



QSR – Edycja Polska

Przegląd Socjologii Jakościowej

Tom VII, Numer 3 – Listopad 2011

Julita Makaro
Uniwersytet Wrocławski, Polska

„Posłańcy w społecznych transakcjach.”²
Co można wyczytać z widokówek?

Abstrakt

Artykuł prezentuje widokówki jako źródło wiedzy dla socjologa o rzeczywistości społecznej. Pierwsza część zawiera charakterystykę widokówki, rozważania o badaniach wizualnych oraz teoretyczne uzasadnienie statusu widokówek jako danych. Analizowany przedmiot składa się z dwóch stron: ikonycznego *recto* i werbalnego *verso*. Co możemy na widokówkach zobaczyć i o czym przeczytać, mówi druga część artykułu, w której empirycznie sprawdzam przydatność tego typu źródeł, analizując fotograficzne przedstawienia miasta z jednej strony, i treści pozdrowień umieszczanych na kartkach pocztowych z drugiej.

Słowa kluczowe

widokówki; dane wizualne; dane werbalne; fotografia; stare centrum; nowe centrum; wizerunek miasta

Celem artykułu jest namysł nad widokówką jako źródłem wiedzy o mieście i specyficzną reprezentacją (fragmentów?) przestrzeni miejskiej. Pocztki traktowane jako dane dla socjologa wydają się być pełne treści. Widokówka – w swej istocie historyczna – powstaje jako dokument swoich czasów; dostęp do materiałów zastanych, pochodzących z różnych momentów przeszłości, umożliwia śledzenie zmiany. Należy zatem zapytać, czy i jak pocztówki mogą się stać „nieinwazyjnym środkiem pomiaru zjawisk społecznych”, jak określa to Peter Smith (2009: 23). Próba odpowiedzi na te pytania znajduje się w pierwszej części artykułu.

Warto uświadomić sobie różnorodność możliwych do identyfikacji treści kartki pocztowej. Jak słusznie chyba stwierdził Mitchell (2006a), nie istnieją media czysto wizualne, a widokówka jest szczególnym przykładem współistnienia obrazu i słowa. Z jednej strony ikoniczne *recto*, z drugiej werbalne *verso*. Należy rozpatrywać je razem czy oddzielnie? Część druga artykułu – empiryczna –

¹ Dane adresowe autora: Zakład Socjologii Pogranicza, Instytut Socjologii, Uniwersytet Wrocławski, Ul. Koszarowa 3, 51-149 Wrocław.

E-mail: jmakaro@wns.uni.wroc.pl

² Sformułowania takiego używa W. Mitchell w artykule *Pokazując widzenie: krytyka kultury wizualnej* opublikowanym w *Artium Quaestiones* (2006b: 289).

będzie próbą pokazania, czego socjolog może się dowiedzieć z obu stron karty pocztowej. Analizie poddana zostanie kolekcja wydawanych w czasach PRL widokówek z Bolesławca.

Widokówka

Dla porządku wypowiedzi należy przybliżyć przedmiot codziennego użytku, który jest w centrum niniejszych rozważań. W szerokiej gamie kart pocztowych wyróżnić można widokówki przedstawiające fotograficzne wyobrażenia przestrzeni miejskiej. Z punktu widzenia prowadzonych dalej rozważań istotne jest omówienie ich konstrukcji. Widokówka przez lata ewoluowała (Banaś 1992, 1997, 2005) i współcześnie możemy wyodrębnić jej dwie strony: *recto* i *verso*. *Recto* w przypadku omawianych widokówek to reprodukcja zdjęcia lub zdjęć przedstawiających miasto. *Verso* jest podzielone na dwie części: jedna jest przeznaczona na adres, druga na korespondencję. Poza napisaną wiadomością, która często nawiązuje do miejsca, z którego wysyłamy widokówkę, a nawet do obiektu reprodukowanego na karcie pocztowej, znajdziemy tu również miejsce na znaczek pocztowy (w omawianych widokówkach wydawanych przez Ruch, PTTK, KAW w miejscu przeznaczonym na znaczek znajdziemy między innymi informację o roku wydania i nakładzie; we współczesnych nakładach komercyjnych nie jest to częsta praktyka), wydrukowany opis tego, co przedstawia fotografia na drugiej stronie, dane autora zdjęcia, wydawcę. Taki niewielki kartonik, a potencjalnie tak wiele informacji.

Dane wizualne

Podjmując próbę odpowiedzi na pytanie o status widokówek jako danych dla socjologa, odpowiedzieć należy, czym owe dane najogólniej są. Za Banksem (2009: 36) używam tego pojęcia „dla oznaczenia obiektów interesujących z socjologicznego punktu widzenia”. W zależności od przyjętej perspektywy, możemy potraktować je jako istniejące już przedmioty, po które badacz może sięgnąć i badać niezależnie od tego, co sądzą o nich ludzie i jakiej praktyki społecznej są częścią (paradygmat pozytywistyczny). Widokówki mogą również dostarczać informacji o regułach działań, których są elementem, możliwych znaczeń komunikatów, których są nośnikiem, kształtów interakcji, których są częścią – zarówno badacz, jak i badani mogą interpretować konteksty i znaczenia towarzyszące temu medium (paradygmat interpretatywny) (Banks ibidem: 36).

Zatem danymi mogą być same pocztówki jako przedmioty albo treści, których są nośnikiem, czyli strona wizualna i werbalna karty pocztowej. Faktycznie mamy więc do czynienia z dwoma rodzajami danych – werbalnymi i wizualnymi – przy czym mogą one być analizowane razem lub oddzielnie. Wykorzystywanie przez socjologów wytworów epistolarnych w postaci listów, dzienników i pamiętników znajduje swoje odbicie między innymi w tym, co mieści się w ramach metody biograficznej. Przekazy z pocztówek nie pozwalają na analizę biograficzną, ale możemy i w nich doszukać się znaczeń „jakie ludzie przypisują przedmiotom i zdarzeniom, dążności, jakie ludzie z nimi wiążą” (Szczepański 1973: 260).

Spośród bardzo wielu materiałów wizualnych, które przez socjologa mogą być wykorzystywane jako dane ilościowe bądź jakościowe, widokówki są wykorzystywane niezwykle rzadko. W sporządzonej liście obrazów wizualnych Watson wymienia kartki urodzinowe (Silverman 2007: 216), pomijając równie popularny (ale bogatszy w warstwie ikonicznej) rodzaj kart pocztowych jakim są widokówki. W tym artykule omawiane będą obie strony karty pocztowej – wizualna i werbalna – jednak to status danych wizualnych budzi na gruncie socjologii więcej kontrowersji. Stąd kilka słów zostanie poświęconych statusowi ikonicznej strony widokówki.

Wysiłki na rzecz włączenia obrazowości do mainstreamu współczesnej socjologii trwają nadal. Dostrzegając trudności w odwoływaniu się do danych wizualnych oraz ryzyko popadania w atrakcyjny (wizualnie) banał, Philip Smith (2009: 23) upatruje w socjologii wizualnej poznawczej szansę dla różnych dziedzin socjologii, czyniąc sferę wizualną interesującym źródłem informacji wykorzystywanych w pomiarze procesów społecznych. Podkreśla nieinwazyjność pomiaru – dane zazwyczaj nie są zniekształcone przez zjawiska poprawności politycznej, kontroli społecznej, efektu ankietarskiego. Przypomina również, że w socjologii nadal chodzi o opisywanie i wyjaśnianie, a nie tylko o analizę zawartości obrazów. Cóż więc może ciekawego dla swych dociekań znaleźć socjolog w wizerunku reprodukowanym na karcie pocztowej? Curry pisze, że interesując się wyglądem obiektu, badacz stara się – przy użyciu socjologicznych kategorii – zrozumieć i wyjaśnić, co się za takim wyglądem kryje (Sztompka 2005: 33–34). Wydaje się, że tak najogólniej można scharakteryzować program socjologii widokówki.

Czyniąc pocztówki materiałem badawczym, danymi bądź źródłem danych, należy pamiętać, by samo zainteresowanie obrazem nie odwracało uwagi od procesów społecznych prowadzących do jego powstania oraz od tych, które są konsekwencją istnienia danego obrazu (Silverman 2007: 214). Widokówka może być bodźcem do podjęcia trojakich inicjatyw badawczych: analizy procesów związanych z powstawaniem takiego przedmiotu, badania zawartości widokówek oraz procesów, które są konsekwencją istnienia kart pocztowych – praktyki ich użytkowania, towarzyszących im rytuałów.

Dyskusyjną pozostaje prawomocność i trafność danych wizualnych. Podejmując temat statusu ikonicznej strony widokówek jako danych dla socjologa, należy *de facto* mówić o fotografiach bowiem to one wypełniają je treścią. Pytanie dotyczy relacji między przedstawianym na widokówce fragmentem miasta a rzeczywistością. Jak pisałam już w innym miejscu (Makaro 2007), założyć można swoistą przezroczystość widokówki, taką samą, jaką przypisuje się fotografii – widok umieszczony na pocztówce odzwierciedla obrazowany fragment rzeczywistości takim, jakim on jest. Trzeba jednak pamiętać, że „to są wspomnienia obiektu sfotografowanego, które utrzymywały i wzmacniały zawsze jeden wzór i sposób patrzenia na fotografię” (Papadaki 2006, tłum. własne) czyli istnieją jakieś normy (np. estetyczne), które narzucają sposób rejestrowania rzeczywistości. Jest ważne nie tylko, jak często dany obiekt jest fotografowany, ale również, w jaki sposób, z jakiej perspektywy się to czyni. Technicznie pocztówka stanowi więc obiektywne odzwierciedlenie jakiegoś fragmentu miejskiej rzeczywistości, w istocie dużo w niej indywidualnych preferencji autora. Baranowska podkreśla nawet, że pocztówka „jeżeli miała nam pokazać jakiś widok, starała się uczynić go nie tylko wiernym, niezapomnianym, ale i najlepiej zwielokrotnionym” (ibidem 2003: 144).

Powyższe twierdzenia o pocztówkach odnajdziemy również w dyskusji o obiektywności *versus* subiektywności fotografii (Ferenc 2004).

Wiemy już, że fotografia (również ta reprodukowana na pocztówce) nie jest neutralna, a pokazywana przez nią rzeczywistość nie jest kopią, „lecz raczej emanacją rzeczywistości minionej, posiadającą siłę potwierdzenia, odnoszącą się mniej do przedmiotu, a bardziej do czasu” (Olechnicki 2005: 40). Analizując myśl Barthesa, Olechnicki podkreśla, że fotografia z jednej strony jest dowodem, że „coś” było, z drugiej, że nie jest w stanie adekwatnie owego „czegoś” odzwierciedlić. Widokówka na przykład dokumentuje istnienie jakiejś budowli (szczególnie dobitnie takiej, której już nie ma), w ograniczony kadrem sposób prezentuje jednak wąski kontekst jej funkcjonowania, zafałszowując tym samym jej postrzeganie. Przeto jej właściwości dowodowe są silniejsze niż reprezentacyjne. Jeśli by przyjąć, że kategorie obiektywny – subiektywny oraz przezroczysty – nieprzezroczysty stanowią krańce kontinuum, czyli są kategoriami stopniowalnymi, to na pozór fotografia jest mało podatna na manipulację i dzięki temu transparentnie przedstawia rzeczywistość (Kułakowska 2009). Sontag wymieniała dwie przyczyny braku neutralności fotografii: „techniczna ingerencja, jaką jest choćby retusz fotograficzny, ale i subiektywne intencje, predyspozycje, wrażliwość osoby fotografującej (Franckiewicz 2009: 134). Możemy zatem raz jeszcze podkreślić, że na ostateczne wyobrażenie miasta wpływają przesłanki ilościowe (częstotliwość jego fotografowania) oraz jakościowe (sposób jego fotografowania). Realizacja obu kryteriów zależy od postawy fotografa, wydawcy, zleceńodawcy. Bez względu na to, czy skupimy się na peerelowskich pocztówkach małego miasta, czy współczesnych widokówkach letniego kurortu, musimy pamiętać, że zawsze istnieją zasady oraz ich strażnicy, mówiący, jak ową przestrzeń można przedstawiać.

Brak obiektywności danych wizualnych przez niektórych postrzegany jest jako wada lub mankament, trzeba jednak wyraźnie powiedzieć, że w przypadku fotografii interesujący – z socjologicznego punktu widzenia – jest jej subiektywny ładunek: wybór obiektu, intencjonalność kadru, skierowanie ostrości na część przedstawienia i tym podobne.

Widokówki jako dokumenty wizualne i werbalne

O roli dokumentu i świadectwa jakie pełni fotografia pisali Roland Barthes i Susan Sontag. Widokówki w niniejszym tekście traktowane będą jako dokumenty, czyli wytworzone niezależnie od intencji badacza, zastane źródła wiedzy o rzeczywistości społecznej. Proponuję, za Watsonem (cyt. za Sztumski 1995), traktować dokument

jako występujący w dowolnej postaci dowód istnienia określonych faktów i wydarzeń społecznych [...] w pierwszym – szeroko pojmowanym znaczeniu interesującego nas słowa – dokumentem nazywamy wszystko to, co może być lub jest po prostu źródłem danych o przeszłych albo istniejących faktach i zjawiskach społecznych. Do tej kategorii dokumentów zaliczamy zatem np. narzędzia i przedmioty codziennego użytku, obrazy, rzeźby itp. Wytwory artystyczne – jako źródła danych o kulturze materialnej i duchowej ludzi, którzy byli ich twórcami; fotogramy, filmy, nagrania magnetofonowe – jako źródła danych o różnych wydarzeniach społecznie

ważnych itp. Wytwory o charakterze zabytkowym lub użytecznym.
(Sztumski 1995: 140)

Ze względu na oryginalność kart pocztowych pożądana wydaje się tu bliższa charakterystyka tego typu dokumentu, uwzględniająca jego specyfikę. W poniższych rozważaniach odwołam się do klasycznego już opracowania Antoniego Sułka (2002: 102–103) o danych urzędowych, adaptując wprowadzoną tam systematykę do przybliżenia dokumentów, jakimi są widokówki.

1. Widokówki nie są dokumentem wytwarzanym w celu dokumentacji czy charakterystyki życia społecznego, czynią to niejako przy okazji. Dotyczy to obu stron widokówki i obu jej twórców – fotografa oraz wysyłającego kartę autora tekstu.
2. Widokówki należy uznać za dokumenty pierwotne w tym sensie, że są bezpośrednim zapisem rzeczywistości społecznej – w sferze ikonicznej fotografia rejestruje jakiś moment rzeczywisty, strona korespondencyjna jest rejestracją samodzielnych, mniej lub bardziej konwencjonalnych, intencji autora.
3. Trudno określić dynamikę powstawania dokumentów, jakimi są widokówki. W zależności od wielkości miejscowości, popularności turystycznej jakiegoś miejsca co jakiś czas pojawiają się nowe fotografie danej okolicy, które są reprodukowane na widokówkach. To może być kilka nowych kart pocztowych w roku lub w ciągu kilkunastu lat. Zdecydowanie częściej tworzona jest werbalna strona karty pocztowej, wydaje się jednak, iż zebranie takiej reprezentacji, która stanowiłaby ciągłą rejestrację jest problematyczne. W obu przypadkach wydaje się, że perspektywa kilkudziesięciu lat jest wystarczająca dla szerszej refleksji nad ikonograficzną dokumentacją życia miasta (w przywoływanej w artykule kolekcji znajdują się widokówki Bolesławca wyprodukowane po 1945 i przed 1989 rokiem).
4. Widokówki mogą odnosić się zarówno do jednostkowego, jak i grupowego poziomu analizy. Wyobrażam sobie, iż zależeć to będzie jedynie od pomysłowości badacza, dostępności materiałów, czyli ostatecznie od stawianych pytań badawczych. Można bowiem postawić sobie za cel badawczy zbadanie pocztówkowych przedstawień jednego miasta, można również podjąć próbę zbadania popularności motywu hotelu w produkcji kart pocztowych w Polsce w okresie PRL-u czy społeczno-językowych konwencji uprawiania tego typu korespondencji.
5. Upraszczając, można rzec, że podobnie jak inne dane urzędowe, również pocztówki są obiektywne. Stawiając taką tezę (odnoszącą się do ikonicznej strony karty pocztowej), trzeba mieć jednak świadomość dyskusji toczącej się wokół fotografii w ogóle, w której pierwotne przekonanie o obiektywności fotografii zaczęło ustępować argumentom o jej silnych subiektywnych determinantach. Natomiast treść korespondencji jest w sposób oczywisty produktem subiektywnym nadawcy, zaś poprzez swą powtarzalność w bardzo wielu egzemplarzach, poddawanie jej ostentacyjnej kontroli społecznej i wreszcie społeczne reguły rządzące tym typem komunikacji, widokówki stają się dla badacza obiektywnym źródłem informacji.

6. Widokówki podlegają również działaniu prawa, stając się tym samym świadectwem określonego porządku normatywnego. Porównanie bolesławieckich widokówek sprzed i po 1989 roku pokazuje między innymi zupełne ignorowanie na pocztówkach peerelowskich dwóch atrakcyjnych motywów: wiaduktu i budynku sądu (jako obiektów o strategicznym znaczeniu, objętych zakazem fotografowania); współcześnie obiekty te są natomiast często uwieczniane na widokówkach³.

Sulek (2002: 102–103) pisze również, że w analizie dokumentów odnajdziemy trzy warstwy znaczące – treści wypowiedziane *explicite*, treści wypowiedziane *implicit*e oraz elementy pozat treściowe – odnosząc je do warstwy językowej. Zasadnym wydaje się zastosowanie tej koncepcji również do niejęzykowych danych wizualnych (bez wchodzenia w tym momencie w spór o to, czy obraz można traktować jak język, czy nie) (Ferenc 2004: 32). O rzeczywistości społecznej możemy wnioskować wprost z tego, co fotografia prezentuje oraz z tego, co nadawca korespondencji napisał. Interesujące, choć wymagające chyba większej wiedzy o danym kontekście, może być analizowanie tego, czego na żadnej ze stron karty pocztowej nie znajdziemy (brak obecności jakiś budynków, mimo ich powszechnie uznawanej atrakcyjności, brak rozbudowanych powitań i pożegnań, tematów wynikających na przykład z ograniczonego miejsca na korespondencję, brak czytelnych pieczęci pocztowych itd.). I wreszcie należy wspomnieć, jakie ciekawe elementy pozat treściowe odnajdziemy w widokówce. Po stronie *recto* interesująca może być na przykład jakość wykonania reprodukcji, jakość papieru i tym podobne (w latach osiemdziesiątych pojawiać zaczęły się pocztówki czarno-białe i bynajmniej nie szło o artyzm ich wykonania, ale raczej o koszty produkcji w gospodarce niedoboru). Po stronie *verso* możemy zwrócić uwagę na staranność i kompozycję pisma, dbałość o równe przyklejenie znaczka, pochodzenie treści pozdrowień – od nadawcy czy producenta.

Co socjolog może wyczytać z pocztówek – *recto*

W poniższej analizie empirycznej korzystam z kolekcji widokówek z Bolesławca powstałych po II wojnie światowej (najstarsza kartka pochodzi z lat pięćdziesiątych) do 1989 roku, czyli w ramach systemu produkcji i dystrybucji koncesjonowanej. Zbiór jest kompletowany przez kilka lat, głównie przez zakupy na różnego rodzaju aukcjach w Internecie. Najczęściej reprodukowane obiekty to: ratusz (21 wyobrażeń), pierzeje rynku (21 wyobrażeń), planty (14 wyobrażeń) ulica Asnyka (8 wyobrażeń), obelisk Kutuzowa (8 wyobrażeń), hotel Piast (7 wyobrażeń). Występują również pocztówki wieloobrazkowe (9 wyobrażeń). Pozostałe obiekty miejskie mają po dwa, trzy różne przedstawienia (np. budynek muzeum Kutuzowa, ulice dochodzące do rynku, dworzec PKP) albo tylko raz znalazły się na kartce korespondencyjnej (np. teatr, szkoła muzyczna, Młodzieżowy Dom Kultury, blok mieszkalny, kościół). Mniej popularne fragmenty miasta zostały zobrazowane 39 razy. Zatem omawiana kolekcja obejmuje 127 różnych fotografii (niektóre są bardzo podobne), w sumie 180 peerelowskich widokówek. Próbując oszacować reprezentatywność zbioru, należy się odnieść do dwóch wymiarów: reprodukowanych fotografii i treści pisanych przez

³ W niniejszym artykule odwołuję się tylko do kolekcji pocztówek peerelowskich, porównania produkcji koncesjonowanych i wolnorynkowych widokówek miejskich dokonałam w innym artykule, zob. Makaro (2010).

nadawców. W pierwszym aspekcie zakładam, że zbiór w sposób istotny wyczerpuje rodzaje wyobrażeń reprodukowanych na pocztówkach; nie spotkałam się do tej pory z taką wizualną stroną bolesławieckiej pocztówki, która nie byłaby reprezentowana w omawianej kolekcji (choć oczywiście istnienie takowej należy zakładać). Natomiast w drugim wymiarze, zbiór jest niewielką próbką kart zapisanych i wysłanych w ciągu tych kilkudziesięciu lat, szczególnie jeśli uwzględnimy wielkość nakładów, które wahają się od 1000 (w latach sześćdziesiątych) do 20 000 egzemplarzy (w latach osiemdziesiątych).

Fotografia miasta powielana na jednej stronie kartki pocztowej przynosi wiele różnych informacji. Dotychczasowe ustalenia pokazują, że przez lata w produkcji widokówek wykształcił się popularny repertuar najczęściej przedstawianych krajobrazów. Grażyna Machel (1992: 200–201) wśród tych najpopularniejszych wyodrębnia:

- a) siedziby aktualnej władzy,
- b) fragmenty reprezentacyjne miasta,
- c) emblematy nowoczesnej urbanizacji,
- d) obiekty o wartości historycznej,
- e) obiekty przemysłowe,
- f) nowoczesne środki lokomocji.

To dość szerokie kategorie, w których pomieszczają się niemal wszystkie obszary miasta; często fotografowane obiekty kwalifikują się do kilku kategorii równocześnie. Na funkcjonujący w świadomości społecznej obraz miasta składają się te typy obiektów, które są najczęściej eksploatowane. Ich dobór odpowiada, jak się wydaje, zaproponowanym przez Wallisa kategoriom modelu i stereotypu. Wallis nazywa modelami trwałe formy przestrzenne, będące konsekwencją określonego systemu wartości, ulegające zmianom w kolejnych epokach.

Po okresie panowania takich modeli, jak: kościół, rynek, ratusz, zamek, nastąpiła epoka fabryk, dworców kolejowych, kamienic itp., które z kolei zostały współcześnie zastąpione przez takie modele, jak blok mieszkalny, wieżowiec, centrum handlowe, autostrada (Jałowiecki 1991: 56).

Stereotypy natomiast to kryteria estetyczne, służące ocenie przestrzeni. Wzory owej atrakcyjności również zmieniają się w czasie, można na przykład obecnie obserwować ponowny wzrost pozytywnej waloryzacji kamienic z ich wysokimi i dużymi mieszkaniami.

Stereotypowa jest również wysoka ocena zabytków przeszłości, pozytywnie wartościowanych nawet przez tych, którym owe budowle kojarzą się z jedynie z bliżej nieokreśloną dawnością (Jałowiecki *ibidem*: 57).

W prowadzonej analizie zawartości ikonicznej strony widokówek inspirowuję się propozycją budowy klucza kategoryzacyjnego Szulich-Kałuży (2006: 67–70). Ponieważ niektóre wskazane przez autorkę zmienne w omawianym przypadku zmiennymi nie są (wszystkie fotografie można zdefiniować jako dokumentalne, zdjęcia nie występują w bezpośrednim [na tej samej stronie] sąsiedztwie tekstu, wszystkie dotyczą jednego rodzaju przestrzeni, brak też w zasadzie specjalnych zabiegów modyfikujących atrakcyjność zdjęcia), ograniczam swoje działania do wykorzystania dwóch procedur. Po pierwsze, wyodrębniam części fotokompozycji, by wskazać elementy reprodukowane na widokówkach. I tak,

skupiam się na wyodrębnieniu obiektów głównych, dominant fotografowanej przestrzeni miejskiej oraz opisujących interakcje społeczne treści fabularnych zlokalizowanych w miejskich dekoracjach. Nazywając poszczególne obiekty i zjawiska, poruszam się na poziomie denotacji fotografii, zaś proponując określone wyjaśnienia konkretnego obrazu miasta danego nam w serii fotograficznych ujęć, przechodzę na poziom konotacji.

W przypadku peerelowskich pocztówek z Bolesławca najczęściej fotografowanym obiektem jest ratusz⁴. Uwieczniony w wielu odśłonach przez wiele lat doczekał się bardzo bogatej reprezentacji na widokówkach. Popularność tego obiektu wiąże się zapewne z tym, że to i symbol, i siedziba władz miejskich. Poza tym ratusz pochodzi z XVI wieku, czyli jest tak zwanym zabytkiem. Dla większości pojęcie zabytku jest puste, kojarzy się z czymś dawnym (Szulich-Kałuża 2006: 67–70), ale być może owa historyczność jest już wartością. Podobne znaczenie można przypisać wizerunkowi kamieniczek, ujmowanych w kadrze kolejnych pierzei rynku. Wraz z ratuszem stanowią one sugestywną (symbolicznie i estetycznie) reprezentację centralnego placu miasta. Dwa zagadnienia związane z tymi ikonicznymi przedstawieniami zwracają uwagę. Jest to uwspółcześnienie historycznego obrazu przez atrybuty nowoczesności (anteny telewizyjne na dachach kamienic, samochody stojące pod ratuszem) oraz unikanie niektórych przedstawień (idzie o wschodnią pierzeję rynku, której perspektywę wieńczy sylweta kościoła – jest ona reprodukowana tylko w dwóch ujęciach).

Kolejne obiekty reprodukowane na kartach pocztowych w rzeczywistości lokują się w otaczającym rynek pierścieniu murów obronnych, czyli dzisiejszym terenie plant miejskich. Uwiecznione zostały: budynek teatru miejskiego, fragmenty muru obronnego, baszta, parkowa okolica fragmentu fosy, pomnik Kutuzowa. Wymienione obiekty (powstałe w różnym czasie) znajdują wspólny mianownik w kategorii zabytku. Reprodukowany w różnych ujęciach obelisk Kutuzowa, posiadający niewątpliwe walory artystyczne, należy łączyć z prezentowaniem na kilku kartach pocztowych budynku muzeum Kutuzowa. W czasach PRL-u obiektami tymi oraz tak zwanym cmentarzem Kutuzowa, na którym poza pochowanymi żołnierzami z epoki napoleońskiej znajduje się obelisk ku czci żołnierzy radzieckich, opiekowała się stacjonująca w Polsce Armia Radziecka.

Następny zbiór obiektów często umieszczanych na wizualnej stronie bolesławieckich widokówek stanowią: niskie bloki mieszkalne z lokalami usługowymi na parterze przy ulicy Asnyka, dziesięciopiętrowy biurowiec władz municypalnych zwany wieżowcem oraz wybudowany w tym samym ciągu ulicznym hotel Piast. Wszystkie obiekty w rzeczywistości ułożone są w swej bezpośredniej bliskości. Poza przywołanymi przykładami obiektów najczęściej i najchętniej pokazywanych na widokówkach, znajdziemy również inne fragmenty miasta, rzadziej reprodukowane, posiadające jedno lub kilka ujęć. Wspomnieć należy o blokach mieszkalnych, prowadzących do rynku ulicach, dworcu

⁴ Należy wyraźnie zaznaczyć, że w omawianym zestawie kart pocztowych brak motywów o jednoznacznie socjalistycznym czy socrealistycznym zabarwieniu: robót budowlanych, otwieranych zakładów pracy, manifestacji politycznych, ale nie jest również podkreślana specyfika regionu, symbole charakterystyczne dla danego miejsca, co z kolei jest swoiste dla pocztówek turystycznych (Kutri 2005). Zatem można zaryzykować twierdzenie, że to popularne medium w sposób umiarkowany tworzy i odtwarza ten fragment świata społecznego, budując równie umiarkowane wyobrażenie / poczucie miejsca.

kolejowym. Mówiąc najkrócej, wyłaniający się z bolesławieckich widokówek obraz miasta jest dwojaki. Z jednej strony, dość anonimowy i raczej uniwersalny wizerunek miasta zabytkowego, starego (owe zabytki to obiekty pochodzące z różnych epok, o różnej wartości artystycznej i historycznej, o różnej proveniencji ideologicznej), z drugiej – wyeksponowany współczesny, również anonimowy (socjalistyczny) dorobek miasta – małomiasteczkowa niska zabudowa, ale z wielkiej płyty! Tendencja ta znajduje potwierdzenie na kartach pocztowych, które przedstawiają kilka zdjęć równocześnie: łączą one obiekty stare z nowymi. Trafnie tę koegzystencję charakteryzuje Baranowska, pisząc, że

pocztówka chętnie podchwyci wszystko, przyczyniając się do utrzymywania nowoczesnego mitu miasta, w którym tajemnicze miesza się z pospolitym i tradycja z wiadomościami z ostatniej chwili (2003: 154).

Najczęściej prezentowane na pocztówkach obiekty położone są w starym (wyznaczonym historyczną zabudową i murami miejskimi) oraz nowym (powstałym na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych) centrum miasta. Według Barthesa w centrach zachodnich miast

gromadzą się bowiem i skupiają wartości cywilizacji: duchowe (kościół), władza (biura), pieniądze (banki), towary (sklepy i wielkie domy towarowe), słowa (plac), kawiarnie i promenady. Iść do centrum, to spotkać społeczną prawdę, to uczestniczyć we wspaniałej pełni rzeczywistości” (cyt. za Jałowiecki, Szczepański 2009: 346).

Czy uprawniona jest zatem teza, że pokazać miasto na pocztówce, to tyle, co pokazać jego centrum, czyli „społeczną prawdę”? Przedstawione obiekty wyraźnie układają się w porządek starego i nowego centrum.

Centrum [...] jest obszarem najlepiej w mieście usytuowanym pod względem komunikacyjnej dostępności dla swoich użytkowników, [...] jest identyfikowane przez miejską społeczność jako obszar, na którym przebiegają najważniejsze procesy życia publicznego (Wallis 2001).

Zatem identyfikacja mieszkańców z miastem dokonuje się przez centrum, co okazuje się być jego ważną funkcją symboliczną. Centrum jest jednym z archetypów przestrzeni, nadającym jej pewien ład, jednak wraz z przemianami zachodzącymi w mieście może ono ulegać modyfikacji – „przesunięciu, rozdzieleniu, a nawet rozmyciu” (Jałowiecki, Szczepański 2009: 393). Podobny proces jest widoczny na analizowanych przedstawieniach ikonicznych: w okresie powojennym wybudowano w mieście wiele nowych obiektów, natomiast konsekwentnie reprodukowane były te, którym można przypisać funkcję nowego centrum. Należy uznać, że oba centra zajmują podobne pozycje, a nawet współtworzą pewne większe centrum, i to nie tylko wtedy, kiedy na widokówkach występują obok siebie siedziby władz lokalnych: ratusz i tak zwany wieżowiec. Czemu służy taki dobór tematów wizualnych w widokówkach? Idzie o wykreowanie określonego wizerunku miasta u odbiorców z zewnątrz, jak i u samych mieszkańców. Waloryzacja przestrzeni nie musi odnosić się do niej samej, jej podstawę stanowić może konstrukt noszony na poziomie świadomościowym.

STARE CENTRUM MIASTA RÓŻNE UJĘCIA RATUSZA



Fot. 1 Ratusz
Źródło: zbiory własne



Fot. 2 Ratusz
Źródło: zbiory własne



Fot. 3 Ratusz
Źródło: zbiory własne



Fot. 4 Ratusz
Źródło: zbiory własne

STARE CENTRUM MIASTA



Fot. 5 Południowa pierzeja rynku
Źródło: zbiory własne



Fot. 6 Północna pierzeja rynku
Źródło: zbiory własne



Fot. 7 Wschodnia pierzeja rynku
Źródło: zbiory własne



Fot. 8 Południowa pierzeja rynku
Źródło: zbiory własne

STARE CENTRUM MIASTA



Fot. 9 Wokół rynku – staw w parku
Źródło: zbiory własne



Fot. 10 Wokół rynku – mury obronne
Źródło: zbiory własne



Fot. 11 Wokół rynku – obelisk Kutuzowa
Źródło: zbiory własne



Fot. 12 Wokół rynku – baszta
Źródło: zbiory własne

NOWE CENTRUM MIASTA



Fot. 13 Ulica Asnyka
Źródło: zbiory własne



Fot. 14 Ulica Asnyka
Źródło: zbiory własne



Fot. 15 Hotel Piast
Źródło: zbiory własne



Fot. 16 Wieżowiec
Źródło: zbiory własne

Pomocne i porządkujące w analizie ikonicznej strony widokówki mogą być wyodrębnione przez Sztompkę (2005) aspekty rzeczywistości, które będą dla nas kluczem zmiennych do poszukiwania na kartach pocztowych. W kontekście miasta możemy poszukiwać informacji o jednostkach, działaniach, interakcjach, zbiorowościach, kulturze/technice, otoczeniu (Sztompka 2005). Na bolesławieckich widokówkach można doszukać się niezwykle ciekawych przejawów codziennego życia. Umownie można podzielić je na następujące kategorie: interakcje niecodzienne, interakcje codzienne, odbudowa miasta, normy, kultura materialna. Fotografie uchwyciły takie sceny, jak: siedzący przy kawiarnianym stoliku, kelnerki siedzące przed restauracją, grający w karty w parkowym zakątku przygotowanym do gry w szachy (interakcje niecodzienne); przechodzący ulicą, rozmawiający stojący na ulicy – jedni z wózkiem dziecięcym, inni przy motorze (interakcje codzienne), stojący w kolejce do saturatora, ubrana na galowo młodzież przechodząca przez rynek (normy). Te same fragmenty miasta fotografowane w różnym czasie, zestawione ze sobą, pokazują zmiany w wyglądzie budynków (odbudowa miasta).

Najogólniej rzecz ujmując, ten rodzaj narracji wizualnej pokazuje trwałość i zmianę poszczególnych wymiarów życia społecznego. Najłatwiej wychwycić zmianę (ewolucyjną, nagłą, tymczasową, nieodwracalną) w wymiarze kultury materialnej – samochód daje nam wyobrażenie o rozwoju, jaki przeszedł przemysł motoryzacyjny, patrząc na pocztówkę, możemy się zastanawiać nad marką czy modelem auta, ale ideę samochodu potrafimy odczytać. Natomiast kiedy młody odbiorca spojrzy na zdjęcie kolejki przy saturatorze, to najprawdopodobniej nie będzie w stanie ani nazwać tego urządzenia, ani określić jego funkcji – idea saturatora nie będzie jasna, to element kultury, który najprawdopodobniej trwale przeminął. Patrząc na interakcje społeczne uchwycone aparatem fotograficznym, dostrzegamy trwałość pewnych wzorów zachowań. Mamy więc osoby spacerujące, zatrzymujące się w dość przypadkowych miejscach i rozmawiające, siedzące przy kawiarnianym stoliku, spotykające się w wyznaczonych do tego przestrzeniach. Rodzaj relacji pozostaje ten sam, zmieniają się elementy scenografii: ubrania czy wygląd kawiarnianych parasoli.

DZIAŁANIA



Fot. 17 Samochód pod muzeum Kutuzowa
(kultura materialna – nowoczesność)
Źródło: zbiory własne



Fot. 18 Rozmawiający na rynku (interakcje
codzienne)
Źródło: zbiory własne



Fot. 19 Kolejka do saturatora na rynku (normy)
Źródło: zbiory własne



Fot. 20 Grający w karty przy murach
obronnych (interakcje niecodzienne)
Źródło: zbiory własne

Założyć należałoby, że zarówno fotografujący, jak i odbiorcy fotografii wiedzą, jakie znaczenie mają reprodukowane wizerunki i same budowle; wydaje się, że wszyscy (większość) są zgodni, że to właśnie te, a nie inne elementy krajobrazu miejskiego adekwatnie oddają ducha miasta. Podobnie odczytujemy kod ulicy, kościoła, placu. Dlatego dla odbioru widokówkowego komunikatu nie są potrzebne specjalne objaśnienia, co znaczy renesansowy ratusz, barokowy kościół czy pomnik jakiegoś bohatera, nawet jeśli odbiorca nie ma wysokich kompetencji kulturowych (Jałowiecki, Szczepański 2009). Produkcja pocztówek z jednej strony zakłada powszechność kompetencji odbiorców w odczytywaniu znaczeń niesionych przez wizualną stronę karty, a z drugiej strony te kompetencje kształtuje i wzmacnia poprzez pokazywanie (*de facto* definiowanie) przestrzeni znaczących, bowiem

ikonograficzna obecność poszczególnych fragmentów przestrzeni: budowli, fasad, detali w albumach, w filmie, w telewizji, na kartach pocztowych i w prasie ilustrowanej, wytwarza określone kryteria waloryzacji przestrzeni, które mogą odegrać, w mniejszym lub większym stopniu, rolę swoistej normy” (Jałowiecki 1991: 57).

Śledząc ikoniczną stronę widokówki, można dojść do wniosku, że muszą być na niej reprodukowane ważne – posiadające w sobie coś ekstraordynaryjnego – obiekty, skoro po pierwsze – są na pocztówkach drukowane, a po drugie – znajdują nabywców.

Co socjolog może wyczytać z pocztówek – verso

Analizując treść korespondencji prowadzonej na bolesławieckich kartach pocztowych, można wskazać trzy typy pojawiających się tam wątków odnoszące się do kwestii miejskiej: garnizonowy charakter miasta; turystyczna atrakcyjność czy inna wartość miasta; miasto jako przystanek⁵. Pierwszy z wyodrębnionych wątków nawiązuje do garnizonowego charakteru miasta. W miastach, w których rozlokowane były jednostki wojskowe ważnymi konsumentami widokówek stali się mężczyźni odbywający zasadniczą służbę wojskową, podtrzymujący za pomocą tego medium kontakt z rodziną i znajomymi. Wydaje się, że przez wiele lat była to forma kontaktu mniej wymagająca niż list, a bardziej dostępna niż rozmowa telefoniczna, co pokazują poniższe przykłady korespondencji:

Moc pozdrowień z poligonu zasyła Władek

Bolesławiec dn 20.V.68

⁵ Analizując treść werbalnej strony pocztówek, jednostką analizy uczyniłam zapiski autorów czynione w części przeznaczony na korespondencję właściwą. Pomijam ubogie w znaczenia nagłówki i podpisy (choć i te przywołuję w cytatach), skupiając się na właściwych pozdrowieniach i *post scriptum* (jeśli takowe występuje). Wszystkie zgromadzone korespondencje starałam się uporządkować (podzielić) w zgodzie z podejmowanymi w nich powtarzalnymi wątkami. W prezentowanym tekście omawiam te kategorie, które wiążą się z kwestią miejską. Teksty pozdrowień przedstawiają również wiele innych interesujących wątków, na przykład rytuały konwersacyjne (pозdrowienia, udział w konkursie), rozwiązania krzyżówek, wzory flirtu, korespondencję prowadzoną przez mężczyzn.

„Kochani Rodzice”

Bardzo wam dziękuję za list otrzymany od Was, i za piękne słowa które dodają mi hartu ducha podczas mego pobytu w wojsku.

Jeżeli chodzi o mnie to jestem w pełni sił i samopoczucie mam doskonale. Służba upływa mi z dnia na dzień i zbliża się dzień w którym się znów zobaczymy. Kończę i pozdrawiam was z całego serca

Jurek

Gorące pozdrowienia z poligonu śle:

Władek.

P.S.

Dlaczego tak długo nie odpisujecie listu i w ogóle co tam u Was słychać jak praca. Ja jestem teraz na poligonie do 4-go września. Napiszcie na adres: OC Trzebień, pta Trzebień pow. Bolesławiec

Serdeczne pozdrowienia z poligonu zasyła

Syn Stanisław

Bolesławiec 14.03.67

Serdeczne pozdrowienia z wojska dla p. Kierowniczkii i całego personelu nauczycielskiego
Zasyła Marek M.

Podkreślana jest czasami specyfika turystycznej karty pocztowej, którą można zdefiniować jako przedstawiającą tak zwane atrakcje turystyczne (podkreśla się jej większy ładunek kreacyjny niż dokumentacyjny). I choć Bolesławiec nie był (i chyba nie jest) miejscem odwiedzanym przez rzesze wycieczkowiczów, to widokówki są wykorzystywane również przez turystów. Jednak, jak się wydaje, obiekty reprodukowane na widokówkach nie są dla nadawców na tyle atrakcyjne (turystycznie?), żeby o nich wspominać w korespondencji. O postrzeganiu atrakcyjności turystycznej (i nie tylko) miasta donoszą autorzy cytowanych poniżej pozdrowień:

Kochani! Od wczoraj jesteśmy w Bolesławcu. Jest tu ślicznie. Niestety pogoda popsuta się i pada już od rana deszcz. Gdy tylko się wypogodzi, planujemy wycieczkę do Karpacza i na Śnieżkę. Mieszkamy w domku otoczonym ogródkiem. Ciocia i wujek bardzo przyjemni. Dziś posyłamy do wszystkich karty. Razem 20 sztuk.

Do Katowic chcemy przyjechać 30.8. Do Wielbarda wrócimy 1.9.

Całuję Was – Basia

Serdeczne pozdrowienia z koloni w Bolesławcu przesyła:
Kol. Irek z bratem.

Serdeczne pozdrowienia z wycieczki przesyła – Teresa B.

PS. Kochana Pani Elu myślałam że będę miała okazję odwiedzić Panią, czwarty dzień już jestem na wycieczce, byłam już w Dreźnie, jutro mamy jechać do Berlina, dzisiaj mieliśmy być cały dzień w Poznaniu, ale wczoraj popsuł się autokar, po kilku godzinach przymurowanego stania w lesie ściągnęli nas do Bolesławca, dzisiaj cały dzień włączymy się tutaj i czekamy co będzie dalej – czyli prześladowuje pech. Przepraszam ale piszę w parku na kolanie

Pozdrowienia z wakacji zas. E.Ż.

PS.

Jestem zdrowa. Wczoraj byłam nad rzeką i się trochę spaliłam. Wujek strasznie się spalił. Pozdrowienia od Wujka i Cioci.

Bolesławiec dn. 23.VII.63 r

Serdeczne pozdrowienia z pięknej okolicy Bolesławca zasyla

Andrzej

P.s. Pogoda narazie ładna. Jest tu wesoło.

Pozdrowienia z Bolesławca gdzie obecnie jestem na delegacji przesyła

Jasiu

Ps.

Leszek miał być w styczniu we Wrocławiu i jakoś do tej pory Cię nie widziałem.

Czekam.

Bolesławiec 2.II.67 r.

Pozdrowienia z Rekolekcji w Zakonie Sióstr Adoraterek Krwi Chrystusa dla kochanej Magdy

Renata B

31.VII.1983

Bolesławiec dn. 3.IX.72

Moc pozdrowień z Bolesławca przesyła Elżbieta

PS. Jesteśmy dzisiaj na wycieczce w Bolesławcu, zwiedzamy muzea i inne zabytki. Mamo przyszli mi jeszcze ze 2 albo 3 stowy. Codziennie po pracy chodzimy do miasta (2 km) to się wyda. Będziemy jeszcze urządzać masę wycieczek to się pieniądze przydadzą. Za kilka dni zrobię paczkę i wyślę te gumowce, adidasy i inne zbędne rzeczy. Ela

Bolesławiec dn. 19.V.1959 r. godz. 13.00

Kochani!

Przyjechaliśmy szczęśliwie i wygodnie do Bolesławca o godz 5.15 rano.
Miasteczko bardzo malowniczo położone, dużo zabytków.
Miejsce pod obóz harcerski wybraliśmy na rzeką Bobrem. 1 km od miasta.
Serdecznie pozdrawiam i ściskam wszystkich – [podpis nieczytelny]

Bolesławiec 24.VI.1959

Przesyłamy pozdrowienia z obozu kwatermistrzowskiego z Bolesławca.
Dh. Komendancie, wszystko jak dotąd odbywa się jak należy, sprzęt przyszedł
w dniu naszego przyjazdu. Współpracujemy z dh. Rakowieckim. Czekamy na wasz
przyjazd.

Grupa Kwatermistrzowska
Kwatermistrz [nieczytelny podpis]

Od początku swego istnienia pocztówki służyły do pozostawania w kontakcie,
szybkiego modelowania relacji z rodziną i znajomymi (Jaworski 2010). Były zatem
popularnym sposobem szybkiego komunikowania się wobec braku powszechnego
dostępu do telefonów i nieistnienia sieci internetowej. O mieście jako przystanku
w trakcie podróży, punkcie na drodze przeczytamy w poniższych cytatach:

Gorące pozdrowienia z Bolesławca zasyła

Zbyszek

PS. Będę w Cz-wie w czwartek tj. 30.09 spotkamy się o godz. 17.00 tam gdzie
przedtem.

Kochana Mamo!

Dzisiaj, to znaczy 27 VI 73 jestem jeszcze w Bolesławcu. Do Chocianowa jade jutro.
Podróż była Bardzo dobra. Pozdrawiam was Wszystkich
Waldek

Dopuszczalnym w tym miejscu wydaje się twierdzenie, że takie „pozdrowienia
z Bolesławca” oznaczają po prostu, że przesyłamy sygnał o naszym istnieniu tu, do
tych, którzy nie mogą w tej chwili być z nami. Może być tak, że zdjęcie umieszczone
na kartce pocztowej jest wtórne, mniej znaczące – ideą fundamentalną jest
zakomunikowanie o naszej obecności i ich nieobecności. Po czasie, takie domowe
zbiory widokówek stają się egzemplifikacją wspólnoty losów, minionych czasów
i naszych relacji społecznych (Kurti 2005).

Ograniczenia w korzystaniu z widokówek

Na zakończenie warto uzmysłowić sobie mankamenty omawianej propozycji. Mimo iż widokówki wydają się być atrakcyjnym źródłem wiedzy dla socjologa, to ważnym jest zdanie sobie sprawy z ograniczeń w ich empirycznej eksploracji. Pierwsze wiążą się z ich dostępnością – to druki, które czasami znajdują się w bibliotekach, czasami w różnych kolekcjach, czasami są rozproszone w prywatnych rękach. Trudno jednak liczyć, by gdziekolwiek były uporządkowane w zgodzie z potrzebami badacza. Drugie ma związek z doborem próby i reprezentatywnością – kłopotliwa do osiągnięcia wydaje się reprezentatywność statystyczna, w niektórych przypadkach badań jakościowych można pewnie mówić o reprezentatywności typologicznej. I wreszcie ograniczenie związane głównie z ikoniczną stroną widokówki, czyli małą intersubiektywnością komunikowalności obrazu. Pomimo tych ograniczeń karty pocztowe pozostają dla socjologa interesującym obszarem zainteresowań.

Wizualność pocztówek nie jest niczym nowym, choć kilkadziesiąt lat temu stanowiły przedmiot kolekcji, popularną ozdobę przestrzeni prywatnych (eksponowane na słomianych matach na ścianach albo pod szkłem rozłożonym na biurku), to pytanie może nadal dotyczyć naszych kompetencji w czytaniu wizualnej strony pocztówki, której chyba nader często dajemy się uwieść, zakładając jej przezroczystość i neutralność.

Bibliografia

- Banaś, Paweł, redaktor (1992) *Aksjosemiotyka karty pocztowej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- (1997) "Nie wiercie pocztówkom..." S. 205–223 w *Nim będzie zapomniana. Szkice o kulturze PRL*, pod redakcją S. Bednarek. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- (2005) *Orbis pictus. Świat dawnej karty pocztowej*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Banks, Marcus (2009) *Materiały wizualne w badaniach jakościowych*. Przełożył P. Tomanek. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Baranowska, Małgorzata (2003) *Posłaniec uczuć. Prywatna historia pocztówki*. Warszawa: Wydawnictwo książkowe Twój Styl.
- Ferenc, Tomasz (2004) *Fotografia – dyletanci, amatorzy i artyści*. Łódź: Galeria f5 & Księgarnia Fotograficzna.
- Franckiewicz, Iza (2009) "Czy te zdjęcia mogą kłamać?". S. 133–148 w *Interpretując fotografię. Śladami Susan Sontag*, pod redakcją T. Ferenc, K. Kowalewicz. Kraków: Galeria f5 & Księgarnia Fotograficzna.
- Jałowiecki, Bohdan (1991) "Znaczenie przestrzeni". *Studia Socjologiczne* 1–2: 51–67.
- Jałowiecki, Bohdan i Marek Szczepański (2009) *Miasto i przestrzeń w perspektywie socjologicznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

- Jaworski, Adam (2010) "Linguistic Landscapes on Postcards: Tourist Mediation and the Sociolinguistic Communities of Contact". Dostęp czerwiec 2011. (<http://www.cf.ac.uk/encap/resources/publications/jaworski-adam/papers/jaworski%20lx%20landscapes%20on%20postcards.pdf>).
- Kułakowska, Katarzyna. (2009) "Zdjęcie jako «dowód rzeczowy»". S. 51–69 w *Interpretując fotografię. Śladami Susan Sontag*, pod redakcją T. Ferenc, K. Kowalewicz. Kraków: Galeria f5 & Księgarnia Fotograficzna.
- Kurti, Laszlo (2005) "Picture perfect. Community and commemoration in postcards". S. 43–65 w *Working Images. Visual Research and Representation in Ethnography*, pod redakcją S. Pink, L. Kurti, A. I. Afonso. London, New York: Taylor & Francis Group.
- Machel, Grażyna (1992) "Idealny obraz miasta na karcie pocztowej". S. 197–204 w *Aksjosemiotyka karty pocztowej*, pod redakcją P. Banaś. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Makaro, Julita (2007) "«Na kredowym [papierze] to i Bytom ładny»; Miasto graniczne wyobrażone na pocztówce. Na przykładzie Zgorzelca, Gubina i Kostrzyna". S. 99–107 w *Spółeczeństwo pogranicza polsko-niemieckiego. Wyzwania i dylematy*, pod redakcją R. Woźniak, Ż. Stasienuk. Szczecin: Wydawnictwo Economicus.
- (2010) "Przeobrażenia w konstruowaniu wizerunku miasta na karcie pocztowej: od nudnych pocztówek PRL do spektakularnych pocztówek współczesnych". S. 231–239 w *Nowe media i komunikowanie wizualne*, pod redakcją P. Francuz, S. Jędrzejewski. Lublin: Wydawnictwo KUL.
- Mitchell, William J. T. (2006a) "Nie istnieją media wizualne" *Panoptikum* 5(12): 313-321.
- (2006b) "Pokazując widzenie: krytyka kultury wizualnej". *Artium Quaestiones* XVII: 273–295.
- Olechnicki, Krzysztof (2005) "Fotografia dla każdego. Społeczne funkcje fotografii w dobie kultury konsumpcyjnej". S. 37-60 w *Przestrzenie fotografii. Antologia tekstów*, pod redakcją T. Ferenc, K. Makowski. Łódź: Galeria f5 & Księgarnia Fotograficzna.
- Papadaki, Erini (2006) "Narrating personal moments through social images: postcards as souvenirs of memorable instances and places". S. 55–62 w *Narrative, Memory & Knowledge: Representations, Aesthetics, Contexts*, pod redakcją K. Milnes, C. Horrocks, N. Kelly, B. Roberts, D. Robinson. Huddersfield: University of Huddersfield. Dostęp listopad 2011. (http://eprints.hud.ac.uk/4901/2/Chapter_5_-_Eirini_Papadaki.pdf).
- Silverman, David (2007) *Interpretacja danych jakościowych*. Przełożyły M. Głowacka-Grajper, J. Ostrowska. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Smith, Philip,(2009) "Wizualność, socjologia wizualna i zwrot ikoniczny w naukach społecznych". *Kultura Popularna* 1(23) : 20–28.
- Sulek, Antoni. (2002) *Ogród metodologii socjologicznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

- Szczepański, Jan (1973) *Odmiany czasu teraźniejszego*. Warszawa: Wydawnictwo Książka i Wiedza.
- Sztompka, Piotr (2005) *Socjologia wizualna. Fotografia jako metoda badawcza*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Sztumski, Janusz (1995) *Wstęp do metod i technik badań społecznych*. Katowice: Wydawnictwo Naukowe Śląsk.
- Szulich-Kałuża, Justyna (2006) "Społeczny obraz świata w fotografii – o zastosowaniu analiz fotografii w badaniach socjologicznych". S. 65–75 w *Co widać?*, pod redakcją J. Kaczmarek, M. Krajewski. Poznań: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.
- Wallis, Aleksander (2001) "Pojęcie obszaru kulturowego. Pojęcie centrum. Krajobraz i szata informacyjna". S. 83–100 w *Socjologia miasta. Wybór tekstów*, pod redakcją M. Malikowski, S. Solecki. Rzeszów: Wydawnictwo Mana.

Julita Makaro
University of Wrocław, Poland

"Messengers in social transactions." What is to be read from postcards?

Abstract

The article presents the postcards as a source of knowledge about the social reality for a sociologist. The first part contains a description of postcards, the discussion of visual studies and the theoretical justification of postcards' status as a data. The analyzed object consists of two parties: the iconic *recto* and verbal *verso*. What we see on the postcards and then read – explains the second part of the article in which I empirically examine the usefulness of this type of sources, analyzing the photographic presentation of the city on one hand, and contents appearing on greeting postcards on the other.

Keywords

Postcards; Visual data; Verbal data; Photography; Old center; New center; Image of the city

Cytowanie

Makaro, Julita (2011) "<<Posłańcy w społecznych transakcjach>>. Co można wyczytać z widokówek?". *Przegląd Socjologii Jakościowej*, Tom VII Numer 3
Pobrano Miesiąc, Rok (http://www.qualitativesociologyreview.org/PL/archive_pl.php)