedy moda zaczęła powszechnie rządzić pragnieniami: wszyscy Polacy – jak donoszą ówczesne felietony – pragnęli osiągnąć taki standard życia, jak w krajach zachodnich<sup>2</sup>.

Wśród udomawianej w okresie powojennym technologii, szczególną rolę w kształtowaniu mody jako regulatora konsumpcji – a nawet szerzej – regulatora praktyk życia codziennego – odegrało udomowienie telewizora. Na początku lat 60. XX wieku

<sup>2</sup> Maciej Gdula w wywiadzie dla *Krytyki Politycznej* twierdzi, że „nastąpiła olbrzymia zmiana wyobrażeń kulturowych między latami 60. a 70. Tąpnięcie” (2014). Wiąże ten proces z odchodzeniem partii komunistycznej od polityki egalitaryzmu (Gdula 2014). Z kolei moje analizy (Zalewska 2017) i Patryka Pleskota (2007) wskazują na dużą rolę oglądania zachodnich filmów w telewizji w procesie rozwoju zindywidualizowanych pragnień konsumpcyjnych i związanych z nimi aspiracji życiowych.

znikomy procent gospodarstw domowych posiadał odbiorniki telewizyjne, wysycenie rynku telewizorem dokonało się dopiero na początku lat 80. (Schmidt, Skowrońska 2016). Jednakże – o ile na początku lat 60. telewizję oglądali przede wszystkim młodzi mieszkańcy miast i inteligencja, o tyle pod koniec lat 60. już wszyscy (Kurz 2008). Oglądano w grupie: u znajomych, rodziny, sąsiadów. W latach 60. XX wieku telewizja polska nadawała wiele amerykańskich filmów, służyła wtedy w dużej mierze celom rozrywkowym, władze zaczęły blokować emisję zachodnich filmów dopiero w latach 70. (Pleskot 2007). W związku z tym w latach 60. telewizja pełniła rolę reklamy amerykańskiego standardu życia i stała się ważnym kanałem, poprzez który moda mogła oddziaływać na publiczność (Zalewska 2017).

David Morley (1992) zalecał badać czynność oglądania całych rodzin, a nie jednostek, ażeby zrozumieć społeczny kontekst domowego życia codziennego. Ja zrobię krok dalej, zauważając, że na życie codzienne składają się nie tylko czynności ludzi, ale raczej – jak pokazuje nam paradygmat praktyk społecznych – relacje ludzi i nie-ludzi. Marlyne Sahakian i Harold Wilhite (2013) piszą o rozproszonej sprawczości w praktykach społecznych, która mieści się w trzech sferach: 1) w świecie materialnym: w technologii i infrastrukturze materialnej; 2) w ciele człowieka: jego procesach umysłowych i wcielonych dyspozycjach; 3) w świecie społecznym: normach, wartościach i instytucjach.

Celem tego tekstu jest odpowiedź na pytanie, w jaki sposób udomowianie telewizora oddziaływało na kształtowanie się mody jako regulatora

praktyk społecznych. Pozwoli to zrozumieć, jaka była rola telewizora i oglądania telewizji w procesie powstawania kultury konsumpcyjnej, w ramach której moda odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu ludzkich zachowań. Mówiąc o udomawianiu, mam na myśli proces ciągły, nie tylko wkroczenie telewizora do domu badanych, ale również jego użytkowanie, bowiem jest to proces ciągłej negocjacji pomiędzy gestami i umiejętnościami domowników, infrastrukturą materialną i znaczeniami nadawanymi praktykom korzystania z danej technologii (Hand, Shove 2004; 2007). Analizować będą materiały zebrane w 72 rodzinach, w socjologicznych jakościowych badaniach życia codziennego w czterech miastach w Polsce na przełomie lat 70. i 80. XX wieku (Roos, Siciński [red.] 1987), kiedy to większość gospodarstw domowych posiadała czarno-biały telewizor, zaś luksusem były wkraczające na rynek kolorowe telewizory (Wasiaś 2015b). W tym okresie kultura oglądania telewizji w Polsce była już ukształtowana, praktyki oglądania w tym okresie do złudzenia przypominają te uchwycone w badaniu etnograficznym na początku XXI wieku (Halawa 2006).

Używam rozróżnienia Rogera Silverstone'a (1994) na telewizor jako przedmiot (*object*) i telewizor jako medium, bowiem udomowienie telewizora stymulowało przejście do mody jako regulatora praktyk w dwojaki sposób. Samo wkroczenie telewizora jako przedmiotu do przestrzeni domowej, niejako „zmuszało” jego posiadaczy do nowej organizacji przestrzeni mieszkania, którą podpowiadała – z jednej strony – budowa i funkcja telewizora, czyli moda materialna (Dant 2007; Zalewska 2011). Z drugiej strony, podpowiadało wnętrza domów

z telewizorem widziane u rodziny, kolegów, sąsiadów, wreszcie w samej telewizji – jest to moda jako społeczne naśladownictwo. Z kolei telewizor jako medium stanowił podstawowy kanał, poprzez który moda mogła oddziaływać na jego widzów. Proponuję tutaj zastosować kategorię „podłączenia” (*wired*), aby podkreślić, że widzowie zwykle oglądali program „jak leci”, przez większość czasu nie uważnie, ale cały czas pozostawali „podłączeni” – w gotowości do odbioru płynących z telewizora treści<sup>3</sup>. Ponadto udomowienie telewizora – zarówno jako przedmiotu, jak i medium – zmieniało codzienne praktyki towarzyskości, telewizor w tych praktykach towarzyskości niejako „uczestniczył”. W literaturze zwracano uwagę, że udomowienie telewizora sprawiało, że rodzina staje się bardziej domocentryczna, zamknięta w domu fizycznie, a jednocześnie otwarta na świat poprzez telewizor – to, co publiczne jest doświadczane w sferze prywatnej – udomowione (Morley 1992; Silverstone 1994). Analizowany tu materiał pokazuje coś więcej: ponieważ spotkania rodzinne i towarzyskie odbywały się wokół telewizora, to byciu razem i zabawie stale towarzyszył przekaz wzorów zachowań do naśladowania, których przejmowanie częściowo odbywało się nieświadomie a częściowo było poddane negocjacom w dyskusjach rodzinnych – w taki sposób telewizor stanowił kanał mody.

W części drugiej artykułu pokrótce przedstawię kontekst analiz, czyli kształtowanie się mody jako

<sup>3</sup> Z punktu widzenia nadawców programów stałe podłączenie publiczności pod telewizor opisuje kategoria „flow” (Williams 1974), tłumaczona na język polski jako „odbiór strumieniowy” (Mateja-Jaworska 2013).

regulatora praktyk w Polsce. W części trzeciej omówię problemy i korzyści związane z analizą danych zastanych, w tym przypadku materiałów z badań nad stylami życia. Wreszcie, w części czwartej przeanalizuję oddziaływanie udomowienia telewizora – przedmiotu materialnego na kształtowanie się mody jako regulatora praktyk życia codziennego; zaś w części piątej oddziaływanie telewizora jako medium.

### Rewolucja konsumpcyjna w Polsce Ludowej

W Polsce Rzeczypospolitej Ludowej (potocznie nazywanej Polską Ludową), czyli w okresie, gdy w Polsce panował ustroj socjalistyczny, funkcjonowały dwa mechanizmy rewolucji konsumpcyjnej: kolektywnej użyteczności oraz nowoczesnego hedonizmu (Zalewska 2017). Ten pierwszy bazował na powojennej propagandzie postępu głoszonej przez państwo, nakłaniano do wdrażania nowych technologii, między innymi w gospodarstwach domowych, celem było podniesienie dobrobytu wszystkich mieszkańców. Propaganda postępu odwoływała się do racjonalności i dobra wspólnego. Następnie udomowione technologie zmieniały praktyki społeczne w domach, z jednej strony sprawiając, że zaspokajanie codziennych potrzeb wymagało mniej wysiłku, a z drugiej zmieniając cykle czasu i przetasowując relacje w rodzinie (Zalewska 2011; 2017). Nowo wytwarzane praktyki kształtowały się na bazie funkcjonalnych cech użytkowanych technologii, a także wzajemnego naśladowania się przez kolegów z pracy, znajomych, sąsiadów – ludzi w dużej części wykorzystanych, przeniesionych ze wsi do miast w mi-

gracjach po wojnie. W ten sposób kształtowało się społeczeństwo mody. Moda jako regulator praktyk nie wkroczyła w pierwszej kolejności w sferę dóbr konsumpcyjnych, tak jak to było w krajach zachodnich (Campbell 1987), ale zaczęła wkraczać w całą sferę życia codziennego, która zmieniała się wraz z elektryfikacją, podłączeniem wody bieżącej, gazu, wkroczeniem pralek, lodówek i tym podobnych do gospodarstw domowych. Proces ten był złożony, opierał się na negocjacjach między wkraczającą modą a obyczajem. Opór norm obyczajowych był szczególnie silny w sferze ról genderowych, między innymi dotyczących podziału pracy w gospodarstwie domowym (por. Zalewska 2017).

Drugi mechanizm – nowoczesny hedonizm funkcjonował podobnie jak w krajach zachodnich (Campbell 1987). Przedmioty stawały się obiektami pragnień, jeśli pobudzały wyobraźnię i kojarzyły się z doświadczeniami przynoszącymi przyjemność. Wedle Colina Campbella nowoczesny człowiek poszukuje przyjemności w każdym codziennym doświadczeniu, a tę przyjemność daje mu przede wszystkim odczuwanie emocji. W Polsce Ludowej emocje budziły głównie dobra konsumpcyjne z krajów zachodnich, których w kraju nie było (Coca-Cola, guma do żucia, zachodnie ubrania oraz technologie) ze względu na żelazną kurtynę i brak wolnego rynku. Jednakże w różnych okresach Polski Ludowej albo przychodziły w paczkach z zagranicy, albo można je było kupić na bazarach (przemyczone przez granicę), czy też w specjalnych sklepach Pewex, w których można było dostać dobra trudno dostępne w sprzedaży. Dobra konsumpcyjne kojarzyły się z zachodnim stylem życia – takim, jakie Polacy oglądali w telewizji (Pleskot 2007) – czyli komfor-

towym i swobodnym. Również popularne czasopisma przemycały informacje o codziennych praktykach w krajach zachodnich, w których „udział brały” dobra konsumpcyjne: „Przekrój” prowadził rubrykę „Czar czterech kółek”, jeszcze gdy samochody w Polsce były trudno dostępne, zaś miesięcznik „Ty i ja” – dział poświęcony modzie, korzystający z przedruków z prasy zachodniej<sup>4</sup>. W Polsce dopiero w latach 70. XX wieku rozpoczęto produkcję dóbr konsumpcyjnych na szerszą skalę, chociaż w innych krajach bloku sowieckiego dokonano się to już dekadę wcześniej. W tym okresie moda rządziła nie tylko w sferze codziennych praktyk, ale także w sferze – wyobrażonego do tej pory – użytkowania dóbr konsumpcyjnych (Zalewska 2017). Jednakże okres większej dostępności dóbr konsumpcyjnych trwał tylko kilka lat. Już w drugiej połowie lat 70. XX wieku nastąpił kryzys ekonomiczny, związany ze złym zaplanowaniem centralnie sterowanych inwestycji finansowanych przez kredyty zagraniczne oraz światowym kryzysem paliwowym. Jego rezultatem były niedobory w zaopatrzeniu. Polacy powrócili więc do zaspokajania swoich potrzeb i pragnień konsumpcyjnych w ramach gospodarki nieformalnej (Wedel 2007). Ten okres zostanie poddany analizie w tym artykule: przełom lat 70. i 80. XX wieku (1978–82), kiedy to 1) moda kształtowała się jako regulator życia codziennego, choć napotykała opór obyczaju; oraz 2) moda rządziła pragnieniami konsumpcyjnymi, ale niedobory na rynku utrudniały ich zaspokojenie.

<sup>4</sup> Władze próbowały wykorzystać atrakcyjne wzorce zachodniej kultury popularnej do celów ideologicznych. Stymulowały tworzenie sztuki rozrywkowej na wzór zachodniej, ale przemycającej treści propagandowe (Lisowska-Magdziarz 2008).

## Analiza jakościowych danych zastanych: korzyści i problemy z nią związane

Materiały z badań nad stylami życia (Roos, Siciński [red.] 1987; Siciński, Wyka 1988), zbierane w trakcie czterech lat przez zespół badaczy pod kierunkiem Andrzeja Sicińskiego, przynoszą informacje o wszystkich sferach życia codziennego (włączając konsumpcję) badanych 72 rodzin z czterech miast o różnej wielkości i odmiennym charakterze (nowopowstałe vs o długiej historii, różne przemysły itp.), dając jakościowy obraz miejskiego życia Polaków w okresie kryzysu gospodarczego Polski Ludowej. Badania objęto w przeważającej liczbie rodziny robotnicze, motywując to brakiem danych jakościowych na temat tej klasy; oprócz nich badano rodziny rzemieślnicze i inteligenckie. Ze względu na szeroki materiał do zebrania w każdej rodzinie<sup>5</sup>, badacze odwiedzali je wielokrotnie, towarzysząc im w wielu sytuacjach z życia codziennego i odświętnego (np. chrzest, imieniny), były to więc badania terenowe prowadzone metodą zbliżoną do etnograficznej. Z tego samego względu zebrany materiał jest nierówny, głęboko opisane przypadki sąsiadują z przypadkami, gdzie brakuje części materiałów. W materiałach niektórych przypadków są cenne dla obranego tematu informacje na temat tego, jakie wzory rozmówcy czerpią z telewizji: sami mówią o wystroju

<sup>5</sup> Materiały składają się 1) przede wszystkim z tzw. charakterystyk stylów życia, przypominających Geertzowski (2003) opis gęsty wszystkich sfer życia codziennego badanych rodzin (mieszkanie, czas, praca, dysponowanie pieniędzmi, uczestnictwo w kulturze, stosunki wewnątrzrodzinne, ubiór, posiłki itd.), sporządzonych przez badaczy na podstawie szczegółowych wytycznych Andrzeja Sicińskiego; 2) autobiografii spisanych przez rozmówców lub wywiadów biograficznych z nimi; 3) kwestionariuszy osobowych zbierających bardzo szerokie informacje społeczne i demograficzne; 4) ankiet na temat struktury pokrewieństwa w badanych rodzinach; 5) dziennika badań; 6) zdjęć (Siciński, Wyka 1988; Archiwum Danych Jakościowych PAN).

wnętrz, ubiorze czy zachowaniach prozdrowotnych, czasem badacz notuje swoją obserwację na ten temat. Jednakże są to pojedyncze przypadki, w materiałach wielu rodzin nie ma nawet wzmianki na ten temat. Analizę utrudnia dodatkowo fakt, że są to opisy gęste (Geertz 2003), czyli już zinterpretowane, zdobywane w trakcie wizyt informacje były notowane przez badaczy, lecz nie miałam dostępu do bezpośrednich wypowiedzi rozmówców. Nie widziałam również ich zachowań czy gestów, co utrudnia zrozumienie kontekstu badaczce, która zazwyczaj analizuje wyniki prowadzonych samodzielnie badań terenowych. Często badacz formuje swoją interpretację, na przykład, że dana rodzina bardzo naśladuje wzory z telewizji, ale nie podaje w tym miejscu żadnego uzasadnienia, trzeba się domyślać, których aspektów życia codziennego ta opinia dotyczy na podstawie wcześniejszego opisu. Brak znajomości kontekstu badań oraz konieczność interpretowania już zinterpretowanych wypowiedzi czy zachowań – czyli widzianych z perspektywy innego badacza jako pośrednika – są najczęściej przywoływanymi problemami w pracy z jakościowymi danymi zastanymi (Bishop 2014; Kaźmierska 2014).

W związku z tymi trudnościami pozwoliłam, by to zebrane teksty mnie pokierowały, zgodnie z etnograficznym zaleceniem, by badać to, co jest ważne w danym terenie, ja zwróciłam uwagę na to, co przeważa w badanych tekstach. Analizie poddałam podstawowy i najobszerniejszy dokument, czyli charakterystyki stylów życia. Telewizor jest w tych materiałach najbardziej obecną i wyrazistą z udomowionych technologii<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Informacje o telewizorze jako przedmiocie można znaleźć w bloku „mieszkanie”, zaś o telewizorze jako medium w blo-

Andrzej Siciński i jego zespół w niewielkim stopniu analizowali te materiały pod kątem udomowienia telewizji czy wpływu telewizji na styl życia, jednakże ich wnioski na ten temat są bardzo cenne w kontekście podjętej przeze mnie tematyki. W tekście porównawczym stylów życia w Polsce i Finlandii autorstwa Markku Haranne i Andrzeja Sicińskiego (1987) Siciński wprowadza nowy styl – naśladowczy, ukształtowany poprzez telewizję, który nazywa „mass-media style of life” lub też „style-less life style”. Opisuje go jako zunifikowany styl życia, który dopiero się kształtuje i dlatego trudny jest do zdefiniowania. Ze względu na rewolucyjne zmiany po 1945 roku: zniszczenie społecznej i ekonomicznej struktury społeczeństwa, przesunięcie granic państwa polskiego, oddziaływanie ideologii socjalistycznej, zanikły różnice w stylu życia między regionami i klasami społecznymi, tak widoczne w latach 1918–1939. Zdaniem Sicińskiego różne wariacje zunifikowanego stylu nabierały jeszcze kształtu w latach, w których prowadzono badania, jednakże był w stanie jasno zaobserwować tylko właśnie ów „mass-media style of life”. Jest to styl życia ludzi „na pograniczu” (*transitional*) – zmieniających swoje społeczne i geograficzne umiejscowienie – migrantów ze wsi do miast, podejmujących odpowiedzialne pozycje zawodowe, publiczne i tym podobne. Główną cechą tego stylu jest brak stałej hierarchii wartości, stabilnych wzorców codziennych praktyk, spędzania czasu wolnego, ubioru, umeblowania mieszkania i tym podobnych. Pojedyncze elementy tego stylu pocho-

ku „czas” oraz „uczestnictwo w kulturze”. Informacje na temat telewizora pojawiają się w mniejszym stopniu w blokach „posiłki”, „stosunki rodzinne”, „autorytety”, „dysponowanie pieniędzmi”.

dzą z różnych stylów (czasem z różnych krajów), są połączone synkretycznie. Przejmowanie tych albo innych wzorców głównie zależy od tego, jakie wzory w danym momencie płyną z mass mediów oraz od tego, jakie dobra konsumpcyjne są aktualnie dostępne. W podsumowaniu tego rozdziału obaj autorzy piszą, że w obydwu społeczeństwach znaczącą rolę odgrywa ów „pograniczny” (*transitional*) – jak go tu nazywają – styl życia, który jest efektem gwałtownej urbanizacji i industrializacji w obu krajach. Podczas gdy w Finlandii główną rolę w jego kształtowaniu gra wolny rynek kapitalistyczny, to w Polsce mass media. Jednakże w obu krajach ten styl nazywają *styleless* – co oznacza brak stałych charakterystyk, zmienność, zależność od rynku i wzorów z mass mediów. Interpretując opis tego nowego stylu życia za pomocą narzędzi analitycznych używanych w tym artykule, można powiedzieć, że badacze obserwowali proces rewolucji konsumpcyjnej, czyli przechodzenie od obyczaju (stabilne wzorce zachowań, charakterystyczne dla odrębnych od siebie stylów życia w Polsce: elitarne czy pseudo-elitarne, neomieszczańskiego, wiejskiego, będących kontynuacją przedwojennych stylów życia) do mody, którą według Lipovetskiego charakteryzuje zmienność: zinstytucjonalizowane wprowadzanie nowości (w tekście to zinstytucjonalizowane wprowadzanie odbywa się poprzez kapitalistyczny rynek w Finlandii i mass media w Polsce), krótkotrwałość zainteresowania nowymi trendami (tu: realizowane praktyki zależą od tego, co aktualnie jest przekazywane, są synkretyczne, brak w nich spójności). Ten opis bezstylowego stylu życia przypomina charakterystykę społeczeństwa mody Lipovetskiego (1987), w którym ludzie naśladowają bardzo wiele różnych wzor-

ców – każdy w drobnym aspekcie życia i łączą to wszystko synkretycznie<sup>7</sup>.

Leon Dyczewski (1982) wprowadził pojęcie masowego stylu życia na podstawie krytycznej lektury prac socjologicznych z tego okresu. Zauważył, że:

Stosunkowo liczna środkowa warstwa społeczeństwa polskiego, reprezentowana przez wszystkie kategorie zawodowe, korzysta z usług tych samych instytucji, żyje w identycznych mieszkaniach, zaopatruje się w tych samych sklepach, ogląda te same programy telewizyjne, jeździ tymi samymi środkami transportu. Została więc stworzona identyczna baza techniczna, towarowa, kulturalno-oświatowa i gospodarcza dla szerokich mas społeczeństwa. Jest to baza nowa i szybko ulegająca zmianie. Stanowi ona podstawę do kształtowania się nowego stylu życia w polskim społeczeństwie, którego treści i formy są przekazywane w schematach kultury masowej i odbierane przez szerokie rzesze, dlatego też tworzący się w takich uwarunkowaniach styl życia można nazwać stylem życia społeczeństwa masowego. Zaznacza się on najwyraźniej w zakresie zaspokajania potrzeb podstawowych, wyposażenia mieszkań i wykorzystania czasu wolnego. Jego podstawową cechą jest „bezstylowość”, tzn. brakuje w nim dominacji określonego

<sup>7</sup> Lipovetsky dzieli społeczeństwo mody na dwa etapy: w pierwszym – w okresie mody stuletniej zmienność regulowana jest odgórnie, w sposób zinstytucjonalizowany i przez jednostki przejmowane są wzory praktyk aktualnie dostępne, promowane; w drugim okresie – mody horyzontalnej, istnieje bardzo wiele źródeł wzorów praktyk i kanałów mody, następuje demokratyzacja mody, jednostka sama wybiera i komponuje siebie na podstawie dostępnych wzorów. Ten drugi etap w społeczeństwach zachodnich zaczyna się w latach 70., jednakże przytaczane tu analizy Sicińskiego, a poniżej Dyczewskiego wskazują, że duża część społeczeństwa polskiego znajdowała się w fazie mody stuletniej, przyswajając wzorce aktualnie dostępne w telewizji.



systemu wartości i wzorów zachowań przede wszystkim w zakresie kontaktów z ludźmi, organizowania dnia codziennego i świątecznego. Jeżeli jakieś wartości i wzory zachowań są częściej wybierane aniżeli inne, to ich wybór nie wynika z odgórnie przyjętych wartości i norm, które by stałe obowiązywały, ale dokonuje się on pod wpływem przekrojowej mody, nacisków wywołanych drogą środków masowego przekazu oraz nawyków wyniesionych ze środowiska pochodzenia i w zależności od tego, jakie ono było, są to wartości i wzory zachowań stylu życia robotniczego, chłopskiego, inteligenckiego lub mieszczańskiego. Charakterystyczną cechą stylu życia masowego społeczeństwa jest jego eklektyzm, a więc łączenie elementów z różnych stylów życia i tradycji kulturowych bez wiązania ich w spójną całość. (Dyczewski 1982: 243–244)

Dyczewski rozwijając swoją koncepcję powołuje się na szereg socjologów, nie tylko na Sicińskiego i członków jego zespołu. Tak więc, polska socjologia odnotowała kształtowanie się nowego stylu życia, w ramach którego regulatorem codziennych praktyk społecznych jest moda, zaś głównym kanałem mody są mass media, natomiast w tej szerokiej warstwie społeczeństwa zanika tradycja czy obyczaj jako regulator codziennych praktyk, czyli – jak pisze Dyczewski – stabilne normy i wartości charakterystyczne dla danego środowiska.

Moja analiza materiałów Sicińskiego ma posłużyć zrozumieniu procesu oddziaływania telewizora jako kanału mody. Przede wszystkim szukałam w materiałach informacji na temat procesu odbierania i przejmowania wzorów praktyk poprzez telewizor. Pod tym względem trudnością interpretacji

archiwum jest to, że zarówno badani, jak i badacze posiadali potoczne teorie na temat oddziaływania telewizji. Istnieją pewne „protokoły” korzystania z telewizji, które powstają w wyniku społecznego negocjowania jej zastosowań (Gitelman 2006). Z materiałów wynika, że badacze uważali, że nie należy zbyt dużo oglądać telewizji (pozytywnie wartościowali oglądanie programów popularno-naukowych i kulturalnych) ani czerpać z nich wzorów zachowań, czyli negatywnie oceniali fakt, że telewizor staje się kanałem mody – wzorotwórczy, jak to określali, szczególnie jeśli przejmowanie wzorów było nieświadome, bezrefleksyjne i obejmowało szerokie, na pierwszy rzut oka widoczne sfery życia codziennego, takie jak wygląd mieszkania. Przekonanie to było dla nich na tyle oczywiste, że nigdzie nie uzasadnili, dlaczego tak uważają. W sformułowaniach typu „wzory średności” (jak pisze jeden z badaczy w charakterystyce stylu życia jednej z rodzin) możemy odczytać, że badacze identyfikowali się z kulturą wysoką, zaś w ich mniemaniu telewizja upowszechniała kulturę „niższą”: ludową czy popularną. Gdy mowa o braku stylu – „styleless”, można sądzić, że ubolewali nad zanikiem regionalnych i klasowych kultur. O przekonaniach na ten temat respondentów trudniej wnioskować. O posiadaniu poglądu o negatywnym wpływie telewizji może świadczyć to, że przedstawiciele jednej z rodzin deklarowali, że nieważna jest dla nich telewizja, zaś badacz zanotował, że mimo to była dla nich wzorotwórcza; oznaczać to może, że uważali, że nie należy przejmować wzorów z telewizji, choć nieświadomie to czynili.

Materiały były analizowane przy pomocy programu do jakościowej analizy treści MaxQDA. W drzewie kodowym zamieszczono kody (wraz z podko-

dami) służące śledzeniu przechodzenia od obyczaju do mody: 1) dotyczące rewolucji konsumpcyjnej w rozumieniu ekonomicznym: gospodarka naturalna, gospodarka pieniężna, gospodarka niedoboru; 2) obyczaj jako regulator praktyk społecznych; 3) moda jako regulator praktyk społecznych, z podkodem kanały mody – czyli w jaki sposób wzory nowych praktyk docierają do ludzi; 4) codzienne praktyki (przykładowo: praktyki towarzyskości, praktyki dbania o ciało, praktyki żywieniowe), których uważna obserwacja może wskazać, w jakim stopniu regulowane są za pomocą mody, obyczaju czy ograniczeń związanych z gospodarką niedoboru; 5) udomawianie technologii (w tym telewizora), co jest podstawowym czynnikiem rewolucji konsumpcyjnej w Polsce Ludowej (Zalewska 2017); 6) postęp – narracje o postępie i nowoczesności, jako że socjalistyczna propaganda postępu była ważnym czynnikiem rewolucji konsumpcyjnej w Polsce Ludowej (Zalewska 2017); 7) emocje, które odgrywają ogromną rolę w mechanizmie nowoczesnego hedonizmu. 15 charakterystyk życia codziennego zostało zakodowanych za pomocą tego drzewa kodowego. Z pozostałych materiałów: 57 charakterystyk stylów życia, 72 opisy interpretowanych oraz biografie – fragmenty na temat telewizora i oglądania telewizji zostały przepisane do programu. W trakcie zdezerowania założeń teoretycznych z danymi wyłoniono nowe kategorie rysujące się w materiale: 1) telewizor jako przedmiot, który pojawiał się głównie we fragmentach związanych z mieszkaniem i współkształtował praktyki zamieszkiwania; 2) telewizor jako medium, który pojawiał się głównie w kontekście praktyk obcowania z kulturą w znaczeniu semiotyczno-symbolicznym, praktyk odpoczywania, praktyk ucieczki od codzienności, ale także ogląda-

ne treści były przytaczane jako wzór codziennych praktyk; 3) telewizor w praktykach towarzyskości, ponieważ kod udomawianie telewizora prawie zawsze współwystępował z kodem praktyk towarzyskości, bez względu na to, czy chodziło o telewizor jako przedmiot czy jako medium. Zadałam następujące pytania badawcze: 1) w jaki sposób telewizor jako przedmiot (materialny) oddziaływał na kształtowanie się mody jako regulatora praktyk? 2) w jaki sposób telewizor jako medium oddziaływał na kształtowanie się mody jako regulatora praktyk? 3) w jaki sposób telewizor uczestniczył w praktykach towarzyskości? W części czwartej odpowiem na pierwsze pytanie badawcze, a w części piątej na drugie i trzecie pytanie badawcze.

### **Telewizor jako przedmiot a przemiany praktyk zamieszkiwania**

Rozpocznę od odpowiedzi na pierwsze pytanie badawcze, w jaki sposób telewizor jako przedmiot materialny oddziaływał na kształtowanie się mody jako regulatora praktyk. Telewizor jako przedmiot postrzegany był jako luksus, wzbudzał pragnienie posiadania, gdyż podnosił status jego posiadaczy. Na początku lat 60. XX wieku znikomy procent gospodarstw domowych posiadał odbiorniki telewizyjne: 6% w 1960 roku, 24% w 1965 roku, 45% w 1970 roku, 81% w 1975 roku; zaś w 1980 roku nastąpiło nasyce- nie domów telewizorami i rozpoczęła się wymiana czarno-białych odbiorników na kolorowe: 93% gospodarstw posiadało odbiorniki czarno-białe, a 6% kolorowe (Schmidt, Skowrońska 2016). Odbiornik telewizyjny do odbioru telewizji czarnobiałej według Małego Rocznika Statystycznego (1979) był w 1978 roku trzecim pod względem wysokiej ceny artykułem

kupowanym przez ludzi: popularny samochód Fiat 126p kosztował 87000 zł, pralka automatyczna Bio-polar 10500 zł, a telewizor o przekątnej ekranu 51 cm – 6500 zł (jeszcze w 1975 kosztował 7400 zł, zaś w 1960 – ze znacznie mniejszym ekranem 43 cm – 9000 zł). Cen telewizora kolorowego nie podano. Podobnie w innych krajach bloku wschodniego – do lat 70. XX wieku telewizor był luksusem, a potem traktowano go jako „reasonable expectation” (Crowley, Reid 2010). Telewizor w Polsce Ludowej nigdy nie był tani, między innymi dlatego, że obowiązywał wysoki podatek obrotowy od wszystkich urządzeń elektronicznych w gospodarstwie domowym, podatek obrotowy od telewizora czarno-białego wynosił 20% zaś od kolorowego 30% (Wasiak 2015b). Patryk Wasiak tłumaczy, że wysoki podatek na dobra elektroniczne równoważył w budżecie państwa subsydiowanie żywności. Kryzys ekonomiczny lat 80. prowadził do niedoborów towarów i spekulacji nimi, co tym bardziej podnosiło ceny (Wasiak 2015b). W związku z brakami w zaopatrzeniu i wysoką ceną, wkraczające w tym okresie na rynek kolorowe telewizory miały elity polityczne i tak zwani prywaciarze<sup>8</sup>, którzy samodzielnie sprowadzali je, co wzmocniało asocjacje luksusu z zachodem (Wasiak 2015a). Zebrane materiały pokazują, że niektóre uprzywilejowane grupy zawodowe dostawały talony na telewizory w miejscu pracy.

W analizowanym materiale z okresu 1978–82 telewizor jako przedmiot na trzy sposoby oddziaływał na codzienne praktyki, zmieniając je w kierunku regulacji za pomocą mody. Po pierwsze, trudnodostępny w tym okresie telewizor kolorowy „zachęcał” do

<sup>8</sup> W latach 80. XX wieku powstała klasa prywatnych przedsiębiorców prowadzących biznesy w tych strefach, w których państwo na to pozwalało (Kochanowski 2010).

zakupienia go, będąc wehikułem dystynkcji w różnicującym się pod względem materialnym społeczeństwie polskim. Uległość wobec tej pokusy jest wskaźnikiem podążania za modą – naśladowania nowych, stale zmieniających się wzorów oraz wartościowania członków społeczeństwa na podstawie tego, jak szybko ich kapitał (ekonomiczny, kulturowy, społeczny) pozwala im nadążać za aktualną modą. Po drugie, zarówno czarno-biały, jak i kolorowy telewizor „wymuszał” określony układ pokoju głównego, stał w centralnym miejscu, by zapewnić komfort oglądania treści medialnych i podziwiania przedmiotu. W ten sposób moda zaczynała regulować wygląd mieszkania. Jednakże, patrząc z perspektywy przestrzeni mieszkania, telewizor „wchodził” w różne relacje z przedmiotami reprezentującymi porządek obyczaju jako regulatora wystroju wnętrza (dewocjonaliami, pamiątkami). Po trzecie, telewizor gromadził domowników, a często i ich gości, wokół ekranu<sup>9</sup>, przekształcając codzienne praktyki zamieszkiwania. Pokażę, jak praktyki zamieszkiwania rodzin balansowały pomiędzy modą a obyczajem. W trzech kolejnych podrozdziałach omówię po kolei te trzy wskazane powyżej sposoby oddziaływania telewizora jako przedmiotu.

### **Nowoczesny hedonizm: telewizor kolorowy jako przedmiot pragnień**

Wśród badanych 72 rodzin, nieliczne posiadały kolorowy telewizor, czyli podążały za aktualną modą.

<sup>9</sup> W tym punkcie trudno oddzielić telewizor jako przedmiot od telewizora jako medium. Domownicy gromadzą się wokół materialnego ekranu telewizora, jednakże skupia ich przede wszystkim treść, którą przekazuje telewizor. Jednakże aspekty związane z fizycznym gromadzeniem się wokół telewizora omówię w tej części tekstu.

Natomiast było kilka przypadków, w których respondenci planowali czy chcieli kupić kolorowy telewizor, jednak nie zrobili tego, analiza tych przypadków pokaże napięcia pomiędzy modą a innymi regulatorami codziennych praktyk.

Podczas gdy czarno-biały telewizor mieli wszyscy, kolorowy telewizor występował w czterech rodzinach. Jedną z nich to rodzina inteligencka, w której ojciec rodziny pracował na stanowisku kierowniczym (dyrektor dużego przedsiębiorstwa państwowego) i posiadał dochody najwyższe w badanej grupie, a jednocześnie uprzywilejowany dostęp do dóbr w ramach gospodarki socjalistycznej; należał do grupy elity politycznej. Dzięki pozycji ojca niedobory na rynku czy możliwości finansowe nie stanowiły przeszkody dla kształtowania się mody jako regulatora praktyk. Telewizorowi towarzyszyło dużo sprzętu elektroakustycznego, ponadto każde z dwójki dzieci miało swój czarno-biały telewizor. Obecność dużej liczby sprzętu elektronicznego w domu świadczy o tym, że moda regulowała przynajmniej pewne praktyki (wyposażenia mieszkania oraz czasu wolnego lub zabawy).

Drugą rodziną to rodzina robotnika w stoczni w nadmorskim mieście. W tej rodzinie widoczne było nastawienie na dostatek, które wyrażało się w wyposażeniu mieszkania w sprzęt elektryczny. Obok kolorowego telewizora był również czarno-biały dla syna, a także magnetofon, lodówka, odkurzacz i mikser, wszystkie te przedmioty były dla rodziny symbolami ich wysokiego standardu życia, a więc odniesionego sukcesu życiowego, gdy porównywaliby swoją obecną sytuację do standardu życia przedwojną swoich rodzin pochodzenia. Robotnicy nad-

morscy mieli pozycję uprzywilejowaną ekonomicznie w późnym PRL-u, również tutaj niedobory czy możliwości finansowe nie stanowiły przeszkody dla oddziaływania mody. Widzimy tu również spójność różnych sfer praktyk regulowanych przez modę: sfery materialnej, na którą składa się mnogość nowych modnych artykułów wyposażenia mieszkania oraz sfery znaczeń, w której obecne jest przekonanie, że podążanie za modą i wynikający z tego wysoki standard życia jest miarą sukcesu życiowego.

W trzeciej rodzinie, również robotniczej, telewizor kolorowy znalazł się drogą charakterystyczną dla centralnie planowanej gospodarki Polski Ludowej, w której zaopatrzenie gospodarstw domowych częściowo było realizowane poprzez zakłady pracy (Mazurek 2010). Dorosły syn dostał talon na kolorowy telewizor w zakładzie pracy – w kopalni miedzi, czyli również w uprzywilejowanej branży. Telewizor kolorowy był tam oznaką przyzwoitego życia i awansu cywilizacyjnego, a więc statusu. W tym przypadku moda jako regulator praktyk „weszła w negocjacje” z państwową gospodarką niedoboru, która umożliwiała realizację pragnień konsumpcyjnych wybranym grupom obywateli. Podobnie jak w poprzedniej rodzinie widzimy tu spójność sfery znaczeń i sfery materialnej praktyk regulowanych modą.

W czwartej rodzinie, również robotniczej, mąż (młody człowiek) pracował 12 godzin dziennie, by zarobić na wkład własnościowy w mieszkanie. Kilka miesięcy wcześniej kupił najnowszy model telewizora kolorowego, choć stary czarno-biały był nadal sprawny. Jednocześnie tak dużo pracował, że nie miał czasu go oglądać. Oglądał tylko transmisje meczów piłkarskich, a i to rzadko. To jest ciekawy przypadek,

ponieważ użyteczność nabytego sprzętu nie ma tu kompletnie znaczenia, liczy się tylko symboliczne znaczenie telewizora jako wehikułu statusu. Tutaj szczególnie wyrazista jest sfera znaczeń praktyk regulowanych przez modę, wedle której posiadanie nowego najdroższego sprzętu jest miarą wartości człowieka, jego miejsca w społeczeństwie.

Podsumowując, w materiałach na temat telewizora kolorowego przeważały emocje związane ze statusem jako motywacje do jego zakupu. Posiadanie go – najlepiej otoczonego przez inne sprzęty elektroniczne – pokazywało zajmowaną pozycję społeczną. Ponieważ nie zawsze telewizor kolorowy był pokazywany otoczeniu – rodzina stoczniewca twierdziła, że rzadko przyjmowała gości, a rodzina dyrektora, że obecnie zawężyła kontakty towarzyskie – zjawisko to można wytłumaczyć za pomocą nowoczesnego hedonizmu, klasycznego mechanizmu oddziaływania mody. Sam przedmiot – kolorowy telewizor – pobudzał wyobraźnię jego posiadaczy, którzy widzieli się w jednym rzędzie z elitą społeczeństwa – polityczną i ekonomiczną, co dawało gratyfikację emocjonalną w postaci zadowolenia czy nawet ekscytacji.

Przyjrzyjmy się teraz sytuacjom, gdy rodzina chciała kupić telewizor kolorowy, lecz do tego nie doszło, ażeby zwrócić uwagę na napięcia pomiędzy modą a innymi regulatorami praktyk. W kilku rodzinach wspomniano o zapisaniu się na telewizor kolorowy w zakładzie pracy. Zapisanie się oznacza istnienie pragnienia konsumpcyjnego, ale i konieczność jego odroczenia. Tutaj modzie regulującej już sferę znaczeń, staje na przeszkodzie sfera społeczna, czyli gospodarka niedoboru w PRL-u, która okazuje się również istotnym regulatorem praktyk wyposażenia mieszkania.

W jednej z rodzin robotniczych córka namawiała do kupna telewizora kolorowego, który w Peweksie kosztował 460 dolarów, ale ze względu na wysoką cenę rodzice wciąż odkładali ten zakup, choć mieli wysokie dochody w ramach gospodarki nieformalnej. W tym przypadku moda jako regulator praktyk znów ustępuje miejsca gospodarce niedoboru jako regulatorowi codziennych praktyk. Na pierwszy rzut oka wydaje się, że możliwości finansowe rodziny nie pozwalają nadażać za modą. Jednakże, jak pisałam wcześniej, niedostępność telewizorów w zwykłym obrocie handlowym sprawiała, że jego ceny w Peweksie były bardzo zawyżone.

W jednej z rodzin inteligenckich, gdzie zresztą pierwszy telewizor był zakupiony już w 1962 roku, ojciec rodziny zbierał na zakup kolorowego telewizora. Jednakże po uzbieraniu potrzebnej kwoty, zdecydował się ją przeznaczyć na pożyczkę dla teścia. Ten przypadek można interpretować jako napięcie pomiędzy modą a obyczajem jako regulatorami codziennych praktyk. Pomoc rodzinie, waga stosunków rodzinnych, myślenie w kategoriach dobra wspólnoty a nie własnego, to istotne znaczenia praktyk podejmowanych w społecznościach kierujących się obyczajem, w której autorytetem cieszą się starsi członkowie wspólnoty.

Oddziaływanie mody za pomocą klasycznego mechanizmu nowoczesnego hedonizmu można było w badanym okresie zaobserwować również w praktykach udomawiania telewizora czarno-białego, jednakże tylko w przypadku osoby starszej i dziecka (czyli osób poza kluczową fazą życiową dorosłości). Oglądanie czarno-białego telewizora było źródłem emocji ze względu na skojarzenie z wysokim statusem dla star-

szego mężczyzny, chłoporobotnika. W okresie jego przedwojennej młodości radio i gazety były „pańskim przedmiotem zbytku”. Na starość przyjemność obcowania z luksusem dawało mu na przemian słuchanie radia, oglądanie telewizji i czytanie gazet, pomimo że – ze względu na demencję – nie rozumiał ich treści. Natomiast w jednej z rodzin robotniczych przed laty niedorośła córka wymusiła na rodzicach zakup telewizora czarno-białego. Podczas pobytu w sanatorium spotkała się z telewizją, która wzbudziła jej zachwyty. Brakuje szczegółowych informacji, co konkretnie dziewczynkę zachwycało w telewizji. Niewątpliwie chodzi również o przyjemność emocjonalną charakterystyczną dla nowoczesnego hedonizmu, tym razem czerpaną podczas odbioru przekazu.

Dla osób dorosłych w badanym okresie (1978–82) telewizor czarno-biały przestał być przedmiotem pragnień, a stał się artykułem pierwszej potrzeby, przezro-

czystym jako przedmiot w codziennych rutynowych praktykach. Członkowie badanych rodzin wspominali mimochodem, że telewizor w tamtym okresie był jednym z pierwszych nabytków po zawarciu małżeństwa czy wprowadzeniu się do wspólnego mieszkania, bez względu na sytuację finansową rodziny.

### **Moda kontra obyczaj w przestrzeni mieszkania**

W tej części tekstu poddam analizie zdjęcia i opisy mieszkań badanych rodzin, zwracając uwagę na to, jak zorganizowana jest przestrzeń, jakie miejsce zajmuje w niej telewizor, a jakie dewocjonaalia i pamiątki. Umieszczenie telewizora traktuję jako wskaźnik znaczenia mody jako regulatora codziennych praktyk, zaś umiejscowienie dewocjonaaliów, pamiątek i tradycyjnych ozdób jako znaczenie obyczaju jako regulatora codziennych praktyk. Rozpocznę od omówienia typowej organizacji przestrzeni wokół telewizora.



Źródło:  
Archiwum  
Danych Ja-  
kościowych  
IFiS PAN.

Na powyższym zdjęciu widać telewizor i jego otoczenie w domu rodziny robotniczej z miasta średniej wielkości. Telewizor jest czarno-biały, wart jest 8 tysięcy – co wynosi mniej niż miesięczny dochód gospodarstwa, ekran liczy ponad 20 cali. Jest to typowe umiejscowienie telewizora: przy oknie w rogu pokoju głównego, naprzeciw miejsc do siedzenia. Telewizor stoi na specjalnym stoliku, półkę niżej stoi radio, obydwie sprzęty są ozdobione: lalka, wazoniki; rzuca się w oczy również estetyzacja całego otoczenia telewizora: bukiety kwiatów, ozdobna ceramika i szkła. Są to wszystko ozdoby współczesne, odzwierciedlające aktualną modę. Brak pamiątek rodzinnych, zaś przedmioty kultury nie są widoczne. Na innym zdjęciu mieszkania tej rodziny widać mały krzyżyk nad drzwiami w pokoju gościnnym, gdzie dyskretnie spełnia funkcję ochronną. Można to rozumieć jako „ścieranie się” mody z obyczajem w praktykach zamieszkiwania: na pierwszym planie widać telewizor i modne bibeloty, ale krzyż umieszczony jest w strategicznym punkcie dla spełniania swojej funkcji ochronnej. Również przedmioty obrzędowe, takie jak palma wielkanocna, są przynoszone do domu, jednak nieekspozowane w mieszkaniu. W mniej ekspozowanych miejscach domu, jakimi są pokoje dzieci, święte obrazki wiszą na ścianie tuż obok współczesnych modnych ozdób, na przykład proporczyków o motywach sportowych.

W latach 1978–82 telewizor zawsze stał w pokoju głównym, w którym domownicy spędzali czas razem i w którym przyjmowali gości. Jeśli w materiałach są bardziej szczegółowe informacje, to głoszą, że telewizor stał w rogu pokoju na specjalnym stoliku, często w rogu przy oknie, lub na regale czy me-

blościance; było to naprzeciw stołu czy miejsc siedzących, z których domownicy oglądali. To umiejscowienie telewizora jest uniwersalne – dla rodzin z różnych grup społecznych<sup>10</sup> oraz długo nie zmienia się w czasie, na co wskazują badania prowadzone na początku XXI wieku (Halawa 2006). Często jest również zdobienie telewizora – w materiałach kilku rodzin znalazłam informacje o ozdobach na telewizorze oraz są zdjęcia telewizorów z kilku rodzin – wszystkie są przyozdobione: sztuczne kwiaty, lampy, zegary, różnego typu figurki, na przykład zwierząt, wazony. Na części zdjęć blisko telewizora stoją inne technologie, zwykle radio i magnetofon – obok lub na niższej półce stolika pod telewizor lub meblościanki, co symbolizuje degradację radia przez telewizor w doświadczeniu widzów, o którym często wspominali rozmówcy, a co potwierdzają również inne badania jakościowe (Mateja-Jaworska 2013). Z kolei obrazki święte umieszczane były bardziej dyskretnie, jeśli w ogóle były obecne w pokoju gościnnym, to nad kanapą, na której oglądało się telewizor lub nad drzwiami. Często znajdowały się w sypialni nad łóżkiem. Rzadko znajdowały się w najbardziej ekspozowanym kącie, w którym stał telewizor.

Tę wyjątkową sytuację można było zaobserwować w innej rodzinie robotniczej z tego samego miasta średniej wielkości. Jak pisze badacz tej rodziny, pani domu – w tych sferach życia, w których tradycja i obyczaj są najsilniejsze – wzorowała się na domu rodzinnym, zaś w pozostałych sferach kierowała się modą – tym jak mają sąsiedzi, koledzy z pracy czy przełożeni:

<sup>10</sup> Badano tylko rodziny zamieszkałe w mieście.

Meblując mieszkanie częściowo wzorowała się na domu rodzinnym (szczególnie jeśli chodzi o rozlokowanie przedmiotów związanych z kultem), częściowo na sąsiadach (opowiadając o mieszkaniu piętro niżej, wyraziła się, że bardzo jej się podobało i że też chciałyby mieć takie), zależy jej na tym, by mieć, co modne. Traktuje wyposażenie mieszkania jako sprawę prestiżową. Urządza je pod kątem zaimponowania sąsiadom. Uważa, że wygląd mieszkania świadczy o charakterze i porządności właściciela. Dywan z Pewexu, kryształowy żyrandol z ZSRR (nie podoba się respondentce, ale kupiła bo drogi). (R51)<sup>11</sup>

Telewizor, szafkę, na którym on stoi, oraz stojący obok regał w całości ozdabiają ówczesnie modne bibeloty pochodzące z ZSRR. Natomiast tuż obok regału stoi szafa, na której jest umiejscowiony „kącik święty” domu: figurka matki boskiej, krzyż w otoczeniu dwu świec, ozdobione kwiatami i baziarniami.

Jak widzimy, zarówno przedmioty kultu, jak i telewizor są ozdobione<sup>12</sup>, stoją na tej samej ścianie, ogniskującej uwagę w pokoju gościnnym. Jednakże telewizor stoi w zasięgu wzroku, natomiast kącik święty umieszczony jest wysoko na szafie, czyli powtarza się motyw dyskretnej ochrony „z wysokości”, ale również tutaj nie ma potrzeby ekspozycji przedmiotów kultu.

<sup>11</sup> Cytaty ponumerowane są zgodnie z numerami przypadków w Archiwum Danych Jakościowych IFiS PAN, „R51” oznacza rodzinę nr 51.

<sup>12</sup> Można przypuszczać, że zwyczaj zdobienia telewizora pochodzi od zwyczaju zdobienia przedmiotów kultu, nadawania mu w ten sposób cech odświętności (Jewdokimow 2008). Znaczące jest, że na prawie wszystkich zdjęciach telewizor jest ozdobiony, a kącik święty był obecny w tylko jednym mieszkaniu, co może oznaczać, że telewizor zastąpił dewocjonalia jako centralny punkt domostwa.

Zebrane dane wskazują, że telewizor stanowił centralny punkt mieszkania, „skupiał wokół siebie” modne ówczesnie ozdoby, „dominował” nad innymi technologiami, „odsuwał” przedmioty ważne w porządku obyczaju do mniej eksponowanych przestrzeni, w ten sposób przyczyniając się do rozwoju mody jako regulatora praktyk zamieszkiwania (obok telewizora stawiano aktualnie modne przedmioty, które sukcesywnie zastępowano nowymi modniejszymi meblami i bibelotami, a same telewizory zastępowano nowocześniejszymi). Badania etnograficzne prowadzone w Słowenii (Pusnik, Starc 2008) pokazują wręcz, że w latach 60. XX wieku wokół telewizora powstawało nowe pomieszczenie – pokój dzienny (*living room*), wyposażony – naprzeciw centralnie ustawionego telewizora – w sofę i wygodne fotele.

### **Telewizor a napięcia pomiędzy modą a obyczajem w praktykach zamieszkiwania**

W tej części artykułu poddam analizie praktyki podejmowane w mieszkaniu oraz ich regulację w czasie. Jak piszą Marusa Pusnik i Gregor Starc (2008), udomowienie telewizora w Słowenii sprawiło, że podstawową praktyką kojarzoną z domem stało się oglądanie telewizji. Podobnych wniosków dostarczają badania prowadzone współcześnie w Polsce (Mateja-Jaworska 2013), z których wynika, że ludzie łączą ideę domu z oglądaniem telewizji, telewizor jest traktowany jako „elektroniczne palenisko” skupiające domowników, pozwalające na odpoczynek i komfort. Tymczasem, według literatury etnograficznej jeszcze z lat 70. XX wieku (Szynekiewicz 1976) dom był przede wszystkim miejscem pracy kobiet, zaś zajęcia mężczyzn





Źródło: Archiwum Danych Jakościowych IFiS PAN.

obejmowały zadania wykonywane w pewnym oddaleniu od domostwa, a dom był miejscem ich odpoczynku. Jednocześnie obowiązywała norma obyczajowa autonomii sfer działania kobiet i mężczyzn, wedle której pewne praktyki były właściwe dla kobiet, a inne dla mężczyzn i nie wypadało mężczyznom zajmować się pracami kobiecymi. Można zaobserwować kontrast pomiędzy tymi dwiema koncepcjami domu. W społeczeństwie mody najważniejszą praktyką podejmowaną w domu jest oglądanie telewizji, które jest zarówno odpoczynkiem, jak i rozrywką, ale także umożliwia stałe podłączenie pod społeczeństwo mody i przejmowanie wzorów praktyk, by być na bieżąco. W społeczeństwie obyczaju dom jest miejscem pracy kobiet. Te odmienne koncepcje domu i praktyk zamieszkiwania powodowały napięcia w codziennych praktykach badanych rodzin. Kobiety we wszystkich badanych rodzinach łączyły te odmienne praktyki zamieszkiwania w ten sposób, że jednocześnie oglądały telewizor i wykonywały manualne czynności domowe (np. szydełkowanie, robienie na drutach, prace chałupnicze). Innymi słowy, nigdy nie oglądały telewizora beczynnie. Jedna z rozmówczyń z rodziny robotniczej deklarowała, że całe popołudnia siedzi przed telewizorem – nie sprawdzała programu telewizyjnego, nie wiedziała, co będzie. Siedziała przy piecu i oglądała filmy, choć nie do końca potrafiła odtworzyć fabułę i akcję oglądanych filmów. Jednym z powodów było rozproszenie uwagi, rozmówczynie ta, podobnie jak wszystkie kobiety w badanej grupie, częściowo tylko poświęcała swoją uwagę przekazowi telewizyjnemu, a częściowo skupiała się na pracach domowych, na przykład robieniu na drutach<sup>13</sup>.

<sup>13</sup> Charakter podłączenia pod telewizję ma swój wymiar genderowy: kobiety dzielą uwagę pomiędzy prace domowe

Tylko jedna rozmówczynie, pracująca jako robotnica przy montażu w fabryce, rozwiązywała to napięcie w inny sposób: nie włączała telewizora, gdy była sama w domu, słuchała wtedy radia, twierdziła bowiem, że „przy telewizorze nie ma roboty” i zajmowała się pracami domowymi w kuchni.

W badanym okresie (1978–82) w Polsce koncepcja domu jako miejsca oglądania telewizji wydaje się być dominująca. O ile we wcześniejszych okresach dom był w głównej mierze miejscem wspólnej pracy członków rodziny, na przykład pranie w pralce Frani było często wykonywane przy współudziale większości członków rodziny (por. Szpakowska 2003); o tyle w analizowanych materiałach praktyką integrującą wszystkich domowników było przede wszystkim oglądanie telewizji. W większości rodzinach życie toczyło się głównie w małym rodzinnym gronie, członkowie rodziny chętnie przebywali razem, w jednym pomieszczeniu, a podstawowe kontakty społeczne utrzymywali, oglądając telewizor. Duża część badanych rodzin telewizję oglądała wspólnie przy kolacji, czasem z wyciszoną fonią podczas rozmowy, gdy na przykład krytykowali treści pokazywane w Dzienniku Telewizyjnym. Odwiedziny sąsiadów, rodziny, znajomych w większości rodzinach miały miejsce przy włączonym odbiorniku telewizyjnym. W rodzinie robotniczej – matki pracującej przy montażu i córki w pracy

---

a przekaz telewizyjny, co zostało już wyczerpująco zbadane (Morley 1986; Silverstone 1994; Gauntlett, Hill 1999; Halawa 2006). W tej samej literaturze szczegółowo zostało omówione, że kobiety i mężczyźni wybierają inne programy, te które kojarzą się kulturowo z męskością i z kobiecością. To również było obecne w zebranych materiałach: programy publicystyczne, sport i popularno-naukowe oglądali głównie mężczyźni, zaś teatr telewizji głównie kobiety i inteligenci. Wszyscy oglądali filmy (więcej czasu przeznaczały na nie kobiety) i transmisje sportowe z wydarzeń, w których brała udział reprezentacja Polski (mężczyźni bardziej zaangażowani).

biurowej – referentki, gdy córka zapraszała gości, przenosiła się z nimi ze swojego pokoju do pokoju mamy, by wspólnie oglądać telewizję, ale również przebywać razem i rozmawiać. Także w rodzinach, w których brakowało codziennego kontaktu, a rozmowy dotyczyły kwestii podstawowych, niezbędnych do funkcjonowania pod wspólnym dachem, to telewizor pełnił funkcję integrującą, oglądali go podczas świątecznych posiłków, czyli w jedynym czasie, który spędzali wspólnie. Były także wyjątki od dominacji telewizji w przestrzeni domowej. W rodzinie rzemieślniczej, bardzo otwartej, przez której mieszkanie przewijało się codziennie wielu gości – z rodziny i sąsiadów, telewizor zaczynał uczestniczyć w życiu towarzyskim dopiero wieczorem, gdy dzieci poszły spać. Wtedy wszyscy obecni w domu przenosili się do pokoju, w którym stał telewizor. Podczas przyjęć rodzinnych nie włączało się telewizora, był to czas przeznaczony na rozmowy, żarty, śpiewy.

Telewizor nie tylko gromadził domowników wokół siebie, także oglądanie telewizji było praktyką zajmującą większość czasu spędzanego w domu (z wyłączeniem snu). W niektórych badanych rodzinach telewizor był włączany po powrocie z pracy po obiedzie, w jeszcze innych około godziny 17 lub 18; gdy zbliżała się 19 – czas dobranocki dla dzieci, telewizor był włączony już w prawie wszystkich badanych rodzinach; gdy zaczynał się Dziennik Telewizyjny, czyli wieczorne wiadomości o godzinie 19.30, telewizor grał we wszystkich badanych domach bez wyjątku na pewno do godziny około 22 – czyli do końca wieczornego filmu po wiadomościach. O tej porze niektórzy respondenci wyłączali telewizor; inni oglądali do ostat-

niego wydania dziennika lub końca nadawania programu. W każdym razie Dziennik Telewizyjny (DTV) i film po nim to żelazne punkty programu, nikt ich nie omijał: „Dziennik to mój pacierz” powiedział starszy mężczyzna, wykształcony, na kierowniczym stanowisku, świadom zresztą jego propagandowego charakteru. W niedzielę telewizję włączało się wcześniej: niektórzy od rana, inni od południa, jeszcze inni od powrotu z kościoła – w takim przypadku praktyki religijne wyznaczały i ograniczały czas oglądania telewizji.

DTV i film po dzienniku stanowiły zegar ery technologii nadawczych (*broadcast technologies*); pod te programy podporządkowane było życie codzienne. Rozmówcy starali się wyrobić z przygotowaniem kolacji lub z codziennymi obowiązkami przed dziennikiem, by móc w spokoju usiąść i oglądać. W jednej z rodzin jadało się kolację w trakcie dziennika, by film można było obejrzeć spokojnie. W niektórych rodzinach pod wszystkie filmy i sprawozdania sportowe planowało się inne zajęcia, w jednej z nich mąż przeglądał program telewizyjny na dany tydzień z kalendarzykiem pracy w rękę. Często stosowane były określenia czasu wedle pór programowych TV: „do filmu”, „po filmie”, „po dzienniku”.

Oglądanie telewizji było praktyką dominującą w domu, wyznaczało czas podejmowania innych praktyk w czasie wolnym. W kilku rodzinach o różnym umiejscowieniu społecznym oglądanie telewizji regulowało również czas wolny spędzany poza domem i spotkania towarzyskie:

To trzeba powiedzieć, że my tak jak kiedyś lubiliśmy w zasadzie gdzieś pojechać, pójść, dużo ruchu żeby

koło nas było, tak teraz całkowicie staliśmy się domatorami. Życie sprowadza się do telewizji, zwłaszcza mojego małżonka. (R20, kobieta z rodziny inteligentnej, stanowisko kierownicze)

Jak nie było telewizji więcej chodziliśmy na spacer – codziennie wieczorem szliśmy do mostu i z powrotem. Więcej się czytało, czy gdzieś poszło. A teraz tak leci ten program i się ogląda. Ale to dobrze, że jest. Zawsze to jakaś rozrywka a i o świecie więcej człowiek wie niż kiedyś. No na przykład te zwierzęta. Ludzie w miastach nic by o nich nie wiedzieli, a tak to ile można poznać. I to nie tylko z naszego kraju, ale przecież i z innych też pokażą, gdzie by człowiek nigdy nie pojechał i nic by nie wiedział. (R39, kobieta z rodziny robotniczej)

Podsumowując, telewizor jako przedmiot pragnień zachęcał do rywalizacji poprzez podążanie za aktualną modą. Natomiast telewizor w procesie udomawiania stawał się artykułem pierwszej potrzeby. Zmieniał przestrzenny układ mieszkania, przyczyniając się do meblowania jego otoczenia wedle aktualnej mody, „wypierając” przedmioty z porządku obyczaju z eksponowanych miejsc w mieszkaniu. Zmieniał praktyki zamieszkiwania, gromadząc domowników wokół siebie i czyniąc oglądanie telewizji (czyli podłączenie pod społeczeństwo mody) dominującą praktyką podejmowaną w domu, a w części rodzin – dominującą praktyką czasu wolnego.

### **Podłączeni: jak moda poprzez telewizor regulowała praktyki**

W tej części artykułu odpowiem na drugie pytanie badawcze (w dwóch pierwszych podrozdziałach)

oraz na trzecie pytanie badawcze (w trzecim podrozdziale). Jak twierdzi Darin Barney (2000), technologie transmitujące masowy przekaz na odległość (*broadcast technologies*) przewyższają pod względem skuteczności w kształtowaniu ludzkiego umysłu wszystkie wcześniejsze środki przekazu, może za wyjątkiem Biblii. Ponieważ życie nowoczesnego człowieka stało się w dużej mierze izolowane i prywatne, to radio i telewizja dostarczały „politycznych instrukcji pod postacią tzw. wiadomości oraz podstawowej socjalizacji pod postacią programów rozrywkowych” (Barney 2000: 13 [tłum. własne]). Uleganie wpływom telewizji nie jest tak totalne i nieuchronne ze względu na to, że publiczność stosuje taktyki negocjowania znaczeń (de Certeau 1984). Jednakże, analizowany materiał sugeruje, że przejmowanie czy negocjowanie znaczeń nie dzieje się tylko w procesie świadomego oglądania, ale przez większość czasu podczas podłączenia pod telewizję mimochodem, nieświadomie i przy okazji. Telewizor w latach 1978–82 był włączony w badanych rodzinach przez całe popołudnia i weekendy, podczas gdy z uwagą oglądało się tylko niektóre programy.

### **Mechanizm podłączenia**

Mechanizm podłączenia wyglądał w ten sposób, że ktoś z domowników włączał telewizor na konkretny program: film, serial, program dla młodzieży, a po obejrzeniu programu nie wyłączał telewizora. Odtąd przez resztę popołudnia telewizor „gra jak leci” – takiego określenia używali badacze, opisując to zjawisko. Używali jeszcze określeń: „telewizję ogląda się stale”, „telewizję ogląda się na okrągło”, „telewizor włączony non stop”, określenia te były

obecne przy większości opisywanych przypadków. Oznacza to, że telewizor był włączony, zaś domownicy nie zwracali nań uwagi – rozmawiali, jedli, zajmowali się codziennymi czynnościami – majsterkowaniem, gotowaniem, sprzątaniem. Zdarzało się, że jednocześnie grał zarówno telewizor, jak i radio. W większości domów obecność gości również nie przeszkadzała, by telewizor był włączony „jak leci”. Przykładem jest opisane w materiałach wczesne popołudnie niedzielne w rodzinie robotniczej, po sobotniej imprezie rodzinnej. W domu, oprócz domowników, obecne były dorosłe dzieci z rodzinami. Jedni jedli obiad, inni palili papierosy, wszyscy rozmawiali – przypominając sobie wczoraj opowiedane dowcipy. Telewizor włączono w połowie jakiegoś filmu, którego nikt nie oglądał, ale spoglądano nań, gdy jakaś scena przykuwała uwagę głośniejszą muzyką.

Dobrze oddaje mechanizm podłączenia następujący cytat z materiałów zamożnej, wielodzietnej rodziny rolników z małego miasta:

Chociaż telewizja stale towarzyszy popołudniowemu życiu rodziny, to nie można skonstatować, że program oglądany jest w całości i nie wybiórczo. Liczne audycje oglądane są mimochodem, w przełocie, przy okazji. W skupieniu śledzi się akcję sensacyjnych i przygodowych filmów/nadawanych zwł. wieczorem/, treść dziennika TV i prognozę pogody, programy dla rolników i filmy przyrodnicze. Ojciec i starsi chłopcy zasiadają przed odbiornikiem na dobre dopiero wieczorem, P. [9-letni syn] – najchętniej nie odrywałby oczu od ekranu, matka nie potrafi usiedzieć beczynnje: odchodzi na chwilę do różnych zajęć, podobnie jak zajęcia przerywa, by spoj-

rzeć „co tam takiego dają”. Rodzice nie selekcionują programów, które dzieci oglądają. P. ogląda, co się tylko da, niezależnie od pory. Potrafi też precyzyjniej niż rodzice opowiedzieć treść oglądanego filmu, oni często nie mogą sobie przypomnieć tytułu filmu; nie mówiąc o reżyserii czy aktorach /chyba, że chodzi o głośną gwiazdę/. Najpełniej odbierane jest to, co ma odniesienie do własnych doświadczeń, to o czym można rozmawiać, stosując przyjęte kategorie moralne. (R16)

W powyższym cytacie badaczka zwróciła uwagę – obok wspomnianego wcześniej przeze mnie oglądania mimochodem – na odmienny sposób odbioru różnych kategorii wiekowych oraz kobiet i mężczyzn. O napięciu pomiędzy oglądaniem telewizji i pracami domowymi w przypadku kobiet pisałam już wcześniej. Dla mężczyzn oglądanie telewizji było odpoczynkiem po pracy poza domem, często utożsamianym po prostu z byciem w domu. Jeśli chodzi o dzieci, to nie tylko to dziecko, ale i inne dzieci w badanych rodzinach z większą niż rodzice uwagą podłączały się pod telewizor.

Zauważmy również, że ze świadomą uwagą oglądano to, co odnosi się do własnych moralnych doświadczeń, zgodnie z zasadą realizmu emocjonalnego (Ang 1985). Według Jean-Claude Kaufmanna (2004) refleksyjność pojawia się wskutek dysonansu między zinterioryzowanymi schematami, czyli zapisanymi w pamięci wzorami zachowań. Tak więc, jeśli oglądane na ekranie praktyki należą do repertuaru uwewnętrznionych schematów zachowań, to będą budzić emocje i dyskusje wokół siebie i alternatywnych schematów zachowań również zinterioryzowanych albo nawet operacyjnych

(aktualnie wcielanych w życie). Świadoma refleksja nad praktykami jest późniejszą fazą wcielania danego schematu. Natomiast, żeby w ogóle zwrócić świadomą uwagę na jakąś praktykę, musi ona zostać uwewnętrzniona – zapisana w repertuarze schematów działań w pamięci ukrytej. Używając teorii Kaufmanna do analizy materiałów, można powiedzieć, że zapisywanie wzorów zachowań w pamięci ukrytej miało miejsce podczas oglądania telewizji mimochodem, podczas podłączenia „jak leci”, ponieważ wszelkie obrazy, strzępki wypowiedzi i inne uchwycone przelotnie informacje budują uwewnętrznione schematy. Natomiast oglądanie z uwagą służyło „obróbce” zinterioryzowanych schematów, „przyzwyczajenie, które przeszło przez sito refleksyjności, może utrwalić się spokojnie bez wewnętrznego niepokoju...” (Kaufmann 2004: 181). Poniżej omówię te wzory zachowań przejęte z telewizji, które „przeszły przez sito refleksyjności”, bowiem rozmówcy o nich opowiadali jako przejętych przez telewizor jako kanał mody. Nie zawsze droga do wcielenia danego schematu wiedzie przez refleksyjność. Niektóre schematy stają się operacyjne bez udziału świadomości. Dalej omówię te wzory zachowań, które badacze zaobserwowali jako przejęte z telewizji przez rozmówców.

### **Telewizor jako kanał mody**

Przyjrzyjmy się teraz konkretnym wzorom zachowań, które były obecne zarówno w programach publicystycznych, rozrywkowych, jak i serialach i filmach, a następnie przyswajane przez rozmówców. Analizowałam, na ile były świadomie obserwowane i naśladowane przez rozmówców; oraz czy badacze zaobserwowali wzorotwórczą rolę te-

lewizji. Rozmówcy twierdzili, że w telewizji można podpatrzeć innych ludzi, ich sposób zachowania, stroje, urządzenie wnętrza. Takie słowa zanotował badacz po rozmowie z żoną pewnego stoczniowca: „zawsze starałam się podpatrzeć innych ludzi, przeczytać, można widzieć też w telewizji...” i pokrótce tę wypowiedź skomentował: „/chodzi o sposób zachowania, urządzenie wnętrza itp./” (R2). To z kolei informacja z jeszcze innej rodziny robotniczej ze średniej wielkości miasta: „Dla żony w TV są interesujące stroje, wraz z córką oglądają z tego powodu festiwale (za bardzo elegancką uważa Irenę Dziedzic i Krystynę Loskę)” (R52). Wśród świadomie przejmowanych wzorów zachowań były również praktyki żywieniowe i praktyki wychowywania dzieci. Stoczniowiec uważał, że: „alkohol czysty dobry na apetyt, żołądek, samopoczucie, do obiadu dobrze wypić, nawet w TV to pokazują, a teściowa też powiedziała, że kieliszek do obiadu to lekarstwo” (R1). Z kolei emeryt poddawał refleksji praktyki wychowywania dzieci. Jak pisał badacz: „Poglądy czerpie z TV – dzieciom trzeba czytać bajki, film tego nie zastąpi” (R52). W tych przypadkach mamy do czynienia ze świadomym odbieraniem wzorów mody przez kanał telewizji.

Z drugiej strony, w rodzinie inteligenckiej z robotniczego miasta, badacz obserwował, że:

Ważniejsze jest życie od telewizji – tzn. łatwo rezygnują z oglądania ulubionego serialu, aby pójść na zabawę. Lubią seriale i choć zdają się nie przywiązywać wagi do telewizji, oddziałuje ona na nich znacznie wzorotwórczo (podświadomie przejmują wzory średniości oferowane przez TV, przejmują telewizyjne preferencje, gusty). (R31)

Niestety badacz nie podał żadnego uzasadnienia swojej interpretacji, może tam chodzić o urządzenie domu, bowiem przy okazji opisu mieszkania, badacz wspominał o powszedniości i naśladownictwie. Dalej badacz pisał, że ta rodzina była sama wzorotwórcza wobec znajomych, lokatorów, sąsiadów i znów nie podał przykładów. Mamy więc do czynienia z nieświadomym odbieraniem wzorów mody przez kanał telewizji. Można pokusić się o interpretację, że pomimo oglądania niewielu programów w telewizji w sposób świadomy, to właśnie podczas oglądania mimochodem, podłączenia „jak leci”, wiele wzorów zachowań było zapisywanych nieświadomie w pamięci ukrytej rozmówców, tak jak twierdzi Kaufmann (2004).

Były też przypadki rodzin, w których ani respondenci ani badacze nie obserwowali wpływu telewizji jako kanału mody. W jednej z rodzin robotniczych badacz obserwował, że to nie telewizja była autorytetem w sprawach mody, wzorów życiowych i konsumpcji; że dla rozmówcy grupą odniesienia w tym zakresie była jego grupa towarzyska. Jednakże niestety w opisie tego przypadku brak uzasadnień tej tezy. Starsi rozmówcy z rodziny inteligenckiej również twierdzili, że telewizja nie jest dla nich autorytetem, że nie naśladują tego, co w niej mówią czy pokazują – choć trudno o pełną samoświadomość w tym zakresie.

Zainteresowanie strojami, wystrojem mieszkania, różnymi wzorami zachowań pokazywanymi w różnych programach i filmach oznacza podłączenie pod społeczeństwo mody, czyli pewną szeroką grupę odniesienia, w ramach której ludzie przejmują

ją od innych i naśladują pasujące do ich dotychczasowego sposobu życia wzory zachowań (Lipovetsky 1987). Społeczeństwo mody to ponadnarodowe społeczeństwo konsumpcyjne, przejmowanie wzorów nie ogranicza się do programów rodzimych. W materiałach pojawiają się wzmianki o filmach zagranicznych, stosunkowo mało o amerykańskich, popularnych jeszcze w latach 60. XX wieku (Pleskot 2007), chętnie oglądane były natomiast produkcje radzieckie.

Dla wszystkich rozmówców telewizor był głównym źródłem wiadomości – autorytetem w dziedzinie wiedzy. Niektórzy nie czytali gazet, traktując telewizor jako jedyne źródło informacji. Wszyscy stwierdzali, że w tej funkcji zastąpił radio. Telewizor był również głównym „dostawcą” kultury. Rozmówcy raczej nie chodzili więc do kin, do teatru, na koncerty. Niektórzy czytali książki. Wiedzę oraz przekazy kultury można umieścić w wierzchołku refleksyjności społecznej kwadratu dialektycznego Kaufmanna (2004), on sam podaje informacje z mediów jako przykład refleksyjności społecznej, które dalej służą opracowaniu osobistego zachowania. Tak więc elementy programów informacyjnych czy kulturalnych i rozrywkowych, z których rozmówcy czerpali wiedzę lub za ich pomocą obcowali z kulturą, były używane najpierw do nieświadomego uwewnętrzniania schematów a następnie świadomej nad nimi refleksji, prowadzącej lub nie do ich wcielenia. Skoro oglądanie telewizji było dominującą praktyką w domu oraz respondenci deklarowali, że telewizor jest głównym źródłem ich wiedzy, to można sądzić, że telewizor był ważnym kanałem mody, z którego czerpali wzory zachowań.

## Podłączenie wspólnotowe: udział telewizora w praktykach towarzyskości

W tym podrozdziale odpowiem na trzecie pytanie badawcze. Tak – wedle relacji badacza – podłączała się pod wiadomości ze świata wspomniana wcześniej zamożna rodzina rolnicza z małego miasta:

Elementem dominującym ponad wszystkim jest telewizja. Odbiornik włączony od wczesnego popołudnia zwykle do końca programu emituje na cały dom informacje o tym co dzieje się poza obrębem społeczności lokalnej. Stanowi bardzo istotne – obok rozmów z ludźmi przyjeżdżającymi – źródło wiadomości. Poprzednio funkcję tę spełniało radio/dla pracującej wówczas w W. [nazwa własna zakładu] X. [żony], nie było ono jednak aż tak ważne, jak zastępujący dziś zakładowe kontakty telewizor/. (R16)

Praktyki odbioru informacji polegały na negocjowaniu odbieranych treści. Członkowie cytowanej powyżej rodziny, a także innych, dyskutowali nad przekazem, wyłapując rozbieżności z własnym doświadczeniem. W ten sposób przekaz kultury z szerszej wspólnoty był kontrolowany przez wspólnotę rodzinną:

Do programów publicystycznych podchodzi się z pewną dozą nieufności, krytycznie. Każda informacja rozbieżna z ich tzn. członków rodziny X praktyką wyłapywana jest momentalnie, wzmaga rezerwę oraz jednoczy rodzinę w dyskusji/szczególnie kiedy odnosi się to do którejkolwiek dziedziny rolnictwa/. (R16)<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Świadomość propagandy państwa socjalistycznego wpływała u niektórych na selekcyjonowanie oglądanych programów, stanowiących źródło wiedzy. W innych przypadkach

Praktyki odbioru dzieł kultury poprzez telewizję również łączyły się z aktywnym negocjowaniem oraz współtworzeniem ich treści. Zarówno dorośli, jak i dzieci, z rodzin robotniczych i inteligentkich nagrywali piosenki i skecze z telewizji oraz radia na magnetofon. W jednej z rodzin dzieci czasem robiły kawały i nagrywały rozmowy rodzinne. W rodzinie inteligentkiej matka nauczycielka dyskutowała o spektaklach teatralnych pokazywanych w telewizji z dziećmi. W gronie rodzinnym i podczas spotkań ze znajomymi (tych z włączonym i wyłączonym telewizorem) respondenci prowadzili dyskusje o konkretnych problemach poruszanych programach i filmach. W niektórych tylko rodzinach w czasie wolnym zamiast telewizji aktywnie obcowało się z kulturą poprzez wspólny śpiew, grę na gitarze czy flecie, to były typowe sposoby spędzania wieczorów w polskich rodzinach przed wkroczeniem do domów mediów masowych (Bauman, Halawa, Wróbel 2008).

W rodzinie rolniczej z małego miasta telewizor towarzyszył podczas niedzielnych i świątecznych posiłków (w pozostałe dni jadali osobno i szybko w kuchni), a także podczas biesiad i przyjmowania gości, ale raczej było to podłączenie w tle:

Szkic sytuacyjny wygląda zazwyczaj podobnie: wszyscy schodzą się stopniowo, bez pośpiechu w zw. z określoną godziną, na stole pojawia się wódka. szukanie kieliszków, potem X. przynosi

mamy do czynienia z ambiwalencją – ze świadomością istnienia propagandy, a mimo to odbieraniem zideologizowanych informacji.



kawę i herbatę, następnie dochodzi do wniosku, że i tym razem szykuje się większe picie, więc nie obejdzie się bez kanapek. Gdy alkohol trochę zaszumi w głowach, gdy wzrok Y. robi się rozmarzony, przychodzi pora na śpiewanie i na organki. Równocześnie P. wyciąga adapter, jakby się nie mógł doczekać „kiedy zaczną tańcować”. Bywa więc, że w tym samym czasie można usłyszeć telewizor /jest on przeważnie włączony podczas biesiad, różne jest tylko natężenie głosu/, grające organki i dźwiękowe pocztówki. Dźwięki przeplatają się ze słowami rozmów i śmiechu, na krótko aż atmosfera klaruje się i wszyscy wybierają taniec, potem znowu powraca chaos wielu dziejących się jednocześnie rzeczy. (R16)

W kilku rodzinach, gdzie domownicy spędzali dużą część czasu samotnie, podłączenie, zarówno pod radio, jak i telewizor, traktowane było jako towarzystwo, przeciwdziałanie poczuciu osamotnienia:

Pan X opowiadał, że tak bardzo nie lubi zostawać sam w domu, że gdy zaistnieje taka sytuacja włącza we wszystkich pokojach radia i telewizor, żeby mieć wrażenie, że ktoś tam jest i rozmawia. (R41, rodzina inteligencka w wieku starszym)

W społeczeństwie tradycyjnym przekaz kultury odbywał się w ramach wspólnoty. W społecznościach wiejskich do mechanizmów przekazu kultury należały tak zwane zgromadzenia: na przykład wieczorne spotkania sąsiadów zimą, gdzie podczas przedzenia śpiewano, opowiadano historie z kroniki wiejskiej, ale także mityczne opowieści o świętych i Panu Jezusie wędrujących po

świecie czy o różnych mitycznych istotach (Dobrowolski 1958). Wiadomości ze świata, wzory zachowań w ten sposób były transmitowane w wioskowej społeczności, a jednocześnie przechodziły przez filtr wspólnoty wiejskiej: były poddawane kontroli społecznej i negocjowane. Analizowane materiały pokazują, że podobnie działo się w Polsce w latach 1978–82, czyli już w społeczeństwie nowoczesnym. Socjalizacja odbywała się poprzez telewizor, stamtąd płynęła wiedza, która kształtowała postawy; pokazywane były dzieła kultury, które umożliwiały rozmówcom identyfikację; i w ten sposób przejmowane były konkretne wzory zachowań oferowane przez społeczeństwo mody. Jednakże ów przekaz kultury odbywał się wspólnotowo – zawsze w gronie rodziny nuklearnej oraz stosunkowo często również w gronie rodziny szerszej, wspólnoty sąsiedzkiej czy przyjacielskiej. Podobnie jak w społeczności tradycyjnej, tak i tutaj Cooleyowska grupa pierwotna stanowiła filtr, poprzez który przesiewane były treści. Jednocześnie telewizor – a właściwie całe społeczeństwo mody, z którym on łączy – stał się kompanem w praktykach towarzyskości, stanowił kolejny głos podczas spotkań i biesiad, którego rozmówcy słuchali, gdy mówił coś ciekawego, a w innych przypadkach koncentrowali się na „ludzkich” towarzyszach zabawy; a także dotrzymywał towarzystwa, gdy byli sami – jego głos, którego nie zawsze uważnie słuchali, dawał poczucie współprzebywania. W materiałach są informacje wskazujące na kształtowanie się odbioru przekazu medialnego indywidualnie, działo się tak w przypadku młodzieży, której rodzice dali odbiorniki telewizyjne do użytku własnego.

## Podsumowanie

Telewizor był ważnym kanałem mody, z którego respondenci czerpali wzory zachowań. Świadczy o tym z jednej strony to, że oglądanie telewizji było dominującą praktyką podejmowaną w domu – telewizor był włączony w większości badanych rodzinach prawie cały czas, który spędzali w domu, skupiał domowników wokół siebie. Z drugiej strony, respondenci deklarowali, że telewizor jest ich głównym źródłem wiedzy i obcowania z kulturą.

Badane rodziny oglądały program telewizyjny „jak leci” – zgodnie z modelem odbioru strumieniowego, nie koncentrując się świadomie na większości przekazywanych treści. Ciągłe podłączenie pod społeczeństwo mody, w trakcie gdy telewizor działał nieoglądany, stanowiło stałe źródło nieświadomego przejmowania wzorów zachowań i budowania z nich schematów działań w pamięci ukrytej. Treści bliskie doświadczeniom jednostek, czyli te, które odnosiły się do już uwewnętrznionych schematów, były dyskutowane w gronie rodziny, sąsiadów, znajomych. Podobnie jak w społeczności tradycyjnej, tak i tutaj Cooleyowska grupa pierwotna stanowiła filtr, poprzez który przesiewane były odbierane treści. W ten sposób aktywnie „poddawano obróbce” wzory zachowań w celu ich wcielenia w życie lub odrzucenia.

Telewizor jako przedmiot pragnień „sprawiał”, że respondenci pragnęli go posiadać. Telewizor jako przedmiot – już obecny w mieszkaniu – wpływał na przekształcanie układu przestrzeni mieszka-

nia, w ten sposób żeby był zmienny, podlegał aktualnie lansowanym wzorom, jednym słowem – był regulowany przez modę. Telewizor jako medium z kolei umożliwiał stałe podłączenie pod społeczeństwo mody i odbiór przekazywanych przez telewizję wzorów zachowań. Telewizor „sprawiał” również, że dom stawał się coraz bardziej podporządkowany praktyce oglądania telewizji, stojąc w centralnym punkcie największego pokoju, otoczony przez meble służące siedzeniu i oglądaniu.

Dominacja telewizora oraz oglądania telewizji jako najważniejszej praktyki w domu wywoływała opór obyczaju – wyrażony przede wszystkim w nawykach kobiet, które nie były w stanie oglądać beczynn timer. Opór stawiała również organizacja przestrzenna mieszkania, gdzie przedmioty kultury jako elementy porządku obyczaju nadal spełniały swoje funkcje, choć w mniej eksponowanych niż telewizor przestrzeniach. Modzie jako regulatorze codziennych praktyk stawiała opór również gospodarka niedoboru – rzadko kto mógł zakupić prestiżowy w badanym okresie telewizor kolorowy czy modne meble.

## Podziękowania

Za uwagi do pierwszej wersji tekstu dziękuję dwóm anonimowym recenzentom, a także Mateuszowi Halawie, który był moim przewodnikiem po dziedzinie socjologii mediów, oraz Marciniowi Jewdokimowowi, któremu jestem również wdzięczna za pomoc w kodowaniu części materiałów oraz za udział w kwerendzie bibliotecznej.

## Bibliografia

- Anderson Benedict (1997) *Wspólnoty wyobrażone: rozważania o źródłach i rozprzestrzenianiu się nacjonalizmu*. Przełożył Stefan Amsterdamski. Kraków: Znak.
- Ang Ien (1985) *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Appadurai Arjun (2005) *Nowoczesność bez granic*. Przełożył Zbigniew Pucek. Kraków: Universitas.
- Barney Darin (2000) *Prometheus Wired: The Hope for Democracy in the Age of Network Technology*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bauman Zygmunt, Halawa Mateusz, Wróbel Paulina (2008) *Bauman o popkulturze: Wypisy*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Bishop Libby (2014) *Re-using Qualitative Data: A Little Evidence, On-going Issues and Modest Reflections*. „Studia Socjologiczne”, vol. 3(214), s. 167–176.
- Campbell Colin (1987) *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Crowley David, Reid Susan E. (2010) *Pleasures in Socialism: Leisure and Luxury in the Eastern Bloc*. Evanston: Northwestern University Press.
- Dant Tim (2007) *The Pragmatics of Material Interaction*. „Journal of Consumer Culture”, vol. 8(1), s. 11–33.
- de Certeau Michel (1984) *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Dobrowolski Kazimierz (1958) *Chłopska kultura tradycyjna*. „Etnografia Polska”, vol. 1, s. 19–56.
- Dyczewski Leon (1982) *Kontynuacja i zmiana w stylach życia polskiego społeczeństwa*. „Roczniki Nauk Społecznych”, vol. 10, s. 231–246.
- Gauntlett David, Hill Annette (1999). *TV Living: Television, Culture and Everyday Life*. London, Nowy Jork: Routledge.
- Gdula Maciej (2014) *4 czerwca 1989. Jak naród nie obalił komuny*. „Krytyka Polityczna”, 4 czerwca 2014 [dostęp 6 sierpnia 2018 r.]. Dostępny w Internecie: <<http://krytykapolityczna.pl/kultura/historia/4-czerwca-1989-jak-narod-nie-obalil-komuny/>>.
- Geertz Clifford (2003) *Opis gesty – w stronę interpretatywnej teorii kultury* [w:] Marian Kempny, Ewa Nowicka, red., *Badanie kultury. Elementy teorii antropologicznej*. Przełożył Sławomir Sikora. Warszawa: PWN, s. 35–58.
- Gitelman Lisa (2006) *Always Already New. Media, History, and the Data of Culture*. Massachusetts and London: The MIT Press.
- Giza-Poleszczuk Anna (2002) *Rodzina i system społeczny* [w:] Mirosława Marody, red., *Wymiary życia społecznego. Polska na przełomie XX i XXI wieku*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar, s. 272–301.
- Halawa Mateusz (2006) *Życie codzienne z telewizorem*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Hand Martin, Shove Elizabeth (2004) *Orchestrating Concepts: Kitchen Dynamics and Regime Change in Good Housekeeping and Ideal Home, 1922-2002*. „Home Cultures”, vol 1(3), s. 235–256.
- Hand Martin, Shove Elizabeth (2007) *Condensing Practices: Ways of living with a freezer*. „Journal of Consumer Culture”, vol. 7(1), s. 79–104.
- Haranne Markku, Siciński Andrzej (1987) *Changes of Life Styles in Finland and Poland* [w:] Jeja-Pekka Roos, Andrzej Siciński, eds., *Ways of Life in Finland and Poland. Comparative Studies on Urban Populations*. Aldershot: Avebury, s. 12–35.
- Jewdokimow Marcin (2008) *Meblościanka i jej użytkowanie w polskich mieszkaniach* [w:] Zbigniew Opacki, Dagmara Płaza-Opacka, red., *Dom. Spotkanie przestrzeni prywatnej i publicznej na tle przemian cywilizacyjnych XIX i XX wieku. Zbiór studiów*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, s. 285–300.
- Kaufmann Jean-Claude (2004) *Ego. Socjologia jednostki*. Przełożył Krzysztof Wakar. Warszawa: Oficyna Naukowa.

- Każmierska Kaja (2014) *Autobiograficzny wywiad narracyjny – kwestie etyczne i metodologiczne w kontekście archiwizacji narracji*. „Studia Socjologiczne”, vol. 3(214), s. 221–238.
- Kochanowski Jerzy (2010) *Tylnymi drzwiami. Czarny rynek w Polsce 1944-89*. Warszawa: Neriton.
- Krzeczkowska Eugenia, Ploch-Dzikowiecka Ewa (1979) *Mały rocznik statystyczny 1979*. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny.
- Kurz Iwona (2008) *Konsumpcja: „coca-cola to jest to!”*, [w:] Małgorzata Szpakowska, red., *Obyczaje polskie. Wiek XX w krótkich hasłach*. Warszawa: W.A.B., s. 145–157.
- Lipovetsky Gilles (1987) *L'Empire de l'éphémère: la mode et son destin dans les sociétés modernes*. Paryż: Gallimard.
- Lisowska-Magdziarz Małgorzata (2008) *Media powszednie. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Mateja-Jaworska Bogumiła (2013) *Posttelewizja? Widzowie wobec przemian mediów*. Niepublikowana praca doktorska. Poznań: UAM.
- Mazurek Małgorzata (2010) *Spółeczeństwo kolejki. O doświadczeniach niedoboru 1945–1989*. Warszawa: TRIO.
- McKendrick Neil, Brewer John, Plumb John H. (1982) *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Morley David (1986) *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia.
- Morley David (1992) *Television, Audiences and Cultural Studies*. London, New York: Routledge.
- Morley David, Silverstone Roger (1990) *Domestic communication – technologies and meanings*. „Media, Culture and Society”, vol. 12, s. 31–55.
- Pleskot Patryk (2007) *Wielki mały ekran. Telewizja a codzienność Polaków w latach sześćdziesiątych*. Warszawa: TRIO.
- Pusnik Marusa, Starc Gregor (2008) *An entertaining (r)evolution: the rise of television in socialist Slovenia*. „Media, Culture & Society”, vol. 30/6, s. 777–793.
- Roos Jeja-Pekka, Siciński Andrzej, red., (1987) *Ways of Life in Finland and Poland. Comparative Studies on Urban Populations*. Aldershot: Avebury.
- Sahakian Marlyne, Wilhite Harold (2013) *Making practice theory practicable: Towards more sustainable forms of consumption*. „Journal of Consumer Culture”, vol. 14/1, s. 25–44.
- Schmidt Filip, Skowrońska Marta (2016) *Wyposażenie gospodarstw domowych, mieszkań i budynków w instalacje techniczne oraz przedmioty codziennego użytku w XX i XXI wieku*. Niepublikowany raport przygotowany w ramach grantu NCN „Rewolucja konsumpcyjna w Polsce”.
- Siciński Andrzej, Wyka Anna (1988) *Badania „rozumiejące” stylu życia: narzędzia*. Warszawa: IFiS PAN.
- Silverstone Roger (1994) *Television and Everyday Life*. London: Routledge.
- Szpakowska Małgorzata (2003) *Chcieć i mieć. Samowiedza obywatelska w Polsce czasu przemian*. Warszawa: W.A.B.
- Szynkiewicz Sławoj (1976) *Rodzina*, [w:] Maria Biernacka, Bronisława Kopczyńska-Jaworska, Anna Kutrzeba-Pojnarowa i Wanda Paprocka, red., *Etnografia Polska. Przemiany kultury ludowej*, t. 1, Wrocław: Ossolineum, s. 477–501.
- Wasiak Patryk (2015a) *Wyposażenie wewnątrz gospodarstw Polaków i społeczeństwo konsumpcyjne od gospodarki planowej do wolnego rynku*, [w:] Katarzyna Stańczak-Wiślicz, Patryk Wasiak, Agnieszka Węglińska, red., *Transformacje społeczne w Polsce na tle Europy: Nowoczesność – media – kultura materialna*. Polkowice: Wydawnictwo Uczelniane Jana Wyżykowskiego, s. 37–60.
- Wasiak Patryk (2015b) *Debating Consumer Durables, Luxury and Social Inequality in Poland during the System Transition*. „Zeitschrift Für Ostmitteleuropa-Forschung”, vol. 64(4), s. 544–565.

Wedel Janine (2007) *Prywatna Polska*. Warszawa: TRIO.

Williams Raymond (1974) *Television. Technology and Cultural Form*. London: Routledge.

Zalewska Joanna (2011) *Nowe przedmioty a przemiany praktyk społecznych w doświadczeniu ludzi starych*, [w:] Janusz Mucha, Łukasz Krzyżowski, red., *Ku socjologii starości. Starzenie się w biegu życia jednostki*, Kraków: Wydawnictwo AGH, s. 201–226.

Zalewska Joanna, Cobel-Tokarska Marta, red., (2014) *Od obyczaju do mody: przemiany życia codziennego*. Warszawa: Wydawnictwo APS.

Zalewska Joanna (2015) *Rewolucja konsumpcyjna i kształtowanie się podmiotu emocjonalnego w perspektywie Norberta Eliasa*. „Kultura i Społeczeństwo”, vol. 1, s. 115–136.

Zalewska Joanna (2017) *Consumer Revolution in People's Poland: Technologies in Everyday Life and the Negotiation between Custom and Fashion (1945-1980)*. „Journal of Consumer Culture”, vol. 17(2), s. 321–339.

## Cytowanie

Zalewska Joanna (2018) *Podłączeni pod społeczeństwo mody: udomawianie telewizora a kształtowanie się mody w Polsce Ludowej. Analiza materiałów z badań nad stylami życia Andrzeja Sicińskiego (1978-82)*. „Przegląd Socjologii Jakościowej”, t. 14, nr 4, s. 190–218 [dostęp dzień, miesiąc, rok]. Dostępny w Internecie: <[www.przegladsocjologiijakosciowej.org](http://www.przegladsocjologiijakosciowej.org)>. DOI: <http://dx.doi.org/10.18778/1733-8069.14.4.10>.

## Wired to Fashion Society: The Domestication of Television Set and the Emergence of Fashion in People's Poland. Analysis of the Research Materials on Ways of Life (1978-82)

**Abstract:** The aim of the article is to answer the question how domestication of television set has influenced the emergence of fashion regulating social practices in People's Poland. The qualitative secondary data on ways of life have been analysed. The materials were gathered by Andrzej Siciński and his team in the years 1978-82 in four cities. It occurs that television set was the channel through which the patterns of fashion were transmitted. The families were wired to the fashion society, because the television set was on constantly nevertheless it was watched or not. The TV was watched by communities not by individuals: if the content was watched with awareness, it was discussed and negotiated within families and friends. Due to the domestication of the television set, watching TV has become the dominant social practice in the home. This domination was resisted by customary norm according to which the home is the place of the housework and the habits of women.

**Keywords:** fashion, domestication of technology, television set, social practices, analysis of qualitative secondary data