

# Życie na sprzedaż

Do blokowisk znów zajął Big Brother. Psycholog z kamerą zamieszka z tobą kilka dni, a potem opisze twoje rytuały. I sprzedaje je producentom kawy czy klimatyzacji.

**VIOLETTA OZMINKOWSKI  
JACEK ROMANOWICZ**

**B**razowo-żółty blok wybudowany pod koniec lat 80. Wzorcowy eksponat dresiarzkiego osiedla na warszawskim Bemowie. Nieoczekiwanie wraz z karteczką wywieszoną przy wejściu: „Sprzątać po swoich pupilach to nie wstyd” do bloku zawitało nowe. Odnowiono windę, ba, nawet zawisło w niej lustro. I nie zostało stłuczone. Ale to nie koniec cywilizacyjnych zmian w wielkiej płycie. Pani Zofia - ta, co sprząta - mówi, że wiele osób ma teraz problem z rachunkami za prąd. Wszystko przez klimę. A po co klimatyzacja w kraju, gdzie lato jest raczej krótkie i chłodne? - pyta logicznie. Nie chodzi o schłodzenie domu, ale o modę. Kiedyś cieszyły nas kosmiczne garnki, w których można było gotować bez wody, i dziwne odkurzacze, do których trzeba było wodę lać. Były nieprawdopodobnie drogie, ale część z nas musiała je mieć. Po prostu. Tak jak dzisiaj klimatyzację, która stała się, nie wiedzieć czemu, symbolem naszego statusu. Przedmioty mówią o nas - obnażają nasze kompleksy, ale pokazują też aspiracje i marzenia.

Dla agencji badań rynkowych bemowski blok i jemu podobne są znakomitym po-

ligonem badawczym we współczesnej wiosce etnograficznej. Dlatego też wysyłają na osiedla swoich szpiegów roboczo nazywanych „cieniami”, żeby weszli, niuchali i rejestrowali każdy grymas tubylca, gdy robi sobie tosty albo otwiera lodówkę. Wszystko po to, by później po wnikliwych analizach głębiej sięgnąć do naszych portfeli.

I choć już od dobrych kilku lat próbowali dostać się do naszych domów, dopiero od niedawna wpuszczamy ich chętniej. - Ludzie oswoili się z kamerami w domach, szczególnie po programach typu „Super-niania” czy „Wymiana żon” - mówi Julia Izmałkowa, szefowa i właścicielka firmy badawczej Izmałkowa Consulting. W bazie jej firmy znajduje się już kilkaset osób, które wpuściły do swoich domów „cieni”.

Oczywiście zachętą są też pieniądze (można zarobić od 80 do 350 zł za dzień), ale także wyciągnąć korzyści o charakterze psychologicznym. - Zainteresowanie kogoś obcego naszą codziennością najwy-

czajniej nas dowartościowuje - dodaje psycholog społeczna Joanna Heidtman. - Zaczynamy myśleć o sobie: jesteśmy tacy nowoczesni i otwarci, to dzięki nam na półce pojawi się lepszy produkt, więc skoro chcą nas poobserwować, bardzo proszę.

Na początku badacze muszą przełamać naturalne skrupowanie badanych. - Nazywamy się „cieniami” nie dlatego, że siedzimy z boku i udajemy, że nas nie ma. Nasze zadanie polega na tym, by jak cień podążać śladami domownika, przyjmując jego zwyczaje, nawyki, by jak najlepiej wtopić się w jego otoczenie - mówi Anna Maria Szutowicz z Izmałkowa Consulting. W ten sposób zdobywa się jego zaufanie i nie narusza naturalnego środowiska osoby badanej. Czasami decydują



## Trofea z wycieczki

Z każdej wizyty badacze przynoszą obszerną dokumentację. Nie tylko nagrywają rozmowy domowników i kręcą o nich filmy, ale także robią zdjęcia. Zawartość lodówki, książki na półce, bałagan w łazience czy sposób, w jaki przygotowujemy obiad, mówią o nas więcej niż nasze deklaracje

