

**OMÓWIENIA, POLEMIKI, RECENZJE**KORNELIA RADZIĘTA  
Kraków**PRZEDMIOTY W ŻYCIU SPOŁECZNYM**

Socjologia przedmiotów traktuje o przedmiotach jako istotnym składniku życia społecznego. Przedmioty w takim ujęciu nie są zwykłymi narzędziami. Pełnią rozmaite funkcje i wpływają w znaczący sposób na kształt interakcji społecznych. Tim Dant, jeden ze zwolenników takiego sposobu myślenia, twierdzi, iż opis kultury materialnej, powszechny w antropologii kultury czy etnografii, nie jest wystarczająco rozwinięty w socjologii. Z tych powodów postuluje podjęcie w tej dyscyplinie badań nad kulturą materialną. Zwraca uwagę na to, iż nasz kontakt z przedmiotami w życiu codziennym nie ma charakteru wyłącznie funkcjonalnego, ale jest rodzajem stosunku o charakterze społecznym: „kultura materialna wiąże nas z innymi ludźmi w naszym społeczeństwie, podsuwając środki umożliwiające podzielenie tych samych wartości, czynności i stylów życia w bardziej namacalny i trwały sposób, niż czyni to język lub bezpośrednia interakcja. Kultura materialna nie jest jednak oderwana od języka i interakcji; rzeczy są często tematem rozmowy lub celem działania i równie często ułatwiają interakcję lub stają się środkiem interakcji podobnej do języka”<sup>1</sup>. Socjologia przedmiotów to pole do głębszej refleksji nad sposobem funkcjonowania przedmiotów w naszym codziennym życiu.

Problematyka życia przedmiotów w kulturze popularnej została podjęta w książce pod redakcją Wiesława Godzica i Macieja Żakowskiego *Gadżety popkultury*<sup>2</sup>. Maciej Żakowski we

Adres do korespondencji: radzieta.k@gmail.com

<sup>1</sup>T. Dant, *Kultura materialna w rzeczywistości społecznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.

<sup>2</sup>Wiesław Godzic, Maciej Żakowski (red.), *Gadżety popkultury. Społeczne życie przedmiotów*,

wstępie uzasadnia potrzebę głębszego zainteresowania socjologii kulturą materialną: „istnieje cały szereg przyczyn, dla których nauki społeczne i badania nad kulturą powinny zajmować się relacjami pomiędzy jednostkami, kulturami i społeczeństwami a uniwersum przedmiotów. Kultura materialna była jak dotąd domeną przede wszystkim etnografii i antropologii kultury, gdzie nadawanie rzeczom sensu jest jednak tłumaczone z perspektywy funkcjonalnej bądź strukturalnej, przez co bada się przede wszystkim zasady, na jakich dany przedmiot tej kultury funkcjonuje w społecznościach oraz jak wpływa na ich spójność i stabilność” (s. 7). Podobnie więc jak u Tima Danta, pojawia się tu argument niewystarczającej obecności kultury materialnej w analizach socjologicznych w porównaniu z innymi dyscyplinami. Maciej Żakowski pisze, iż zawarte w zbiorze prace są próbą udowodnienia, iż przedmioty, które nas otaczają i z którymi nieustannie obcujemy, „nie tylko sytuują jednostkę w społecznej stratyfikacji, ale stanowią istotny element jej wizerunku jako rekwizyty roli społecznej, która w coraz większym stopniu opiera się właśnie na ich obecności” (s. 8).

Omawiana książka ukazała się w serii *Popkultura i Media*, obejmującej między innymi: *Znani z tego, że są znani* autorstwa Wiesława Godzica (2007), *Życie codzienne z telewizorem* Mateusza Haławy (2006) czy *Biodra Elvisa Presleya* Mariusza Czubaja (2007). Składa się na nią piętnaście tekstów: oprócz prac redaktorów między innymi rozdziały pióra Zygmunta Baumana, Anny Wieczorkiewicz, Małgorzaty Boguni-Borowskiej, Wojciecha Józefa Burszty, Katarzyny Szajewskiej, Dominika Bartmańskiego i Tomasa Szlendaka. Analizie zostały w nich podda-

Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007, stron 335.

ne: karta kredytowa, pilot, T-shirt, telefon komórkowy, joystick, przedmioty związane z seksem, *curriculum vitae* i wiele innych. Za motto zbioru można uznać pochodzące ze wstępu zdanie: „Ludzie kształtują przedmioty, które z kolei kształtują świat ludzi” (s. 15).

W jednym z najciekawszych, moim zdaniem, rozdziałów przedmiotem analizy staje się karta kredytowa. Autor, Zygmunt Bauman, stwierdza, iż „jako członkowie narodu konsumentów nie musimy już odkładać spełnienia marzeń na później” (s. 19), a to za sprawą pojawienia się karty kredytowej, która pozwala nabyć to, czego pragniemy, bez zbędnego czekania. Dziś posiadanie karty kredytowej jest niemal społecznym wymogiem, a życie na kredyt staje się normą i przestaje kogokolwiek dziwić. Autor zastanawiając się nad przyczynami tego zjawiska zadaje pytanie, dlaczego życie na kredyt i zaciąganie długów jest dziś tak bardzo atrakcyjne, staje się wręcz niezbywalnym elementem dnia codziennego. Odpowiedź jest prosta: zaciągamy długi, gdyż w ten sposób możemy bez zwłoki nabyć to, czego w danym momencie pragniemy. Zygmunt Bauman widzi ten problem szerzej i zwraca uwagę na to, iż dziś czekanie na cokolwiek jest męczące i mało atrakcyjne. Odwołuje się tu głównie do przykładu społeczeństwa amerykańskiego, w którym sukces barów szybkiej obsługi czy produktów w przeszku jest, jego zdaniem, konsekwencją przyjęcia takiej właśnie postawy. Dziś trudno wyobrazić sobie życie i świat bez kart kredytowych, które autor określa jako „koło zamachowe konsumackiego sposobu życia” i „żyroskop społeczeństwa konsumentów”. Odwołując się do Stephena Bertmana, Bauman pisze o „kulturze pośpiechu” jako dominującym sposobie życia naszych czasów. Nowoczesność nie uznaje zasady odkładania zaspokojenia przyjemności na później. Ludzie dziś boją się spóźnić, boją się utraty szansy, jaka pojawia się nagle, utraty doznań, jakie są jeszcze przed nimi. W ten świat idealnie wkomponowuje się karta kredytowa: „ludziom w kulturze pośpiechu, zanurzonym i nią przesiąkniętym, karty kredytowe pasują jak ulał. Zamiast powierzać swe losy migotliwej, notorycznie krnąbrnej i zaskakującej przyszłości, karty obiecują spożyć przyszłość dziś,

gdy się ją jeszcze w smakowitej postaci serwuje i póki zęby jeszcze do gryzienia zdolne” (s. 33).

Przedmiotem równie interesującej analizy zawartej w tekście Małgorzaty Boguni-Borowskiej jest portfel. Autorka podkreśla, iż przedmiot ten kryje w sobie coś więcej niż środki finansowe. Szczególnie interesuje ją jego warstwa symboliczna. Przedstawia zagadnienie na podstawie badań, które przeprowadziła na grupie pięćdziesięciu studentów. Zadaniem badanych było opisanie przedmiotów, jakie przechowują w portfelu. Zostały one podzielone na trzy grupy. W pierwszej, nazwanej dokumentacyjną, znalazły się między innymi: dowód osobisty, legitymacja studencka, bilet okresowy komunikacji miejskiej czy prawo jazdy. Przedmioty te są podstawą tożsamości formalnej, wynikają z przynależności do określonego państwa czy grupy. Do kolejnej grupy, kartowo-wizytówkowej, zostały zaliczone: karty bankomatowe, rachunki ze sklepów, bilety na pociąg, karnety do solarium, harmonogramy pracy aptek, bibliotek i wiele innych. Tworzą one naszą tożsamość konsumpcyjną. Małgorzata Bogunia-Borowska podkreśla, iż dziś właśnie tożsamość konsumpcyjna jest niezwykle ważna, a człowiek bardziej niż obywatelem jest konsumentem: „kultura konsumpcyjno-marketingowa bardzo silnie współtworzy jednostkową tożsamość młodych ludzi, oferując im system kart, promocji, rabatów i różnych okazyjnych atrakcji” (s. 107). Szczególną uwagę autorka poświęca grupie przedmiotów nazwanej symboliczną, która jest podstawą kształtowania tożsamości nieformalnej. Składają się na nią rozmaite przedmioty, które dla ich posiadaczy miały wartość sentymentalną: bilety z niezapomnianego koncertu czy kinowego seansu, zdjęcia rodziny, najbliższych przyjaciół, sympatii. Do tych przedmiotów najczęściej odnosiły się komentarze respondentów. Zdaniem autorki, to, co nosimy w portfelu, wiele mówi o nas i może posłużyć do nakreślenia portretu danej osoby. Portfel „z jednej strony materializuje znaczenie tożsamości formalnej i konsumpcyjnej, ale z drugiej pozostawia przestrzeń dla tożsamości nieformalnej, ukrytej przed oczami innych, manifestującej się poza publiczną areną

społeczeństwa konsumpcyjnego” (s. 121). Autorka sądzi, że portfel jest przedmiotem wyjątkowym, gdyż jego znaczenie poznajemy dopiero zapoznając się z jego zawartością. Twierdzi nawet, iż jest on jednym z najważniejszych przedmiotów, jakie współcześnie towarzyszą człowiekowi.

Pośród artykułów zawartych w omawianym zbiorze warto przedstawić jeszcze tekst Katarzyny Szajewskiej. Przedmiotem analizy staje się w nim T-shirt. Autorka rozpoczyna od narysowania historii tej części ubioru, a następnie wskazuje jej rozmaite warstwy znaczeniowe. T-shirt coraz częściej staje się sposobem na wyrażenie własnego stosunku wobec bieżących wydarzeń politycznych czy społecznych, służy demonstracji opinii, może być również nośnikiem informacji o tym, w co wierzymy. Bardzo popularne są na przykład koszulki z napisem: „Jezus is my Homeboy” (Jezus jest moim ziomalem). Po ataku z 11 września popularnym znakiem solidarności z mieszkańcami Nowego Jorku było hasło na koszulkach: „I love New York”. Autorka wskazuje bardzo różne powody, dla których ludzie zakładają koszulki z różnymi napisami. Często nie chodzi o wyrażanie naszego stosunku wobec jakiegoś problemu, ale po prostu o dobrą zabawę czy żart. Koszulki z hasłem „Pivo nie mówi dla żartów, że jest w ciąży” są właśnie w tym celu noszone. Autorka, odwołując się do pracy socjologów z Michigan State University P. K. Manning i Betsy Cullum-Swan, pisze o rozmaitych kodach znaczeniowych tej części ubioru. Zaczyna od czysto użytkowego — T-shirt jest częścią garderoby noszoną pod innym ubraniem. Funkcja T-shirtu z biegiem czasu zmieniła się i koszulka stała się nośnikiem znaków, przekazuje komunikaty o osobie, która ma ją na sobie. T-shirt może mówić nam na przykład o tożsamości społecznej jednostki, o firmie, w której pracuje, o rodzaju muzyki, jakiej słucha. Bywają też takie koszulki, które zawierają nazwy nieistniejących firm czy instytucji, i w ten sposób ich użytkownicy bawią się tożsamością. Są tak zwane koszulki-gry słowne, które mogą być formą żartu na własny temat. Koszulki, które nosimy, mogą również dostarczać informacji o naszym statusie materialnym. Za bardzo ekskluzywnie uważa się chociażby T-

-shirty firmy Lacoste z małym, charakterystycznym krokodylem na piersi. Autorka wskazuje, iż koszulka jest dziś bardziej środkiem przekazu niż elementem ubioru; jej funkcja użytkowa została zdominowana przez inne funkcje.

Przedmioty istniejące w świecie społecznym pełnią również inne funkcje poza użytkową i sądzę, iż jest to ciekawy temat dla rozważań dla socjologów. Wydaje się szczególnie interesujący dzisiaj, gdy przedmiotów jest w nowoczesnym konsumpcyjnym społeczeństwie coraz więcej. „Otoczamy się coraz większą liczbą przedmiotów, które coraz bardziej są nam niezbędne do normalnego funkcjonowania” — pisze we wstępie Maciej Żakowski (s. 7). Myślę, iż warto przyjrzeć się ich znaczeniom, sięgnąć głębiej i zastanowić nad sposobem ich istnienia w naszym codziennym życiu. Książka zachęca do przyjęcia takiej postawy badawczej. Autorzy zawartych w niej tekstów w interesujący i atrakcyjny dla czytelnika sposób podejmują zagadnienia związane ze sposobem istnienia przedmiotów w rzeczywistości społecznej. Znajdziemy tu wiele ciekawych przykładów, odwołań do historii i wiele autorskich przemyśleń.

W omawianej publikacji zabrakło, moim zdaniem, wyjaśnienia i odniesień do pojęcia gadżetu użytego w tytule. Zgodnie ze słownikiem terminologii medialnej pod redakcją Walerego Pisarka, gadżet jest to „niewielkie urządzenie, przyrząd, ozdoba lub innego rodzaju drobiazg, niepotrzebny, lecz dostarczający właścicielowi krótkotrwałej satysfakcji z powodów prestiżowych, estetycznych lub humorystycznych”<sup>3</sup>. W popularnej encyklopedii mass mediów pod redakcją Józefa Skrzypczaka jako przykłady gadżetów zostały podane: okulary do widzenia trójwymiarowego, wisiorki, metalowe lub plastikowe znaczki czy różnego rodzaju zakładki<sup>4</sup>. Przedmioty poddane analizie w książce pod redakcją Wiesława Godzica i Macieja Żakowskiego często, w moim odczuciu, nie odpowiadają

<sup>3</sup> W. Pisarek (red.), *Słownik terminologii medialnej*, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych, Kraków 2006.

<sup>4</sup> Zob. J. Skrzypczak (red.), *Popularna encyklopedia mass mediów*, Kurpisz, Poznań 1999.

tym definicjom. W otwierającym zbiór tekście Zygmunta Baumana opisana jest karta kredytowa i konsekwencje jej pojawienia się w społeczeństwie konsumpcyjnym. Trudno określić ją jako gadżet. Karta kredytowa ma bowiem jasne i praktyczne zastosowanie, służy realizacji potrzeb konsumpcyjnych. Autor w swoich rozważaniach skupił się na funkcjach kredytu i kupowania z użyciem karty kredytowej. Nie wskazał na cechy, które pozwoliłyby potraktować kartę kredytową jako tytułowy gadżet i wydaje się, że nie takie było założenie tekstu. Podobnie trudno określić jako gadżet *curriculum vitae* poddane analizie w artykule Dominika Bartmańskiego. Autor pisze o paradoksach związanych z popularnym życiorysem i zwraca uwagę na niewystarczającą krytyczną refleksję nad niektórymi aspektami procesu rekrutacji. Tekst jest bardzo interesującą analizą rynku pracy i narzędzi, jakimi posługują się firmy rekrutujące pracowników. Powstaje pytanie, czy będący w posiadaniu niemal każdego człowieka życiorys jest gadżetem. Sądzę, że nie. Forma *curriculum vitae* oczywiście zmienia się i powstają coraz bardziej wymyślne i oryginalne wersje życiorysu — być może w takim ujęciu bliżej im do gadżetu. Użycie tego pojęcia w omawianym zbiorze staje się problematyczne, dlatego wskazanie na sposób jego rozumienia przez autorów byłby cennym uzupełnieniem i wyjaśnieniem sensu jego tytułu. Kwestie definicyjne w moim przekonaniu nie zostały wystarczająco dopracowane, a nawet niesłusznie pominięte. Poza tytułowym gadżetem nie zostało przedstawione zjawisko kluczowe z punktu widzenia omawianej tematyki — kultura popularna. Jeśli natomiast weźmiemy pod uwagę stronę empiryczną rozważań, to momentami zabrakło wnikliwej analizy socjologicznej i odwołań do rzetelnych badań. Autorzy często powołują się na osobiste doświadczenia i obserwacje. Teksty są w dużej mierze intuicyjnymi prezentacjami problemu. Nie zmniejszyło to atrakcyjności odbioru tekstów, ale duża swoboda interpretacji i subiektywizm skłania do umieszczenia większości artykułów w konwencji esejistycznej.

Na początku zostało powiedziane, iż omawiana pozycja mieści się w ramach socjolo-

gii przedmiotów. Traktuje ona o sprawach na pozór banalnych, gdy jednak przyjrzymy się im bliżej, możemy dostrzec chociażby w zwykłym T-shircie przekaźnik treści, sposób na wyrażenie przekonań. W ten sposób socjologia przedmiotów dostarcza nam lepszej orientacji w otaczającym nas świecie, pozwala lepiej ten świat rozumieć. Na co dzień nie zastanawiamy się nad znaczeniami przedmiotów pozostających w zasięgu wzroku. Autorzy zawartych w recenzowanej publikacji prac starają się pokazać bogactwo tych znaczeń.

Książka pod redakcją Wiesława Godzicia i Macieja Żakowskiego jest jednym z przykładów otwarcia się socjologii na nową problematykę<sup>5</sup>. Piotr Sztompka w innym zbiorze, zatytułowanym *Socjologia codzienności*, zwraca uwagę na to, iż „na naszych oczach dokonuje się przełom paradygmatyczny, tzn. definiowanie w nowy sposób przedmiotu socjologii, jej metody i tematyki: formułowanie nowych założeń ontologicznych i metodologicznych, a także nowych obszarów problemowych”<sup>6</sup>. Mówi o pojawieniu się nowej, trzeciej socjologii, zwróconej ku codzienności, o ukazywaniu się książek analizujących zjawiska z pozoru banalne, zwykłe. Wymienia tu między innymi socjologię rozmowy, przyjaźni, ciała, zakupów, humoru czy emocji. Są one, jego zdaniem, terenem badawczym trzeciej socjologii. Myślę, iż można uznać *Gadżety popkultury. Społeczne życie przedmiotów* za przykład takiej perspekty-

<sup>5</sup> Poza recenzowaną pozycją ukazały się inne książki o podobnej tematyce, m.in.: M. Krajewski (red.), *W stronę socjologii przedmiotów*, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2005. W pracy tej, będącej zbiorem kilkunastu tekstów, analizie zostały poddane przedmioty towarzyszące nam w codziennym życiu, między innymi szalik, dowód osobisty, buty, guma i papierosy oraz wiele innych. Ponadto na polski została przetłumaczona cytowana tu już praca Tima Danta *Kultura materialna w rzeczywistości społecznej*.

<sup>6</sup> P. Sztompka, *Życie codzienne — temat najnowszej socjologii*, w: P. Sztompka, M. Bogunia-Borowska (red.), *Socjologia codzienności*, Znak, Kraków 2008, s. 18.

wy. Jak podkreśla Piotr Sztompka, trzecia socjologia „dąży do tego, aby przekroczyć poziom oczywistości, wniknąć głębiej w potocznie doświadczane zdarzenia, zanalizować je, zbudować klasyfikację, rozszyfrować jakieś prawidłowości dające podstawy do teoretycznych

uogólnień”<sup>7</sup>. Takie zadanie stoi też przed socjologią przedmiotów, a publikacje takie jak recenzowana książka otwierają drogę do dalszych rozważań i analiz.

---

<sup>7</sup>Tamże, s. 30.