

POPULARNONAUKOWE STRESZCZENIE PROJEKTU

Projekt ma na celu zrozumienie, w jaki sposób szereg producentów, instytucji państwowych oraz organizacji społecznych próbował wpisywać własne ideologie w artefakty kultury materialnej nadając znaczenia kulturowe sprzętom wyposażenia domu w Polsce lat 70. i 80. Głównym celem badawczym projektu jest odpowiedź na pytanie, w jaki sposób aktorzy uczestniczący w „polityce konsumpcji” byli w stanie manifestować swoją sprawczość i wywierać wpływ na innych aktorów społecznych.

Od przełomu lat 60. i 70. w Polsce można obserwować proces mobilizacji szeregu aktorów: producentów sprzętu wyposażenia mieszkań, przedsiębiorstw handlowych, kultur eksperckich takich jak np. środowisko Instytutu Wzornictwa Przemysłowego, czy organizacji społecznych takich jak Komitet Gospodarstwa Domowego, w celu stymulacji wzrostu produkcji i upowszechniania tych sprzętów. Kluczową ideologią w tym procesie mobilizacji był wyobrażony „postęp społeczny.” Jednocześnie ekipa Edwarda Gierka na początku lat 70. wpisała w program polityczny slogan „poprawy materialnych warunków życia w celu przyśpieszenia postępu społecznego” jako jeden z kluczowych celów ideologicznych dla planistów oraz aparatu państwowego.

W języku źródeł historycznych z tego okresu odnoszących się do kategorii „postępu społecznego” i sprzętu wyposażenia mieszkań regularnie pojawiają się trzy kluczowe terminy: „nowoczesność,” „jakość” i „estetyka.” W źródłach te trzy terminy są głęboko osadzone w szerszych wizjach wyobrażeń społecznych na temat postępu technologicznego i społecznego. Te trzy terminy organizowały dyskurs wobec kultury materialnej i wyznaczały cele dla działalności aktorów funkcjonujących w strukturze aparatu państwowego: producentów sprzętu, zjednoczeń, przedsiębiorstw handlowych, które miały współtworzyć postęp społeczny. Jednocześnie szereg aktorów zapośredniczających konsumpcję i środowisk eksperckich włączył te trzy terminy do swoich praktyk tworzenia i upowszechniania wiedzy odnoszącej się do prób wpływu na obieg dóbr konsumenckich. Argumentujemy, że terminy „nowoczesność” „jakość” i „estetyka” były kluczowymi obszarami negocjacji znaczeń kulturowych odnoszących się do produkcji, dystrybucji i użytkowania sprzętów wyposażenia mieszkań w socjalistycznej Polsce. Aktorzy, którzy uczestniczyli w „polityce konsumpcji” poprzez produkcję i dystrybucję sprzętów, a także tworzenie i komunikację wiedzy na ich temat, używali tych sloganów do przekazywania swojej wizji przyszłości socjalistycznego społeczeństwa.

Projekt obejmuje okres 1970-1989, w którego zakres wchodzi okres rządów Edwarda Gierka oraz dekada politycznego, ekonomicznego i społecznego kryzysu lat 80. Badania nad ciągłościami oraz zmianami pomiędzy oboma dekadami w analizie wpisywania ideologii w artefakty kultury materialnej pozwalają nam uchwycić znaczącą rekonfigurację relacji władzy w socjalistycznej Polsce, jaka zaszła w latach 1980-1981. Badając lata 70. pokazujemy jak materialna kultura była wpisana w szerszą wizję „drugiej Polski” - kluczowego sloganu w języku politycznym technokratycznego rządu Gierka. Następnie w latach 80. postulat zapewnienia dostępu do dóbr wyposażenia mieszkań dla wszystkich warstw społecznych stał się ważnym elementem dyskursu na temat sposobu zapewnienia funkcjonowania gospodarstw domowych jako „podstawowej komórki społecznej” i utrzymania tempa postępu społecznego pomimo zaistniałych trudności.