

**Emilia Zimnica-Kuzioła**

Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki

ORCID 0000-0003-1827-0802

## Elementy stylu życia znanych postaci polskiej sceny medialnej. Studia przypadków

### Lifestyle elements of famous person of polish media scene. Case studies

#### Abstract

The sociology of everyday life became the inspiration to write the article. In the theoretical part, the author refers to the concept of lifestyle, Goffman's metaphor of life as theater, and P. Bourdieu's theory of taste, habitus, cultural and social capital. The text concerns selected elements of the lifestyle of Polish celebrities, people who are known not only because – in the language of K.T. Toepflitz – they have become „inhabitants of the mass imagination”, but also because they have achieved professional success and high material status. Based on celebrities' statements, we can reconstruct the everyday and ceremonial values they uphold, how they spend their free time, we can learn about their passions, culinary preferences, etc. The empirical base of the study consists of recordings of several dozen episodes of the television program *Stars Privately*. In order to illustrate her own analyses, the author refers to six randomly selected ones (she uses one of the qualitative research methods, which is a case study). Above all, he focuses on visual aspects, including discusses the aesthetic and functional values of interiors in which the everyday life of Polish media stars takes place. Representatives of the Polish upper class most often live in houses in the suburbs or in luxurious apartments in the city center. Their large apartments and carefully designed gardens reveal the hosts' preferences and say a lot about their aesthetic tastes. In each of the apartments, items related to status were displayed: luxury goods that provide prestige, constitute a distinguishing factor, confirming a high social position. In almost every house there are objects referring to tradition and the past (souvenirs of ancestors, photographs documenting important events and people, interior furnishing elements preserved and transferred from the family home, etc.) In some apartments you can notice objects showing interest in the sacred sphere.

#### Keywords

lifestyle elements, celebrity apartments, luxury

#### Abstrakt

Celem artykułu jest analiza wybranych elementów stylu życia polskich celebrytów, ludzi, którzy są znani nie tylko dlatego, że – mówiąc językiem K.T. Toepflitz – stali się „mieszkańcami masowej wyobraźni”, ale osiągnęli zawodowy sukces i wysoki status materialny. Inspiracją do napisania artykułu stała się socjologia życia codziennego (Sztompka, Bogunia-Borowska, red. 2008). W części teoretycznej autorka odwołuje się do koncepcji stylu życia, do Goffmanowskiej metafory życia jako teatru, oraz do teorii gustu, habitusu, kapitału kulturowego i społecznego P. Bourdieu. Bazę empiryczną studium stanowią nagrania kilkudziesięciu odcinków telewizyjnego programu *Gwiazdy prywatnie*. W celu zilustrowania własnych analiz autorka odwołuje się do wybranych losowo sześciu z nich (wykorzystuje przy tym jedną z jakościowych metod badawczych, jaką jest studium przypadku). Nade wszystko koncentruje swoją uwagę na aspektach wizualnych, m.in. omawia walory estetyczne i funkcjonalne wnętrz, w których toczy się życie codzienne polskich gwiazd sceny medialnej. W mniejszym stopniu na podstawie wypowiedzi celebrytów, rekonstruuje wartości codzienne i uroczyste, którym hołdują, sposób spędzania czasu wolnego, ich pasje, preferencje kulinarne, etc. Przedstawiciele polskiej „klasy wyżej” najczęściej mieszkają w domach na przedmieściach bądź w luksusowych apartamentach w centrum miasta. Ich mieszkania o dużym metrażu i starannie zaprojektowane ogrody wiele mówią o ich estetycznych gustach. W każdym z mieszkań znajdują się przedmioty związane ze statusem: dobra luksusowe, które dostarczają prestiżu, stanowią czynnik dystynktywny, potwierdzający społeczną wysoką pozycję oraz artefakty nawiązujące do tradycji i przeszłości (pamiątki po przodkach, fotografie dokumentujące ważne zdarzenia i osoby, elementy wyposażenia wnętrz zachowane i przeniesione z domu rodzinnego itp.) W niektórych mieszkaniach zauważyć można obiekty zdradzające zainteresowanie sferą sacrum.

#### Słowa kluczowe

elementy stylu życia, mieszkania celebrytów, luksus

**A**rtykuł stanowi naukowe ujęcie problematyki stylu życia przedstawicieli wyższej warstwy społeczeństwa polskiego i nawiązuje do literatury przedmiotu z dziedziny socjologii. Niemniej może być także uznany za tekst medioznawczy, ponieważ jego bazą empiryczną są nagrania programów telewizyjnych i analizy, charakterystyczne dla różnych dyscyplin naukowych, których istotą jest prezentacja wybranych przykładów (*case study*). Zastosowana metoda badawcza (w tym artykule wielokrotne studium przypadku zaliczane do metod jakościowych) wykorzystywana jest w celu pogłębionego zrozumienia pewnych zjawisk, nie chodzi tu o analizę zmiennych, ale o deskryptywne i „rozumiejące” ujęcie wybranych aspektów badanych przypadków. Holistyczne poznanie pewnego społecznego obszaru prowadzi do pewnych uogólnień i wniosków, które mogą być weryfikowane w trakcie dalszych badań ilościowych.

Celem moim nie jest weryfikowanie hipotez, ale próba odpowiedzi na kilka pytań badawczych:

1. Czy celebrytów cechują podobne upodobania i estetyczne gusty w zakresie aranżacji przestrzeni prywatnych?
2. Czy w mieszkaniach znanych postaci sceny medialnej znajdują się unikatowe, niepowtarzalne elementy wyposażenia wewnątrz?
3. Jakim wartościom hołdują bohaterowie programu (dobrze sytuowani Polacy, którzy osiągnęli wysoki status społeczny)?

Analiza wybranych aspektów stylu życia polskich celebrytów przeprowadzona jest na podstawie programu zrealizowanego przez telewizję TV Style<sup>1</sup>.

Spośród kilkudziesięciu odcinków podzielonych na sześć sezonów wylosowano po jednym odcinku z każdego sezonu. W próbie badawczej znalazły się trzy kobiety, jeden mężczyzna i dwie pary. Właściciele pięknych ekskluzywnych apartamentów, domów pod miastem (tylko nieliczni wynajmujący mieszkania) zapraszają kamery do swojej strefy prywatnej, ukazują widzom swoją codzienność (odwołując się do koncepcji Ervinga Goffmana<sup>2</sup>, można domniemywać, że jednak nieco wyretuszowaną).

Badając styl życia, poddajemy analizie aspekty behawioralne i kognitywne<sup>3</sup>. Andrzej Siciński definiuje styl życia jako „zespół codziennych zachowań jednostek

<sup>1</sup> W ramach cyklu „Gwiazdy prywatnie” wyemitowano 32 odcinki, każdy z nich trwa około 20 minut (wszystkie dostępne są na VOD). Tytuł jednak może mylić, ponieważ *de facto* nie poznajemy prywatnej sfery życia bohaterów cyklu *in extenso*, a tylko jeden wymiar owej „prywatności”.

<sup>2</sup> E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa 2020.

<sup>3</sup> Por. M. Falkowska, (red.), *O stylach życia Polaków*, Warszawa 1997; M. Golka, *Socjologia kultury*, Warszawa 2007; A. Siciński, (red.), *Styl życia: koncepcje i propozycje*, Warszawa 1976, E. Zimnica-Kuzioła, (2020). *Styl życia twórców teatralnych – na podstawie badań własnych*, „Szkoła-Praca-Zawód”, 2020, nr 19, s. 291-308.

lub zbiorowości społecznych, zachowań specyficznych ze względu na treść i konfigurację”<sup>4</sup>. Istotne są motywacje tych zachowań i znaczenia, jakie nadają im ludzie. W artykule nie sposób holistycznie scharakteryzować wielu sfer codzienności omawianej przez mnie grupy celebrytów, z konieczności ograniczę się do wybranego aspektu stylu życia, jakim jest wybór i aranżacja mieszkania, bądź domu. Chciałabym pokazać specyfikę tej dziedziny życia codziennego niewątpliwie związaną z usytuowaniem społecznym znanych postaci polskiej sceny medialnej. Czy możemy zaliczyć ich do klasy wyższej? Polski socjolog stwierdza jednoznacznie: „w Polsce nie ma klasy wyższej”<sup>5</sup>, jednak mamy nieliczną grupę osób bogatych, osiągających przychody powyżej 50 tysięcy złotych miesięcznie. Gwiazdy medialne, uczestniczące w programie TV Style, należą do finansowej elity kraju, zatem nazwijmy ich w cudzym słowie „klasą wyższą”<sup>6</sup>.

Każdy odcinek programu jest swoistym występem scenicznym, zarówno gospodarza/gospodyni, który/która otwiera przed gościem/dziennikarką Urszulą Chincz (ale i przed ekipą realizatorów oraz *de facto* szeroką telewizyjną publicznością) swój dom, prywatne wnętrza. Na czas „występu”, staje się on sceną, natomiast w kulisach pozostają niewidoczni dla widzów realizatorzy. Kulisy tworzą także przestrzenie, do których nie dopuszcza się gościa (do strefy ukrytej zaliczana jest niekiedy sypialna, czasem pomieszczenie gospodarcze). Wydarzenie, jakie stanowi wizyta w domu celebryty, mieści się w ukierunkowanych, kontrolowanych ramach społecznych, zarówno o charakterze wizualnym, jak i werbalnym.

<sup>4</sup> A. Siciński, *Styl życia*, w: *Encyklopedia socjologii*, t.4, Warszawa 2002, s. 138.

<sup>5</sup> H. Domański, *Polska klasa średnia*, Toruń 2012, s. 152.

<sup>6</sup> Klasa wyższa ma charakter ekskluzywny, z reguły wysoka pozycja w społeczeństwie jest tu dziedziczona i tylko w pewnym zakresie osiądana. „Reprezentanci klasy wyższej są uosobieniem bogactwa, rozległych posiadłości ziemskich, pałaców, dworów, wpływu politycznego, prestiżu i nazwisk rodowych” (Tamże, s. 141). W społeczeństwach zachodnich wyznaczniki klasy wyższej to wielkie majątki i władza (bądź wpływy polityczne) oraz pochodzenie (i rodzinne koligacje). „Klasę wyższą różni od arystokracji produktywność i aktywny stosunek do życia; np. trudno byłoby jej zarzucić dekadencję obyczajową, gnuśność i oddawanie się lenistwu, pod którymi to hasłami bogate mieszczaństwo europejskie walczyło z arystokracją o władzę” (Tamże, s. 149). Członkowie klasy wyższej mają poczucie ekskluzywności, elitarności, cechuje ich solidarność grupowa. W Polsce sytuacja jest inna. „Klasa wyższa nie mogła funkcjonować w systemie, którego racją bytu była raczej przeciętność. Dla elity PZPR nie do przyjęcia było wszystko, co kojarzyło się z arystokracją i dworem. Najbardziej znamienym aspektem procesów rozwarstwienia po upadku komunizmu było formowanie się elity biznesu” (Tamże, s.153). Nie możemy zatem mówić o istnieniu uprzywilejowanej grupy społecznej, wewnętrznie zintegrowanej, połączonej z władzą i posiadającej wpływy polityczne. Brakuje nade wszystko znaczącego atrybutu, jakim jest dziedzictwo i pochodzenie społeczne, brakuje „międzypokoleniowej ciągłości środowisk” (s. 154). Domański wspomina też o społecznej legitymizacji i estymie, jakie przynależą klasie wyższej. Samo bogactwo nie wystarczy.

Odwołując się do Goffmanowskiej nomenklatury i jego dramaturgicznej perspektywy w opisie zjawisk społecznych, można powiedzieć, że strukturę owych intencjonalnych działań aktorów społecznych wyznacza kilka stałych elementów:

1. Rytuał interakcyjny: przywitanie i zaprezentowanie widzom bohatera/bohaterki spotkania (krótka informacja na temat jego/jej profesji i głównych osiągnięć); wręczenie upominku (zawsze jest to zindywidualizowany, spersonalizowany wybór, zdradzający znajomość zainteresowań i preferencji gospodarza. Otrzymując nieprzypadkowy, przemyślany podarunek, ma czuć się potraktowany „wyjątkowo”);
2. Starannie przemyślana „fasada osobista” – zarówno po stronie gospodarza, jak i gościa, a składają się na nią odpowiedni strój, mimika, sposób bycia;
3. Starannie przygotowana scena (uporządkowana przestrzeń, bez zbędnych przedmiotów, elementów garderoby, butów, etc., świeże kwiaty w wazonach, intencjonalnie przygotowane „rekwizyty”, np. napisana przez bohatera książka, znajdująca się w zasięgu wzroku widzów, itp.)

Zadaniem wszystkich uczestników programu jest doskonałe zagranie roli, pełne zaangażowanie w realizację scenariusza, wywieranie odpowiedniego wrażenia na obserwatorach, na szerokiej publiczności. Dziennikarka czuje się zobligowana do wyrażenia zachwyty (także w imieniu widzów, którzy z racji asynchroniczności odbioru nie mają możliwości udzielenia pozytywnego *feedbacku*) poprzez werbalne zachwyty („bajka”, „piękne wnętrze”, „niesamowite”, etc.)

Gospodarze zapraszający publiczność do swoich prywatnych przestrzeni zdradzają *explicite* bądź *implicite* własną hierarchię wartości. W przypadku analizowanych programów celebryci wykazywali zainteresowanie odmiennością kulturową (np. fascynacja Azją i kulturą azjatycką); deklarowali tolerancję (akceptacja związków homoseksualnych, wszelkich odmienności). Ważną wartością jest w tej grupie osób estetyzacja życia codziennego (piękne przedmioty, porządek, dbałość o szczególne wizualne). Niezmiernie istotne są także wartości witalne, zdrowie i fizyczna sprawność (prywatna siłownia, basen, sauna; trener personalny, codzienne ćwiczenia, dieta). Ciekawe, że bohaterów programu, którzy wiele osiągnęli i mogą pochwalić się wysokim statusem, cechuje nie tylko orientacja prezentystyczna i prospektywna, ale i retrospektywna<sup>7</sup>. Przejawem tej tendencji jest zainteresowanie przeszłością, dbałość o tradycję (wyeksponowane drzewo genealogiczne, stare fotografie przedstawiające przodków, elementy wyposażenia wnętrz przeniesione z domu rodzinnego, etc.) W mieszkaniach celebrytów nie brakuje zdjęć osób bliskich, znajdują się tu także przedmioty (Goffmanowskie rekwizyty) zdradzające zainteresowanie sferą sakralną, objekty o konotacji duchowej i religijnej (m.in. łapacek snów,

<sup>7</sup> Określenia za P. Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków 2012, s. 549.

który dla Indian Ameryki Północnej stanowi amulet „odpędzający złe sny i negatywną energię”, posążki Buddy, obraz Matki Boskiej Częstochowskiej „z rodzinnego domu”, figura Madonny, ale „niekanoniczna”, pomalowana przez Korę Jackowską w kolorowe wzory, figura kardynała Macharskiego, duchownego, który „był ważną osobą dla jej właściciela”).

„Według Bourdieu gust – preferencje indywidualne – wiąże się ściśle z trajektorią społeczną i pozycją jednostki; stanowi ponadto wskaźnik, marker, stygmat czy etykietkę tej pozycji (...) Preferencje estetyczne różnych przedstawicieli jakiejś klasy społecznej są homogeniczne; podobnie ich style życia”<sup>8</sup>. Zachodzi tu proces internalizacji norm – jednostka działa zgodnie z habitusem, czyli społecznie ustanowioną naturą. „Całość dyspozycji do działania, myślenia, postrzegania i odczuwania w określony sposób tworzy habitus”<sup>9</sup> Habitus klasowy decyduje o podobnych praktykach kulturowych, typowych zachowaniach, wyborach członków tej samej warstwy społecznej. „Zgodny ze zinternalizowanym habitusem klasowym gust jednostkowy przejawia się w preferowaniu określonych artystów, stylów, domów, wnętrz, ubrań, żywności, sportów, ogólnie-stylu życia.”<sup>10</sup>. Celebryci, w tym przypadku, znane postaci sceny medialnej, przy okazji prezentacji własnych domów, ujawnili też pasje i zainteresowania związane z kulturą artystyczną (literatura, malarstwo, muzyka). Na ścianach w mieszkaniach polskich celebrytów często wiszą obrazy Edwarda Dwurnika, natomiast książki z reguły dotyczą dziedziny, którą zawodowo zajmuje się gospodarz domu. Niemal wszyscy bohaterowie programu dużo podróżują i przywożą z wypraw cenne pamiątki. Czasem – niemałym kosztem – sprowadzają zza granicy meble. Mężczyźni cenią sport, szybkie samochody, motocykle, pilotowanie samolotów, niektórzy preferują mniej oczywiste pasje (np. hodują gołębie). Nie tylko Magda Gessler, znana restauratorka, zdradza duże doświadczenie i znajomość sztuki kulinarnej. Jak nas przekonują naukowcy, wiedza o jedzeniu i umiejętność rozmowy o nim to „dowód posiadania kapitału kulturowego i sposób rozwijania kapitału społecznego”<sup>11</sup>. Nie wszyscy bohaterowie cyklu sami realizują w praktyce zainteresowanie sztuką kulinarną, czasem zapraszają gości utalentowanych w tej dziedzinie i udostępniają im swoje – wyposażone w najnowocześniejsze urządzenia – kuchnie. Z racji dużego zaangażowania w aktywności związane z pracą zawodową celebryci najczęściej jadają w restauracjach bądź zamawiają zdrowe (dietetyczne) posiłki w renomowanych firmach z dostawą do pracy/domu.

<sup>8</sup> A. Matuchniak-Krasuska, *Zarys socjologii sztuki Pierre`a Bourdieu*. Warszawa 2010, s. 26.

<sup>9</sup> Tamże, s. 29.

<sup>10</sup> Tamże, s. 32.

<sup>11</sup> A. Warde, L. Martens, *Miłe spotkania przy stole*. w: P. Sztompka, M. Bogunia-Borowska, (red.), *Socjologia codzienności*. Kraków 2008, s. 379.

Praktyki konsumpcyjne (mocno wyeksponowane w programie) wskazują na wysoką pozycję społeczną celebrytów. „Bourdieu mógłby powiedzieć, że konsumpcja odzwierciedla aspekty hierarchicznych i rywalizacyjnych systemów społecznej klasyfikacji, które czynią z rozrywek wskaźniki społeczne (...) znajomość drogich i modnych restauracji może stać się wskaźnikiem osobistego sukcesu, a nawet skutkować przypisywaniem przez innych prestiżu osobie o dużym w tej materii doświadczeniu”<sup>12</sup>. Autorzy twierdzą, że „częste jedzenie poza domem wskazuje na względnie wysoki stopień osobistej autonomii i kontroli, po części wypływa z możliwości finansowych”<sup>13</sup>. Dla przedstawicieli „klasy wyższej” praktyki konsumpcyjne mają wartość autoteliczną i instrumentalną. W pierwszym przypadku stanowią źródło przyjemności, w drugim przypadku prowadzą do zmanifestowania kulturowego obycia, a nawet wyrafinowania i pokazania własnego statusu.

Wspomniałam już, że bohaterami cyklu nie są medialne gwiazdy bez dorobku (znani z tego, że są znani), ale ludzie ambitni, którzy swoją wysoką pozycję zawdzięczają własnej pracy i umiejętnościom. Ich wysoki status materialny potwierdza metraż mieszkania lub domu, jego usytuowanie w niezwykle atrakcyjnym anturazhu (widok na las, jezioro, na Warszawę). Oczywiście trzeba wymienić także oryginalne i wartościowe meble i przedmioty, niejednokrotnie sprowadzone z zagranicy (dzieła sztuki, stare zegary, wykonane ręcznie dywany, wyszukane lampy, wyroby ze szlachetnych kruszców, z porcelany, etc.) W domach celebrytów ceniona jest wysoka jakość, elitarność, niepowtarzalność, stąd niestandardowe udogodnienia w kuchni, ciekawe rozwiązania architektoniczne, zaskakujące elementy wyposażenia wewnątrz. Gospodarze starają się też zaprezentować własne osiągnięcia zawodowe, eksponują otrzymane nagrody (np. w domu Sonika i Sołowow wita gości „ściana chwały” cała wypełniona pucharami i wyróżnieniami).

Społeczne usytuowanie jednostki, jej kapitał kulturowy (wiedza, kompetencja, znajomość świata sztuki, uznanie instytucjonalne) i kapitał społeczny (trwała sieć relacji interpersonalnych, więzi z innymi, zobowiązania) to ważne czynniki wpływające na jej działania w przestrzeni społecznej. Kapitał ekonomiczny wpływa na kapitał kulturowy i społeczny, umożliwia efektywne osiąganie celów (fenomen konwersji kapitału). Bohaterowie omawianego programu posiadają zarówno kapitał ekonomiczny, kulturowy, jak i społeczny, a swój sukces – poprzez uczestnictwo w programie – manifestują w przestrzeni medialnej. Nie znamy do końca motywacji celebrytów, pokazujących licznej widowni prywatne przestrzenie, możemy tylko domniemywać, że kieruje nimi potrzeba podzielenia się własnym powodzeniem, zademonstrowania wysokiej pozycji społecznej. Istotne jest tu poczucie prestiżu,

<sup>12</sup> A. Warde, L. Martens, dz. cyt., s. 377.

<sup>13</sup> A. Warde, L. Martens, dz. cyt., s. 378.

samozadowolenie, przejawy wyższości, uprzywilejowania, przejrzenie się w oczach innych. Realizatorzy programu stanowią społeczne lustro, potwierdzają ich sukces. Pewnie dla niektórych bohaterów cyklu ich obecna pozycja wiąże się z awansem społecznym, toteż snobizm i „popisywanie się” wynikają z potrzeby autoprezentacji. Uczestnictwo w programie może też wynikać ze świadomej strategii przypominania o sobie, z chęci zainteresowania własną osobą masowej widowni (co może przełożyć się na przykład na wyniki sprzedaży książki napisanej przez celebrytę).

Pora na przedstawienie bohaterów tego ministudium, którego celem jest rekonstrukcja pewnych wymiarów stylu życia dobrze sytuowanych Polaków, reprezentujących sferę medialną, a są nimi: Katarzyna Sokołowska, Joanna Przetakiewicz, Magdalena Gessler, Maciej Zień, Rafał Sonik i Karolina Sołowow, Karina Dudek-Miracka i Krzysztof Miracki.

#### Case study nr 1

- Sezon pierwszy
- Katarzyna Sokołowska, właścicielka apartamentu z widokiem na Warszawę.
- Rok urodzenia: 1973
- Zawód: Reżyserka pokazów mody.
- Wykształcenie: studiowała reżyserię i aktorstwo w Wyższej Szkole Sztuki i Projektowania w Łodzi.
- Kariera medialna/wybrane przykłady: Od 2013 jest jurorką w polskiej edycji programu typu reality show *Top Model*. W 2015 została ambasadorką marki biżuterii Apart, m.in. wystąpiła w kampaniach reklamowych firmy. Otrzymała tytuł Kobiety Roku Glamour 2019 w kategorii biznes.
- Życie prywatne: Od 2017 jest związana z przedsiębiorcą, z którym ma syna Iwa Lwa (ur. 2022).

Mieszka w jednym z najnowocześniejszych wieżowców w Polsce, w centrum Warszawy. Do mieszkania projektantki prowadzi piękny, elegancki luksusowy hol. Taki też jest ogromny, bo 160-metrowy, apartament urządzony we współczesnym stylu. Z jego okien widać panoramę Warszawy, w tym Pałac Kultury i Nauki oraz duży kościół. W domu osoby, która zawodowo zajmuje się modą, ciekawym pomieszczeniem jest garderoba, a w niej uwagę przyciągają unikatowe stroje znanych polskich i światowych projektantów, torebki (m.in. Dolce & Gabbana). Szafa na buty – jej projektu – mieści buty znanych marek, a jest ich niezmiernie dużo. Właścicielka tego zbioru żartuje, że ich wartość to odpowiednik ceny „samochodu średniej klasy”. W mieszkaniu znajdują się liczne cenne przedmioty (z targu staroci i z zagranicznych podróży, np. figurka Maryi z Kazimierza nad Wisłą, obrazy polskich współczesnych malarzy, w tym grafika modnego wśród celebrytów Edwarda Dwurnika, książki, porcelana). Na wyeksponowanym miejscu umieszczony jest Budda z Kamboży i Budda z Brukseli „wyszperany” na pchlim targu; przyciąga wzrok żyrandol

z Florencji. Do osobliwych elementów wyposażenia wnętrza można zaliczyć tapetę z cytatami z dramatów Szekspira. W apartamencie Sokołowskiej znajdują się przestrzenie wspólne i prywatne. Nie wszyscy uczestnicy programu pokazują widzom swoje sypialnie, i tak jest też w przypadku projektantki. Także pralnia została wyłączona z ekspozycji publicznej. Kiedy dziennikarka postanowiła zajrzeć do szafki w łazience, właścicielka zdecydowanie zaproponowała: „Nie otwieraj Ula, co można, to można”! W mieszkaniu znajdują się dwie luksusowe łazienki. Właścicielka lubi harmonię i symetrię, w jej domu przedmioty występują w parach, np. dwa drewniane koniki.

Katarzyna Sokołowska deklaruje, że lubi gości, szczególnie tych, którzy potrafią przyrządzać posiłki. Sama nie przepada za gotowaniem.

### Case study nr 2

- Sezon drugi
- Joanna Przetakiewicz – właścicielka apartamentu w Warszawie.
- Rok urodzenia: 1967
- Wykształcenie: absolwentka prawa (posiada uprawnienia radcy prawnego)
- Zawód: dyrektorka firmy odzieżowej, dyrektorka kreatywna domu mody „La Mania”. Jej firma ma swoją przestrzeń w „topowym miejscu”, w londyńskim luksusowym domu towarowym, Harrodsie.
- Życie osobiste: Przetakiewicz była partnerką znanego w Polsce przedsiębiorcy, jednego z najbogatszych Polaków, Jana Kulczyka. Ma trzech synów ze związku z pierwszym mężem. Obecnie pozostaje w drugim związku małżeńskim.
- Kariera medialna/wybrane przykłady: Wystąpiła w latach 2014–2015 w roli jurorki w polskiej edycji programu *Project Runway*, który emitowany był przez TVN. W 2017 uczestniczyła w drugiej edycji reality show *Azja Express*; pozowała dla magazynu „Playboy”.
- Autorka książki: „#Nie bałam się o tym rozmawiać. Historie bez retuszu” (2020).

Luksusowe mieszkanie na Żoliborzu, które odwiedziła dziennikarka Ula Chincz, nie jest jedynym lokum projektantki (ma ona jeszcze drugi apartament w Londynie). Zajmuje ono piętro apartamentowca, ma olbrzymi salon i trzy sypialnie. Wypełniają go piękne, designerskie, pełne przepychu przedmioty (lampy, żyrandole, liczne kryształowe świeczniki na świece, które jak zapewnia właścicielka „kreują atmosferę”). Zaraz przy wejściu zwraca uwagę spektakularna pomalowana na złoty kolor, pełna ornamentów drewniana rama wielkiego lustra, które zostało przywiezione z Londynu. Salon wyposażony jest w wielkie białe kanapy, stół, który może pomieścić kilkanaście osób. Dominujące w apartamencie kolory: biały, ecru, beż, brąz, róż, nadają wnętrzu przytulności.



Na stole właścicielka mieszkania postawiła rogaliki (które upiekła mama, według przepisu babci): „one są warte więcej niż złoto, bo w nich jest zawarta dobra energia i miłość” deklaruje projektantka. Właścicielka apartamentu zgromadziła w salonie liczne fotografie bliskich osób, centralne miejsce pośród ekspozycji zdjęć zajmuje fotografia Pani Joanny z Janem Kulczykiem: „Był dla mnie wszystkim”, zwierza się bohaterka programu.

Ekskluzywny, snobistyczny, elitarny charakter wyposażenia wnętrza podkreślają stoliki kawowe, z których jeden pokryty jest płatkami złota. Kobieta sukcesu otacza się albumami fotograficznymi poświęconymi modzie, sztuce, projektowaniu (przywozi je z całego świata i często do nich zagląda, ponieważ, jak stwierdza, stanowi dla niej źródło inspiracji). W kuchni stoją gabloty szczelnie wypełnione szkłem i porcelaną. Przywiązanie do detalu, do estetyki Pani Joanna „wyniosła z rodzinnego domu”. Teraz ma duże możliwości finansowe, „cały świat stoi przed nią otworem” i może sobie pozwolić na powiększanie kolekcji pięknych przedmiotów. *Business woman* nie potrafi gotować, stwierdza natomiast, że jest „wspaniałą panią domu”, a nie kucharką.

Osobne pomieszczenie w domu przeznaczone jest na garderobę, w której ulubionymi strojami projektantki są te, które sama stworzyła.

### Case study nr 3

- Sezon trzeci
- Magda Gessler – właścicielka domu na przedmieściach Warszawy, w Łomiankach.
- Rok urodzenia: 1953
- Zawód: polska restauratorka, właścicielka lub współwłaścicielka kilkunastu restauracji, malarka, felietonistka i osobowość telewizyjna
- Wykształcenie: Ukończyła studia malarskie w Królewskiej Akademii Sztuk Pięknych św. Ferdynanda w Madrycie.
- Kariera medialna – wybrane przykłady: udział w kilku produkcjach, m.in. *Kuchenne rewolucje*, od września 2012 jest jedną z jurerek w polskiej edycji programu *MasterChef*, a w 2022 poprowadziła liczący cztery odcinki program *Święta z Gesslerami*. W latach 2017–2019 była prezenterką programów stacji *Food Network: Sexy kuchnia Magdy Gessler (2017–2019)* i *Odkrycia Magdy Gessler (2019)*.
- Mężowie: Volkhart Müller, Piotr Gessler, Waldemar Kozerawski
- Dzieci: syn Tadeusz i córka Aleksandra Lara
- Współautorka książki (napisanej z Dominikiem Linowskim): *Magda. Autobiografia Magdy Gessler*, Wydawnictwo 5WHY PROMOTION, Warszawa 2021.

Magda Gessler ma dwa domy, jeden w podwarszawskich Łomiankach, drugi w Toronto. Tym razem zaprosiła kamery do polskiej rezydencji. Dom

w południowym stylu utrzymany jest w tonacji „zgaszonego pomarańcza”. Uwagę zwracają łuki, andaluzyjskie patio. Podłoga wyłożona jest kaflami „robionymi ręcznie”, przywiezionymi z Modeny. Na komodzie umieszczone jest duże zdjęcie mamy pani Magdy, na ścianach wiszą obrazy przedstawiające kwiaty w ulubionym przez właścicielkę kolorze żółtym. Klimat tworzą także stare skrzynie mające niemal 200 lat. W domu jest kolorowo, zielono, eklektycznie. Salon – jak mówi Gessler – to „kompletne szaleństwo, pomieszanie wielu kultur”. Jest tu „Hiszpania”, „Włochy”, są polskie kryształły, mnóstwo porcelanowych filiżanek, poduszki węgierskie, tkane ręcznie, pod koniec XIX wieku. Do niepowtarzalnych, unikatowych elementów wyposażenia wnętrza należy jedwabna, wykonana ręcznie chusta rozłożona na stole. Niektóre meble zostały sprowadzone z Francji. Pomieszczenie, które z dumą prezentuje słynna restauratorka, to „bardzo egzotyczny pokój”, nasycony kolorami, do pracy twórczej: malowania, gotowania, pisania. Znajduje się w nim piec do pieczenia chleba, jagnięciny (wybudowany przez Hiszpanów), duży stół i inne meble zaprojektowane przez właścicielkę. Widoczną tendencją do otaczania się przedmiotami *self made* potwierdzają oryginalne karnisze, czy namalowane przez Magdę Gessler obrazy. Ważne miejsce w domu zajmuje sentymentalny kącik pamiątkowych zdjęć, w jego centralnym miejscu restauratorka wyeksponowała własne fotografie z kolejnymi mężami.

W ogrodzie Magdy Gessler, który zajmuje około hektara, królują żółte papuzki, jest w nim mnóstwo ziół, kwiatów. O wypoczynkowym charakterze ogrodu zaświadcza wygodne meble służące do rekreacji, jest tu także jacuzzi.

Bohaterka tego odcinka programu ceni przedmioty „z duszą”, zaprojektowane przez siebie i samodzielnie wykonane. Lubi kolory, nie boi się estetycznego nadmiaru, obcy jest jej minimalizm. W przestrzeni wizualnej znajduje się dużo przedmiotów, ale trzeba przyznać nieprzypadkowych, łączących się ze wspomnieniami, budujących pozytywne emocje i przyjemne dla właścicielki konotacje.

Pasją pani domu jest gotowanie, podczas programu słynna restauratorka podała do stołu jesiotra z oryginalną sałatką z jadalnymi kwiatkami.

Syn Magdy Gessler ma w domu swoje własne pomieszczenia, córka też tam bywa: „to bardzo ważne mieć dom, rodzinny dom”, podkreśla. Mieszkańcem domu jest też duży pies (owczarek francuski briard), „prezent od fanów”.

#### Case study nr 4

- Sezon 4
- Maciej Zień – właściciel penhouse`u w Warszawie.
- Rok urodzenia: 1979
- Wykształcenie: absolwent liceum plastycznego
- Zawód: doceniany w Polsce projektant mody i wnętrz

- Życie prywatne: Jest homoseksualistą, ma za sobą małżeństwo z mężczyzną, obecnie pozostaje w związku partnerskim.
- Kariera medialna/wybrane przykłady: W dziedzinie popkultury dał się poznać jako autor stylizacji do teledysków, sesji zdjęciowych, widowisk telewizyjnych. Jest kreatorem wizerunku gwiazd polskiego kina występujących na czerwonym dywanie podczas Festiwalu Polskich Filmów Fabularnych w Gdyni. Otrzymał wiele nagród za swoje projekty w dziedzinie mody.
- Autor książki: *WięZIEŃ sukcesu*, Edipresse Polska, 2017.

Penthouse<sup>14</sup> Zienia znajduje się w dzielnicy Mokotów, niedaleko Łazienek, ma swoją windę, której drzwi otwierają się bezpośrednio w przestrzeni mieszkalnej. Kreator mody sam zaprojektował mieszkanie, eleganckie, kolorystycznie stonowane (dominuje biel, czerń i brąz). Jego metraż wynosi ok. 100 metrów kwadratowych. W salonie zwracają uwagę oryginalne lampy, jedna z nich przypomina teatralną toaletkę (z marmurową wstawką), druga przywodzi na myśl butelkę dobrego trunku. Książki wypełniające regał ułożone są według kolorystycznego klucza, tym samym zdradzają perfekcjonizm ich właściciela i estetyczne wyrefinowanie. Tematycznie dominuje wśród nich historia sztuki i mody, albumy fotograficzne, poradniki, np. *Pokochaj siebie*. Podobnie jak w innych mieszkaniach gwiazd, także i tutaj centralne miejsce w salonie zajmuje wielka wygodna kanapa.

W mieszkaniu znajdują się obrazy wielkich malarzy (Salvador Dali, grafika Picassa) i polskich twórców (Beata Murawska), designerski żyrandol, rzeźba Tomasa Górnickiego i inne starannie wybrane dzieła sztuki. Do mieszkania przynależy taras, strefa relaksu wypełniona zielenią (na jej tle uwagę zwraca duże drzewko pomarańczowe) i kanapami zachęcającymi do odpoczynku. Sypialnia wyposażona jest w duże łóżko i szafę obitą materiałem. Warto podkreślić, że w każdym domu „gwiazd” sypialnia wygląda podobnie, ale tutaj uwagę zwracają książki, sugerujące czytanie mieszkańca tego lokum. Co ciekawe: na szczycie piramidy z lektur chyba rozmyślnie umieszczona została książka Zienia pt. *WięZIEŃ sukcesu*<sup>15</sup>. W mieszkaniu znajduje się także garderoba, która mieści nie tylko ubrania Właściciela, ale także kreacje przygotowane dla gwiazd show biznesu (nie tylko polskiego, bo klientką Zienia była np. Andie MacDowell, znana amerykańska aktorka i modelka). Zaprzyjawnionym klientkom, które przychodzą do tego mieszkania, projektant oferuje także oryginalną biżuterię.

Nic tu nie jest przypadkowe, wystrój mieszkania sam właściciel określa jako klasyczny, ponadczasowy. Uroku wnętrzom dodają rośliny (m.in duże storczyki, bukiety

<sup>14</sup> Penthouse – luksusowy apartament dla osób zamożnych, często kilkupoziomowy z tarasem widokowym.

<sup>15</sup> M. Zień, *WięZIEŃ sukcesu*, Warszawa, Edipresse Polska, 2017.

ciętych róż). Oznakami luksusu są m.in. zasłony wykonane z wełny z kaszmiem (zakupione we Włoszech, od Armaniego), obrus na stole w jadalni przywieziony z Paryża. Pan domu prezentuje też widzom swój funkcjonalny gabinet, w którym przygotowuje projekty wnętrz i ubrań.

Jedynym sentymentalnym przedmiotem znajdującym się w polu widzenia jest maleńka fotografia wykonana w młodości, znajdująca się na biurku w gabinecie, przedstawiająca Zienia z bratem i kuzynem. Projektant wspomniął też o swojej mamie, której zaprojektował piękną narzutkę (zaprezentował ją dziennikarce). W rozmowie, która – zgodnie z formułą programu – oscyluje wokół wystroju mieszkania, pojawił się osobisty akcent biograficzny. Maciej Zień podkreśla, że jego życie nie zawsze było pasmem sukcesów, niemniej, jak zwierzył się dziennikarce, trudne chwile nauczyły go pokory.

#### Case study nr 5

- Sezon piąty
- Rafał Sonik i Karolina Sołowowie – właściciele domu w Krakowie.
- Rafał Sonik, pierwszy Polak, który wygrał Rajd Dakar, przedsiębiorca
- Rok urodzenia: 1966
- Dziewięciokrotny zdobywca Pucharu Świata FIM, pięciokrotny mistrz Polski w rajdach enduro.
- Wykształcenie: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
- Od lat 80. równoległe z karierą sportową prowadzi działalność gospodarczą. Jest współwłaścicielem spółki Gemini Holding działającej w sektorze nieruchomości komercyjnych.
- Rozwiedziony, w związku partnerskim z Karoliną Sołowow.
- Kariera medialna/wybrane przykłady: jeden z bohaterów filmu dokumentalnego „110%” (2016); aktor dubbingowy w filmie „Auta 3” (2017). Bohater wywiadów prasowych, radiowych, telewizyjnych.
- Karolina, córka kierowcy rajdowego oraz miliardera Michała Sołowowa.
- prowadzi Fundację *Fabryki marzeń*, pomagającą dzieciom z najuboższych rodzin
- Rok urodzenia: 1986
- Wykształcenie: absolwentka prawa
- W firmie Tower Executive Search zajmuje się analizami merytorycznymi, prawnymi i ratingowymi projektów.
- Partnerzy wychowują troje dzieci – wspólnego synka i dwoje starszych dzieci Karoliny Sołowow.

Bohaterowie piątego sezonu mieszkają w starym domu, unowocześnionym i rozbudowanym przez nich, na przedmieściu Krakowa, tutaj też wspólnie pracują. Ważnym sprzętem jest tu duży stół konferencyjny, a przy nim znajdują się

dwa fotele „dwóch prezesów” po przeciwnych jego stronach. Uwagę widzów przyciąga „ściana chwały” – cała wypełniona pucharami i nagrodami zdobytymi przez gospodarzy. Mieszkanie zaskakuje wieloma funkcjonalnymi rozwiązaniami: jest tu barek cylindryczny ukryty w filarze; w kredensie pochowane zostały wszystkie kuchenne sprzęty. Elementy stalowe połączone zostały ze starym drewnem, co nadaje pomieszczeniom wyrafinowany charakter.

Wśród przedmiotów zwracających uwagę widzów wymienić można głowę Lenina umieszczoną w salonie na stole, autorstwa Xawerego Dunikowskiego („przypomina, że wolność nie jest za darmo, że nie jest dana na zawsze; że są systemy polityczne, które się odciskają na losach całego świata”). Nad wejściem do domu powieszony jest duży, czerwony propagandowy baner z PRL-u, z białymi literami układającymi się w hasło: *Przez współzawodnictwo do lepszych wyników w pracy*. Dla Rafała Sonika szczególną wartość ma statua kard. Franciszka Macharskiego – patrona Stowarzyszenia SIEMACHA – organizacji społecznej pomagającej dzieciom i młodzieży. Przedsiębiorca bardzo cenił kardynała Macharskiego i – jak zaznacza – jego symboliczna obecność stanowi dla niego prawdziwe źródło wsparcia. W mieszkaniu ważnym pomieszczeniem jest salon otwarty na ogród (to typowe rozwiązanie), znajduje się tu także prywatne kino w podziemiu, basen i siłownia. Sonik interesuje się sztuką, szczególnie malarstwem, pewnie nieprzypadkowo on także ceni twórczość Edwarda Dwurnika.

Rafał Sonik zapewnia: „nie jestem za bardzo imprezowym facetem”, natomiast na wigilii razem z partnerką goszczą około 30 osób z rodziny.

#### Case study nr 6

- Sezon szósty
- Karina Dudek-Miracka, Krzysztof Miracki – właściciele domu na przedmieściach Warszawy.
- On – ekspert laseroterapii, certyfikowany lekarz medycyny estetycznej, specjalista otolaryngolog, właściciel kliniki Miracki.
- Rok urodzenia: nieznan
- Wykształcenie: w 1987 roku ukończył Śląską Akademię Medyczną w Katowicach
- Ona – dyrektor zarządzająca i współwłaścicielka kliniki Miracki
- Rok urodzenia 1969
- Wykształcenie: ukończyła Wyższą Szkoła Zarządzania w Warszawie.
- Kariera medialna/wybrane przykłady: autoreklama w wielu pismach, np. w „Gali” i w innych mediach
- Zawód: właściciele Kliniki Medycyny Estetycznej i Laseroterapii w Warszawie, Katowicach, Krakowie i Łodzi.

Dom państwa Mirackich znajduje się pod Warszawą „w pięknej zielonej okolicy”, małżonkowie mieszkają w nim z dorosłą córką, studentką prawa. Najważniejszym pomieszczeniem w domu jest ogromny salon, z przeszklonymi drzwiami na taras, a w nim zwracają uwagę olbrzymie wygodne białe kanapy. Salon jest strefą komfortu, wypoczynku, regeneracji sił. Na ścianie wisi tylko jeden obraz, ale państwo Miraccy zgromadzili „sterty obrazów młodych, ale już uznanych twórców” i liczne rzeźby. Pani domu deklaruje, że co kilka lat zmienia cały wystrój domu, aby panowała w nim „fantastyczna, cudowna atmosfera”. Zasadą jest w tym przypadku minimalizm: (ograniczenie do minimum ilości przedmiotów): „Jesteśmy minimalistami, wyrzucamy regularnie zbędne przedmioty”, „likwidujemy pamiątki”, deklarują (wyjątek stanowi kilka tajskich figurek, do których Państwo M. mają duży sentyment). Dom jest jasny, przestronny, prześwietlony słońcem (za sprawą dużych okien). Okna spełniają także funkcję drzwi do ogrodu (można je rozsuwać, co wymagało gruntowej przebudowy domu). W salonie jest tylko jedna roślina – meksykański kaktus, który liczy już 120 lat.

Pośród przedmiotów znaczących dla gospodarzy wymienić można m.in. przywieziony z Indii jedwabny dywan, stanowiący główną ozdobę salonu; obraz gór, posiadający wartość sentymentalną, namalowany przez tatę pani Mirackiej (wisi w domu jej rodziców). W programie prezentowane są zdjęcia małżonków z licznych podróży: „byliśmy w co drugim mieście na kuli ziemskiej, zwiedzamy cały świat”, „czujemy się obywatelami świata, wszędzie nam dobrze”, stwierdzają. W realizacji pasji, jaką są podróże, ważną rolę odgrywa kapitał ekonomiczny, możliwości finansowe, bez których stanowiłyby, według znanej nomenklatury S. Ossowskiego<sup>16</sup>, wartość uznaną i odczuwaną, ale w niewielkim stopniu realizowaną.

Państwo Miraccy deklarują, że starają się „jeść zdrowo”. Mieszkali przez dłuższy czas w Azji (szczególnie polubili azjatycką kuchnię). Przy okazji nagrania programu zasiadają przy wielkim białym stole i spożywają pałeczkami potrawę azjatycką przygotowaną przez „utalentowaną kulinarnie” córkę Martę. W jadalni przyciąga uwagę rzeźba w nowoczesnym stylu. W sypialni znajduje się duże łóżko z wygodnym materacem, a na nim narzuta przywieziona z Tajlandii. Ciekawe, że właśnie w tym pomieszczeniu jest też komputer („bo swoją pracę nosimy wszędzie”) i książki, które – jak twierdzą bohaterowie odcinka – czytają przed snem. Domownicy mają osobne łazienki, wannę z jacuzzi. W garderobie, którą prezentuje Pani domu dominują klasyczne (w większości czarne) damskie kostiumy, w męskim stylu, białe bluzki. Natomiast „ekstrawagancję” reprezentują długie suknie z tajskiej manufaktury królewskiej, ręcznie haftowane.

<sup>16</sup> S. Ossowski, *Konflikty niewspółmiernych skal wartości*, w: tenże, *Dzieła*, t. 3, *Z zagadnień psychologii społecznej*. Warszawa 1967, s. 71-101.

Dużym ogrodem Państwa Mirackich zajmuje się ogrodnik, jest to przestrzeń wypielęgnowana i raczej ascetyczna (zajmuje ją platan, graby, brzozy i białe róże). Przelewająca się woda w fontannie (zaprojektowanej także w stylu minimalistycznym) szemrze i uspokaja.

Mieszkańcem domu jest też mały piesek York. Gospodarze nie prowadzą życia towarzyskiego („do domu zapraszamy bardzo mało osób”, przyznają).

Pasją pana domu są motocykle („dają poczucie wolności, sprawiają, że można się odprężyć”). Pani domu pełne spełnienie odnajduje w pracy. Udziela się w social mediach, na portalu Goldenline należy m.in. do elitarnej grupy dla kobiet biznesu (Businesswoman); dla kobiet przedsiębiorczych, właścicielek firm, piastujących stanowiska kierownicze (Kobiety Przedsiębiorcze); do grupy zrzeszającej estetów (Estetyka). Pokazuje to sieć relacji, jakie buduje pani dyrektor i zarazem jej zainteresowania, które niewątpliwie mogą przekładać się na sukces zawodowy. Kapitał społeczny, jak twierdzą socjologowie (Pierre Bourdieu, James Coleman, Robert Putnam i in.), ma duże znaczenie dla jednostki – zwiększa jej szanse osiągnięcia ambitnych celów.

## Podsumowanie

Jan Szczepański pół wieku temu zwracał uwagę na znaczenie warunków mieszkaniowych dla osiągnięcia zadowolenia z życia i poczucia szczęścia: „mieszkanie (...) jest miarą sukcesu życiowego, jest podstawą integracji osobowości i równowagi psychicznej. Tu każdy chce i może być sobą, realizować swój ideał życia, być w swoim kręgu, gdzie może się odprężyć i wraz z krawatem i butami zdjąć to wszystko, co narzuca mu konieczność przystosowania się do pracy, uczestnictwo w grupach zawodowych, organizacjach, społeczności lokalnej”<sup>17</sup>. Socjolog podkreślał, że mieszkanie stanowi także środowisko estetyczne i bywa wykorzystywane nie tylko do odpoczynku, ale i do pracy<sup>18</sup>. Implikuje to powszechną tendencję do aranżowania przestrzeni mieszkania w taki sposób, aby odpowiadało ono potrzebom mieszkańców.

Artykuł – pomimo skrótowości – ma pewną wartość poznawczą, pogłębia wiedzę o przedstawicielach polskiej „klasy wyższej”. Scharakteryzowano ich estetyczne gusty, wartości uznawane i odczuwane. W programie TVN Style udział wzięły „gwiazdy medialne”, celebryci reprezentujący różne zawody i różne dziedziny życia społecznego. Widzowie mieli niepowtarzalną okazję zobaczyć „jak oni mieszkają”. Dom to schronienie, azyl, miejsce na ziemi, przestrzeń bezpieczeństwa, oaza spokoju, zatem niezmiernie ważny jest jego klimat i atmosfera. Gospodarze włożyli wiele

<sup>17</sup> J. Szczepański, *Odmiany czasu teraźniejszego*, Warszawa 1971, s. 436.

<sup>18</sup> Tamże, s. 437.

wysiłku, aby „zrobić wrażenie” na odwiedzających. Odsłonięcie strefy prywatnej, można powiedzieć kulis, jest jednak wyreżyserowaną autoprezentacją, służącą manifestacji społecznej dystynkcji.

Ludzie z reguły lubią przeglądać się „w zwierciadle społecznego uznania”. Źródłem satysfakcji dla gospodarzy z pewnością były reakcje werbalne prowadzącej program dziennikarki, odwiedzającej domy gwiazd. W większości były to nieco egzaltowane okrzyki zachwytu: „Po raz pierwszy w życiu wjechałam windą bezpośrednio do apartamentu, jestem absolutnie pod wrażeniem”; „rewelacja, wow, pięknie tutaj, to jest niesamowite”. „O Jezu, jak tu masz pięknie.”; „jaka przestrzeń! jest imponująca!”; „absolutnie niesamowita kolekcja książek”, „pięknie”, „wspaniale”. „to jest bajka”, etc.

Celebryci bywają przywiązani do tradycji, do przeszłości bądź przeciwnie nowocześni, ostentacyjnie minimalistyczni, ale nie można im odmówić wyrazistości, oryginalności. Trzeba podkreślić, że przyciągają uwagę, zaciekawiają, bo w całej swojej różnorodności zdradzają przejawy estetycznego snobizmu, prezentują gust wyrażony. Łączy ich zainteresowanie kulturą światową, ale także rodzimą i lokalną. Otaczają się przedmiotami, które mają wartość sentymentalną (fotografie przedstawiające osoby bliskie), wartość artystyczną i ekonomiczną (cenne obrazy, rzeźby), wartość symboliczną i duchową (pamiątki z podróży, figurki o sakralnej konotacji). Bohaterowie programu cenią przedmioty ręcznie wykonane, unikatowe, ze szlachetnych kruszców. Ich domy i mieszkania stanowią ważny element stylu życia, pełnią rolę markera możliwości ekonomicznych, nade wszystko zaświadcza o wysokim statusie społecznym Właścicieli, o ich elitarności i prestiżu.

## Bibliografia

- Bourdieu P., *Dystynkcja. Społeczna krytyka władzy sądzienia*. Warszawa 2005, Wydawnictwo Naukowe Scholar
- Domański H., *Polska klasa średnia*, Toruń 2012, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Adama Mickiewicza
- Falkowska M., (red.) *O stylach życia Polaków*, Warszawa 1997, PWN.
- Goffman E., *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa 2020, Wydawnictwo Aletheia.
- Golka M., *Socjologia kultury*, Warszawa 2007, Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Matuchniak-Krasuska A., *Zarys socjologii sztuki Pierre'a Bourdieu*. Warszawa 2010, Oficyna Naukowa.
- Ossowski S., *Konflikty niewspółmiernych skal wartości*, w: tenże, *Dzieła*, t. 3, *Z zagadnień psychologii społecznej*. Warszawa 1967, Państwowe Wydawnictwo Naukowe s. 71-101.
- Palska H., *Badania nad stylami życia. Z przeszłych i obecnych badań terenowych*, w: M. Bogunia-Borowska (red.), *Barwy codzienności: analiza socjologiczna*, Warszawa 2009, Wydawnictwo Naukowe Scholar, s.143- 154.
- Siciński A., *Styl życia*, w: *Encyklopedia socjologii*, t.4, Warszawa 2002, Oficyna Naukowa, s. 137-139.
- Siciński, A., (red.), *Styl życia: koncepcje i propozycje*, Warszawa 1976, Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Szczepański J., *Odmiany czasu terażniejszego*, Warszawa 1971, Książka i Wiedza.
- Sztopmka, P., *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków 2012, Społeczny Instytut Wydawniczy Znak.



Sztompka P., Bogunia-Borowska M., (red.), *Socjologia codzienności*. Kraków 2008, Wydawnictwo Znak.  
Warde A., Martens L., *Miłe spotkania przy stole*. w: P. Sztompka, M. Bogunia-Borowska (red.), *Socjologia codzienności*. Kraków 2008, Wydawnictwo Znak, s. 371-392.

Zimnica-Kuzioła E., *Styl życia twórców teatralnych – na podstawie badań własnych*, Szkoła-Praca-Zawód, 2020, nr 19, s. 291-308.

### **Materiały źródłowe**

Gwiazdy prywatnie, TVN style, 6 sezonów, 32 odcinki

VOD.pl <https://vod.pl/programy-online,2/gwiazdy-prywatnie-odcinki,7292892/odcinek-1,S01E01,7292972>

### **Biogram autorki**

**Dr hab. Emilia Zimnica-Kuzioła**, prof. Uniwersytetu Łódzkiego, pracuje w Katedrze Socjologii Sztuki, w Instytucie Socjologii, na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym. Jest autorką książki *Światła na widownię. Socjologiczne studium publiczności teatralnej* (2003) i ponad stu artykułów, dotyczących socjologii sztuki i socjologii religii. W 2012 roku ukazała się książka pod jej współredakcją *Kultura jako czynnik rozwoju miasta na przykładzie Łodzi*; w 2013 opublikowała rozprawę *Polski homo religiosus. Doświadczenie religijne w relacjach potocznych*. W kolejnych latach wydała dwie monografie dotyczące socjologii teatru: *Społeczny świat teatru. Areny polskich publicznych teatrów dramatycznych* (2018) i *Aktorzy polskich publicznych teatrów dramatycznych. Studium socjologiczne* (2020). Jej ostatnia publikacja książkowa z 2023 roku (*Teatr bliskiego kontaktu. Studia przypadków grup teatralnych*) napisana we współautorstwie (K. Kalinowska, K. Kułakowska, E. Wejbert-Wąsiewicz) dotyczy polskich teatrów alternatywnych.