

AKADEMIA PEDAGOGIKI SPECJALNEJ
Im. Marii Grzegorzewskiej w Warszawie
Wydział Stosowanych Nauk Społecznych
Kierunek: Socjologia



Magda Prokopczuk
nr albumu: 46242

Kultura czy natura? O osmologicznych konsekwencjach strategii dezodoryzacji

Praca magisterska napisana pod kierunkiem:
Prof. dr hab. Elżbiety Tarkowskiej

Warszawa, 2014

Streszczenie pracy dyplomowej

Imię i nazwisko autora pracy: Magda Prokopczuk

Nr albumu: 46242

Imię i nazwisko promotora pracy: Prof. dr hab. Elżbieta Tarkowska

Temat pracy dyplomowej: Kultura czy natura? O osmologicznych konsekwencjach strategii dezodoryzacji

Słowa kluczowe: zapach, węch, osmosocjologia, dezodoryzacja, pachnidła, kultura, natura

Streszczenie: Wczoraj nieznaną, dziś niedocenianą – osmosocjologia. Dla jednych subdyscyplina socjologii, dla innych tylko koncepcja mieszcząca się w obszarze trzeciej socjologii, czyli socjologii życia codziennego. Pomimo problemów z osadzeniem tejże refleksji w strukturach nauki, bez wątpienia zasługuje ona na uwagę. Głównym celem podjęcia przez mnie tej tematyki było znalezienie odpowiedzi na pytanie: kultura czy natura. Starłam się wskazać na społeczne konsekwencje powszechnych strategii dezodoryzacji, zarówno w kontekście historycznym, jak i współczesnym. Do zbadania postawionych przez mnie problemów badawczych posłużyła mi metoda indywidualnego wywiadu pogłębionego. Analiza zebranego przez mnie materiału doprowadziła do następujących wniosków: dezodoryzacja ciała i przestrzeni stała się powszechną normą społeczną, w konsekwencji czego, jednostki nie pamiętają naturalnych woni swojego ciała. Używane przez ludzi pachnidła posiadają wiele społecznych znaczeń – między innymi podkreślają naszą indywidualność i tożsamość.

Title: Culture or nature? About osmological consequences of deodorization strategy

Key words: smell, olfaction, sociology of odor, deodorization, perfume, culture, nature

Spis treści

Wstęp	5
1. Strategie dezodoryzacji	8
Narzędzia dezodoryzacji	9
<i>Dezynfekcja</i>	9
<i>Drenowanie</i>	10
<i>Wentylacja</i>	10
Przestrzeń prywatna	11
Ciało - jako podpis zapachowy.....	12
Pachnidła	14
Podsumowanie	17
2. Funkcje zapachu w kształtowaniu roli społecznej.....	18
Aktor społeczny.....	18
Tożsamość aktora społecznego definiowana przez zapach	19
Rola społeczna.....	21
Człowiek w teatrze życia codziennego.....	21
<i>Fasada</i>	22
<i>Falszywa prezentacja</i>	23
<i>Mystyfikacja</i>	24
Podsumowanie	25
3. Osmologiczny wymiar ludzkiego ciała	26
Ciało w kulturze	26
Czystość i brud	29
Zapach indywidualnego wyboru	30
Ukryty wymiar woni	32
Podsumowanie	34
4. Funkcje zapachu w przestrzeni.....	35
Aspekty definicyjne.....	35
Prywatyzacja przestrzeni	37
Fragmentacja	40
Segmentacja	41
Faworyzacja	43
Podsumowanie	44
5. Człowiek w świecie zapachów – założenia metodologiczne badania własnego	45

Cel i przedmiot badania.....	46
Problem badawczy i pytania badawcze	46
Wybór metod i technik badawczych	47
Dobór próby	48
Sposób analizy zebranego materiału	49
Przebieg badania	49
6. Człowiek w świecie zapachów – analiza badań własnych	51
Słowo wstępu – od pachnidła do normy społecznej, przez międzygeneracyjne różnice	51
<i>Jak cię widzq, tak cię piszq</i> – o zapachu jako elemencie tożsamości jednostki.....	54
Świat bez węchu? Rola zapachu w życiu jednostek	56
Aromatyczny wehikuł czasu.....	57
Natura w ubraniu kultury, czyli o tym, czym pachniemy.....	59
Podsumowanie	62
Zakończenie	63
Bibliografia:	66
Aneks	71
Dyspozycje do indywidualnego wywiadu pogłębionego	71

Wstęp

Niniejsza praca jest nie tylko zwieńczeniem i efektem studiowania socjologii, ale również pewną osobistą podróżą w głąb tego, co interesowało mnie od zawsze i w pewien sposób dekorowało to, co mnie otacza. Mowa tu o świecie zapachów. O świecie bardzo intymnym, wyrafinowanym, niosącym za sobą pewną nutę tajemniczości i doznań, które wprowadzają w stan niepokoju, fascynacji czy zawstydzenia. Poznawać świat zmysłowo, to znaczy również wwąchiwać się w niego. Moją inspiracją badawczą z pewnością jest moja rodzina, przyjaciele, jak również przypadkowo spotkani ludzie, których zapach wywoływał we mnie różne emocje od uczucia spokoju, bezpieczeństwa, po fascynację, a na wstręcie kończąc. Każde moje indywidualne osmologiczne doznanie złożyło się na horyzont postrzegania istoty zapachu na gruncie naukowym. Bez wątpienia podjęcie tej tematyki było dla mnie nie lada wyzwaniem, ponieważ starałam się dotknąć tego, co nieuchwytnie i ulotne, a co stało się w toku studiowania moją ogromną pasją.

Problem prezentowany w niniejszej pracy umiejscawiam w ramach dość nowej, jeszcze nieusystematyzowanej subdyscypliny – osmosocjologii – socjologii zapachu. Czerpie ona bowiem z wielu innych gałęzi socjologicznych, takich jak m.in. socjologia kultury, socjologia zmysłów, socjologia miasta, socjologia ciała. Osmosocjologia zajmuje się szeroko rozumianym wpływem woni na zróżnicowane sfery życia społecznego oraz na stosunki interpersonalne.

Skąd tak mała popularność uprawiania osmosocjologii? Przyczyn należy dopatrywać się w samym przedmiocie badania – zapachu, który jest nieuchwytny, ulotny i bardzo często rejestrowany poza świadomością jednostki. Rezultatem tego, staje się powszechne przeświadczenie o dość dużych problemach metodologicznych w badaniu tegoż zjawiska. Za przyczyny podaje się m.in. przeszkody językowe (nieściskość pojęć), problemy z doбором metod badawczych, jak również trudności w wyodrębnieniu samego problemu badawczego i ujęciu go w ramach teoretycznych. Większość wskazanych powyżej utrudnień wydaje się być pozorna, biorąc pod uwagę fakt, iż zapach można badać analogicznie do wielu innych elementów zawierających się w kulturze¹. Studiując dostępną literaturę zauważyłam, iż pole dla badań osmologicznych jest bardzo szerokie, a źródła i korzenie teoretycznych można

¹ Beata Hoffman, *Perfumy. Uwarunkowania kulturowo-społeczne*, Wydawnictwo Impuls, Kraków 2013, s. 60.

dopatrywać się w prawie każdym ugruntowanym już wcześniej aspekcie nauki. Właśnie w związku z tym sięgnęłam do lektur zarówno socjologicznych, antropologicznych, psychologicznych, jak również należących do dziedzin językoznawstwa, biologii czy geografii.

Tym co mnie szczególnie zainteresowało, to jest kontekst społeczny oraz kulturowy otaczających nas woni, stąd też pytanie, które stawiam w tytule pracy: kultura czy natura. Zmysł powonienia staram się umiejscawiać w tych dwóch z pozoru dychotomicznych wymiarach, zwracając szczególną uwagę na znaczenie oraz rolę zapachów w społeczeństwie. Kultura jest pewnym przywilejem człowieka, która odróżnia go od zwierząt. Natomiast zmysł powonienia dość często ujmowany jest jako ten najbardziej zwierzęcy z spośród wszystkich pięciu, w jakie wyposażyła nas natura. Interesującym wydaje się być to, jakie skutki kulturowe doświadczamy współcześnie w odniesieniu do zmian osmologicznych w kontekście wprowadzania powszechnych strategii dezodoryzacji. Dezodoryzacji w rozumieniu usuwania wszelakich wyziewów zanieczyszczających przestrzeń społeczną jak również usuwania naturalnych woni, czego jedną z konsekwencji miała stać się era, którą Marek Krajewski określa mianem kultury bezwonnej, w której człowiek ubiera swoją naturalną woń w sztuczny zapach, tak jakby natura ubierała się w kulturę.

Jak wskazuje Stefan Czarnowski: „O kulturze mówić możemy dopiero wówczas, gdy odkrycie, czy wynalazek zostaje zachowany, gdy jest przekazywany z pokolenia na pokolenie, gdy staje się dorobkiem trwałym zbiorowości ludzkiej, nie przyzwyczajeniem poszczególnej jednostki, czy jej mniemaniem osobistym”². Stąd też, pod socjologiczną lupę pragnę wziąć powszechny produkt kultury, jakimi stały się pachnidła, czyli perfumy, dezodoranty, olejki aromatyczne, antyperspiranty, odświeżacze powietrza. To właśnie one są współczesnymi instrumentami procesu dezodoryzacji i to właśnie one stają się narzędziami pewnych zmian społecznych, których istnienie mam zamiar przedstawić w niniejszej pracy.

Praca podzielona jest wyraźnie na dwie części. Pierwszą częścią pracy są rozdziały oparte na koncepcjach teoretycznych. Chciałabym przedstawić aspekt historyczny i to, jak na przestrzeni dziejów wdrażane były strategie dezodoryzacyjne i jakie pociągały za sobą zmiany kulturowe i społeczne. Ponadto, chciałabym wskazać na zapach jako definiens roli społecznej oraz tożsamości jednostki. Kolejny rozdział

² Stefan Czarnowski, *Kultura*, Biblioteka „Wiedza i życie”, Warszawa 1938, s. 8.

prawić będzie o osmologicznym wymiarze ludzkiego ciała. Pragnę tu skupić szczególną uwagę na projektowaniu i indywidualnej kreacji ludzkiego ciała przez zapach. Następnie przyjrę się aromatom przestrzeni i procesom z tym związanym.

Drugą częścią będzie empiria. Pragnę przedstawić wyniki prowadzonych przeze mnie badań jakościowych dotyczących roli zapachów w społeczeństwie. Owe badania miały na celu znalezienie odpowiedzi na tytułowe pytanie: kultura czy natura, jak również wskazanie, na ile ważny współcześnie jest zmysł powonienia i jaką rolę mają zapachy w życiu jednostki.

1. Strategie dezodoryzacji

Konstruowanie nowoczesnego społeczeństwa nie mogło ominąć również zmysłu powonienia i zapachu, tym bardziej że był on paradygmatem tego, co subiektywne, ulotne, zwierzęce, co trudno poddać kontroli³

Zgodnie z programem modernistycznych praktyk higienicznych, wraz z nastaniem epoki nowoczesnej, zapach stał się przedmiotem dyskursu. Dyskursu o globalnym zasięgu, który skłaniał do natychmiastowej interwencji w to, czego kultura jeszcze nie obejmowała swoim zasięgiem, a co najważniejsze – nad czym kultura nie miała jeszcze wtedy kontroli. Bowiem naturalne zapachy i wonie stały się obiektem, który należało natychmiast powściągnąć, natychmiast usunąć zarówno z przestrzeni publicznej, jak i dojść do najdrobniejszych wonnych szczelin przestrzeni prywatnej oraz ludzkiego ciała.

Zastąpienie tego, co naturalne, woni, które kojarzone były z ludzkimi odpadami, wyziewami, tym co sztuczne, wyprodukowane przez człowieka w celu ukrycia i wyeliminowania dawnego odoru. Taka strategia regulacji i kontroli nad zapachami musiała zostać zastosowana. Narzędziami nowoczesności okazać się miała dezynfekcja, klimatyzowanie, brukowanie, drenowanie, wietrzenie oraz dezodoryzacja. Dezodoryzacja nie tylko w ujęciu otaczania sztucznym zapachem tego, co wytacza smród, ale także dezodoryzacja jako pewnego rodzaju proces dewaluacji naturalnych woni wytwarzanych przez człowieka.

Za Markiem Krajewskim – „Dezodoryzacja oznacza wprowadzenie jako normy konieczności ukrywania osobniczego zapachu w przestrzeni publicznej poprzez zastępowanie go sztucznymi aromatami, dostępnymi w postaci towarów na rynku”⁴. Szerzej ujmując, dezodoryzacja miała być niezbędnym narzędziem do skracania dystansów. Zmiana zapachu ciała z naturalnego w sztuczny, zmiana zapachu przestrzeni ze śmierdzącej na perfumowaną miała na celu zawężanie odległości człowieka od wonnej sfery zarówno społecznej, jak i cielesnej.

Początek ery dezodoryzacji należy upatrywać wraz z końcem XVIII wieku. Wtedy pojawił się wzrost troski o higienę i chęć niwelowania fetoru. Praktyki

³ Marek Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2005, s. 267.

⁴ Tamże, 260.

stosowane w tym czasie czerpią wiedzę już z czasów starożytności, które to ponownie wdrażane były około XIV wieku i dotyczyły głównie regulacji miejskich⁵.

Nowoczesność pociąga za sobą szeroko idącą strategię sanitarną, która nie ma już charakteru tylko epizodycznego, tymczasowego, jak to miało miejsce parę wieków temu. Praktyka ta pretenduje do miana trwałej, stabilnej i co najważniejsze powszechnej, aby dotrzeć do każdego zakamarku „skażonego” przez naturalny zapach, interpretowany jako odór, jako coś kulturowo nieakceptowanego. Jak określa to Alain Corbin – ukazuje się „potrzeba projektu społecznego komfortu”⁶.

Narzędzia dezodoryzacji

Dezynfekcja

Pojawiają się więc pytania o to, jak ten komfort zapewnić społeczeństwu i jak włączyć maszynę odwaniania życia społecznego. Jednym z narzędzi tego projektu okazuje się być dezynfekcja. Dezynfekcja ma na celu likwidację tego, co skażone, ma na celu usunąć to, co zwiastuje śmierć, czyli wszelkie oznaki zgnilizny, odorów trupa, chorób i tego co niesie za sobą widmo skażenia.

W XVIII wieku narzędziem dezynfekcji okazuje się być również powszechne brukowanie ulic, czyli „izolowanie się od brudu ziemi lub od zgnilizny wód gruntowych”⁷. Natura zakryta zostaje efektywnymi płytami kamiennymi, które z jednej strony dostarczają wrażeń zmysłowych w postaci piękna dla oka i są nietuzinkowym symbolem nowoczesności, ale też z drugiej strony ograniczają wrażenia węchowe – te, które z nowoczesnością miały nie być kojarzone. Brukowanie owszem zatrzymało rozprzestrzenianie się podziemnych smrodów, ale jednocześnie zatrzymało infiltrację, w rezultacie czego nastąpił pewnego rodzaju zastój, ponieważ opóźniony został proces przemywania gruntów przez opady deszczu, tym samym utrudniło to odnawianie wód podziemnych.

„Tynkować, powlekać, malować, bielić ściany, sklepienia czy boazerie, to opancerzyć się przeciw miazmatom”⁸. Miazmaty te zatkane u podstawy ziemi, muszą za pomocą gipsu, tynku i innych materiałów budowlanych zostać również usunięte z

⁵Alain Corbin, *We władzy wstrętu. Społeczna historia poznania przez węch. Od odrazy do snu ekologicznego*, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa 1998, s. 119.

⁶Tamże, s. 120.

⁷Tamże.

⁸Tamże, s. 121

powierzchni, będącej ponad brukowymi kamieniami. Praktyka ta okazała się być na tyle skuteczna, że wraz z powstaniem fabryk chemicznych, już od podstaw skutecznie udawało się specjalistom ograniczyć wonie, jakie owe fabryki wydzierały w zamkniętej przestrzeni.

Drenowanie

Kolejnym narzędziem procesu dezodoryzacji, który był wręcz niezbędny w procesie odwaniania przestrzeni społecznej było drenowanie, czyli zapewnienie odpływu wszelakim nieczystościom. Praktyka ta, do dziś stosowana, oznacza nic innego jak drożność kanalizacji, rozbudowę odpływów ściekowych. Jak podkreśla Alain Corbin – „Osuszać miasto przez drenaż to zapobiegać szkodliwości zgniętego zastoju po minionych pokoleniach, zabezpieczać przyszłość miejskiej siedziby, zapewniać, dzięki technice, modyfikacje, których sama natura nie jest w stanie dokonać w owych miejscach sztucznego tłoku”⁹.

Wentylacja

Wentylacja nierozzerwalnie łączy się z tym, co najtrudniej oczyścić, a co jest nieodzownym katalizatorem zapachu – powietrzem. Dlatego też proces wentylacji zajął główną rolę w działaniach interwencyjnych podejmowanych przez higienistów. Wentylacja bowiem „odnawia sprężystość i antyseptyczne właściwości powietrza”¹⁰. Jakich więc narzędzi zaczęli używać higieniści by rozpocząć ten proces? Zaczęto od miechów, różnej generacji wentylatorów, na najprostszym urządzeniu kończąc – wachlarzu, który okazał się być niejako niezbędnym przedmiotem w jednostkowym filtrowaniu powietrza zarówno przestrzeni publicznej, jak i prywatnej.

Wszystkie stosowane praktyki miały na celu jedno – zapewnić zapachowy ład tam, gdzie go nie było, czyli tam, gdzie społecznie tworzona była przestrzeń publiczna i tam, gdzie społeczeństwo odpoczywało, czyli w przestrzeni prywatnej. Chodzi o ład nie tylko w sensie porządku, ale ład oznaczający „regularność, a więc i przewidywalność warunków, w jakich wypada nam działać i załatwiać swe sprawy życiowe”¹¹. Zygmunt Bauman przybliżył nam również specyfikę owej przestrzeni – „tym się przestrzeń uporządkowana od chaosu różni, że zajście jednych zdarzeń jest w niej wysoce

⁹ Tamże, s.122.

¹⁰ Tamże, s.125.

¹¹ Zygmunt Bauman, *Sen o czystości*, w: *Ponowoczesność jako źródło cierpienia*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2000, s. 15.

prawdopodobne, zajście innych znacznie mniej, jeszcze innych – prawie nie możliwe”¹². Bowiem przestrzeń, w której nastaje ład jest jedyną przestrzenią, jaką winno przenosić się na mapę i jaka jedynie daje nam nadzieję na osiągnięcie zamierzonych skutków. Symfonia naturalnych zapachów powściągnięta przez powszechny nakaz dezodoryzacji musiała zaprowadzić ład tam, gdzie go nie było. Od przestrzeni publicznej, tej która dość starannie została zdezynfekowana, wywietrzona, wydrenowana i zalana sztucznymi środkami zatykającymi wyziewy ziemi, należało dojść do aromatycznej przestrzeni – tej, w której to jednostki egzystowały – przestrzeni prywatnej.

Przeźrenie prywatna

Marta Cobel-Tokarska pisze: ”Wydaje się, że dom jest równie stary jak ludzkość. Jednakże w mitologiach, także w Biblii znajdziemy opisy złotego wieku, gdy ludzie nie potrzebowali wcale domu, boiwn natura była wówczas ludzkim domem. Przymus budowania sztucznego schronienia był konsekwencją wygnania z rajy i pierwszego zetknięcia z niebezpieczeństwami”¹³. Dom miał chronić przed czyhającym złem za jego murami, zaś pewnego rodzaju niebezpieczeństwo czaiło się również wewnątrz jego ścian. Bowiem podczas ustalania strategii dezodoryzacji przestrzeni prywatna również wzięta została pod szczególną uwagę.

Właściwa higiena rodzinna stała się niezbędnym elementem ku temu, by stworzyć nieskażoną niczym przestrzeń. Szczególną uwagę należało zwrócić na ściany domów, bo one bardziej w przestrzeni prywatnej, aniżeli w przestrzeni publicznej narażone były na skupianie wokół siebie trujących woni.

Jak wskazuje Alain Corbin, w przestrzeni prywatnej należało zająć się meblami, w tym najszczególniejszą uwagę zwrócić na łóżko, które winno stać na środku izby, by chronić je przed kontaktami z gruntem. Nakaz był jednoznaczny – łóżko ma być czyste i świeże¹⁴. Mary Douglas pisze – „jeśli nieczystość to tyle, co rzecz nie na swoim miejscu, należy starać się zrozumieć ją poprzez pojęcie ład. Nieczystość, brud to przedmiot, jaki trzeba usunąć, jeśli chce się zachować określony układ rzeczy”¹⁵.

¹² Tamże, s. 15.

¹³ Marta Cobel- Tokarska, *Przeźrenie społeczna: świat-dom-miasto*, w: *Krótkie wykłady z socjologii*, Warszawa 2012, s.57.

¹⁴ Alain Corbin, *We władzy wstrętu. Społeczna historia poznania przez węch. Od odrazy do snu ekologicznego*, Oficyna Wydawnicza Volumen, Warszawa 1998, s. 119.

¹⁵ Mary Douglas, *Czystość i zmaza*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 2007, s. 12.

Podążając za myślą brytyjskiej antropolog: przestrzeń prywatna powinna zostać oczyszczona.

Czystość ta integralnie wiąże się z pojęciem usunięcia odorów „domowego zacisza”, a żeby ziścić ów plan, należało zejść niżej niż mieszkalne izby – do dolnej części domów, czyli piwnic i suteryn. Miało to na celu zapobieganie unoszenia się „zepsutej atmosfery” do wnętrza mieszkań. Poprzez taką praktykę dezynfekcji i wentylacji można było zapewnić pewnego rodzaju izolację.

Ciało - jako podpis zapachowy

Zagląając w głąb prywatnych izb, należało odpowiedzieć sobie na pytanie, jakie jeszcze wonie, prócz tych związanych z sanitariatami, z meblami i innymi elementami przestrzeni domów zanieczyszczają powietrze tych miejsc. Tu wzrok skierowany został na człowieka i jego cielesność. „Ciało jest rozumiane jako spektakl i manifest, projekt i wytwór, choć równocześnie jego natura nie uległa przecież zmianie”¹⁶. Czy aby na pewno nie uległa zmianie? To pytanie poddaję pod wątpliwość, ponieważ wraz z wdrażaniem strategii dezodoryzacji i powszechnej higienizacji życia społecznego ciało stało się obiektem szczególnej uwagi. „Śmierdzionośnymi” elementami ludzkiej skóry, wskazanymi przez higienistów okazały się te miejsca, które wcześniej mogły nieszczególnie krępować jednostki podczas kontaktów interpersonalnych. Uwagą objęte zostały wszelakie wydzieliny, jakie produkuje człowiek oraz wonie, jakie wokół siebie rozsiewa.

Bogusław Pawłowski i Irmina Sukiennik, za Ellisem proponują klasyfikację zapachu ciała, ze względu na jego pochodzenie: zapach skóry, włosów oraz skóry głowy, zapach oddechu, zapach pochodzący z narządu pachowego, zapach stóp oraz zapach okolic odbytu i narządów płciowych (u mężczyzn zapach smegmy napletkowej, u kobiet natomiast zapach wżgórka łonowego, sromu, menstruacji i różnorodnych wydzielin pochwowych)¹⁷. Jak podkreślają autorzy artykułu *Biologia atrakcyjności zapachu ludzkiego ciała* wszystkie te wonne miejsca składają się na zapach ludzkiego ciała, określanego jako *odour signature*, czyli podpis zapachowy.

¹⁶ Kamila Pawluś, *Ciało jako przedmiot socjologicznej analizy i wytwór dyskursów* <http://tekstualia.pl/index.php?DZIAL=teksty&ID=28>

¹⁷ Bogusław Pawłowski, Irmina Sukiennik, *Biologia atrakcyjności zapachu ludzkiego ciała*, w: *Biologia atrakcyjności człowieka*, Bogusław Pawłowski (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2009, s. 263.

Pojawia się pytanie, jakie znaczenie ma zapach ciała w przestrzeni społecznej, a ściślej ujmując w przestrzeni interakcji. Autorzy przytaczanego powyżej artykułu, odwołują się do klasyfikacji substancji semiochemicznych, zaproponowanych przez Whittaker i Fenny. Możemy zauważyć, iż wpływają one na kształt interakcji międzyosobniczych u wielu gatunków zwierząt. Owe substancje zapewniają wielu informacji naraz oraz mogą być odbierane z dużej odległości. Według ogólnego podziału tych chemicznych sygnalizatorów, wyróżnia się dwie grupy: substancje allochemiczne i feromony. Pierwsza grupa składa się z allomonów – substancji przynoszących korzyść nadawcy sygnału chemicznego (np. wydzieliny obronne) oraz z kairomonów, które ostrzegają o niebezpieczeństwie, przez co są korzystne dla odbiorcy sygnału.¹⁸

Drugą grupą substancji semiochemicznych są feromony, definiowane jako „oznaka chemicznych atraktantów wydzielanych po to, aby wywołać behawioralną lub fizjologiczną odpowiedź innego osobnika tego samego gatunku”¹⁹. Tu wyróżniamy dwie główne grupy feromonów. Należy nadmienić, iż w zależności od funkcji, grup tych może występować nawet 30. Podziałem jaki stosują autorzy klasyfikacji, są feromony sygnalizujące, inaczej wyzwalające, które inicjują natychmiastową odpowiedź oraz feromony modyfikujące, czyli zapoczątkowujące, które inicjują odpowiedź długotrwałą. Jak podkreślają Bogusław Pawłowski i Irmina Sukiennik „feromonalna komunikacja jest dobrze udokumentowana u ssaków, które używają jej do znakowania terytorium, wzajemnego ostrzegania się o zagrażającym niebezpieczeństwie lub do seksualnego zwabiania partnerów”²⁰.

Powracając do refleksji dotyczących zapachu ludzkiego ciała, pojawia się pytanie, jak powyższa klasyfikacja odnosi się do człowieka i jego cielesności. Otóż u człowieka badana zazwyczaj jest komunikacja w relacji matka-dziecko, a dokładniej jej emocjonalny charakter. Już w okresie prenatalnym dziecko przywiązuje się do zapachów wytwarzanych przez matkę, przez co po narodzeniu noworodki utożsamiają zapach piersi z zapachem pokrytym wonią płynu owodniowego. Mamy do czynienia z zapachowym rozpoznawaniem się matki i niemowlęcia, przez co ta otoczka wytwarzanych woni staje się elementem integralnym w zacieśnianiu się więzi emocjonalnych między nimi.

¹⁸ Tamże, s. 265.

¹⁹ Tamże, s. 266.

²⁰ Tamże.

Feromony wśród ludzi również odgrywają nietuzinkową rolę. Oddziałują one poza poziomem świadomości, wpływając znacząco na zachowania seksualne i reprodukcyjne. Współcześnie naukowcy próbują stworzyć sztuczne feromony, które będą pewnym niezawodnym „wabikiem” w procesie zdobywania partnera seksualnego²¹.

Kwestią, której nie sposób pominąć w charakterystyce ciała definiowanego przez zapach, jest termin czystość. Kulturowe zmiany w postrzeganiu i funkcji utrzymywania higieny ciała mają dość bogatą historię. Bowiem w starożytności istniała nierozzerwalna zależność pomiędzy czystością, która identyfikowana była z dobrem, zaś dobro integralnie związane było z idealną mądrością. Średniowiecze natomiast niesie skojarzenie czystości z kontekstem erotycznym, ponieważ kąpiel służyła niegdyś doznaniom zmysłowym. W późniejszych latach czystość równoznaczna była z arystokratycznym wyglądem i pełniła tym samym funkcję reprezentacyjną. W XVIII i XIX wieku, jak już miałam okazję nakreślić powyżej, czystość identyfikowana była ze zdrowiem i „wyrażała mieszczańską tęsknotę do dynamiki, tężyzny fizycznej, powiększania zasobów organizmu, tak jak powiększa się zasoby finansowe”²². Czystość niejako legitymizowała określony ład. Dopiero XIX i XX wiek zaowocowały czystością, interpretowaną jako dostarczyciela indywidualnych przyjemności oraz nośnika pewnego statusu społecznego, określającego jednostkowy prestiż²³.

Pachnidła

Koniec XVIII wieku oraz wiek XIX zwiastował zainteresowanie się ciałem ludzkim ze względu na jego higienę, która wtedy była powszechnie zanedbywana. Misją higienistów było wprowadzenie do kultury jako normy – mycia ciała, w celu usuwania z niego różnego rodzaju bakterii. Rozwój owej strategii zaowocował powstrzymaniem chorób, roznoszenia epidemii, jak również podniesieniem atrakcyjności jednostki, tym samym tworząc nowy kanon zapachowego piękna. Owe zapachowe walory estetyczne zaowocowały pogłębieniem strategii dezodoryzacji w odniesieniu do ludzkiego ciała. Sięgnięto po przedmioty, znane już w starożytności –

²¹ Avery Gilbert, *Co wnosi nos? Nauka o tym, co nam pachnie*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2010, s.364.

²² Maciej Milewicz, *Prysznic*, w: *W stronę socjologii przedmiotów*, Marek Krajewski (red.), Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań, 2005, s.207.

²³ Więcej informacji na temat kategorii czystości i brudu ludzkiego ciała znajduje się w rozdziale zatytułowanym „Osmologiczny wymiar ludzkiego ciała”

olejki, perfumy, które niegdyś zarezerwowane były tylko dla ścisłej elity społecznej i wraz z upływem czasu granica dostępności tych ekskluzywnych produktów coraz bardziej się przesuwiała. Niegdyś produkt zawierający w sobie sztucznie wyprodukowane zapachy, łączył się z pojęciem ekskluzywności, tego co nie jest dostępne dla ogółu społecznego. Kosmetyki, które pomagają ukrywać naturalne wonie ciała służą do „nacierania, polewania, spryskiwania, malowania lub w jakikolwiek inny sposób stosowane jest do oczyszczenia, upiększenia, podkreślenia atrakcyjności lub zmieniania wyglądu, nie wywierając wpływu na strukturę lub funkcjonowanie organizmu”²⁴. Pomimo iż nie wpływają na strukturę i funkcjonowanie organizmu w sensie biologicznym, funkcje kosmetyków mają swój oddźwięk w szeroko rozumianej kulturze.

Wiek XIX to wiek, w którym burżuazja poszukuje atrybutów, dzięki którym może odróżnić się od reszty społeczeństwa. Obok takich własności jak bogactwo czy pochodzenie, postawiony został zapach, jako kolejny element, który hierarchizował przestrzeń społeczną. Pozwalanie sobie na mocne, naturalne wonie otaczające ciało, charakteryzowało w większej mierze plebs.

Justyna Żarnowska w artykule *Dezodorant, krótka historia pisana zapachem ludzkiego ciała* zadaje pytanie, które wydaje się być fundamentalne w opisie przyczyn pojawienia się i upowszechnienia przedmiotu codzienności, jakim stał się dezodorant. Mianowicie, „co takiego ukrywa w sobie naturalny zapach ludzkiego ciała, że tak bardzo pragniemy się go pozbyć?”²⁵. Wskazuje tym samym na pewien kulturowy wymóg stawiania się istotami bezwonnymi.

Nim podejmę próbę odpowiedzi na to pytanie, zarysuję historię samego dezodorantu – jako zapachowego produktu życia codziennego. Owa historia swój początek przyjmuje w 1888 roku w Filadelfii. Angielską nazwą pierwszego dezodorantu był MUM, oznaczający zwrot: zachowaj w sekrecie. Justyna Żarnowska identyfikuje z tym tę nazwę, iż „wiąże się prawdopodobnie ze wstydem i zakłopotaniem, jakie początkowo wzbudzało używanie dezodorantów”²⁶. Następnie rok 1926 zaowocował odkryciem aerozolu, czyli produktu, za pomocą którego rozpylana była pod ciśnieniem ciecz z dodatkowym gazem lub płynem. Julius S. Kahn umieścił ową substancję w

²⁴ Nancy Etcoff, *Przetrwają najpiękniejsi. Wszystko co nauka mówi o ludzkim pięknie*, Wydawnictwo W.A.B. Warszawa 2000, s.135.

²⁵ Joanna Żarnowska, *Dezodorant – krótka historia pisana zapachem ludzkiego ciała*, w: *W stronę socjologii przedmiotów*, Marek Krajewski (red.), Wydawnictwo Naukowe UAM Poznań 2005, s. 73.

²⁶ Tamże.

jednorazowej, metalowej puszce, a w roku 1941 Lyle David Goodhuen postawił ją na sklepowej półce. Używane do produkcji aerozoli chlorofluorowęglany okazały się posiadać niekorzystny wpływ na powłokę ozonową, przez co w latach 80-tych, i 90-tych produkty w sprayu stały się przyczyną dyskursu, co do ich ekologicznej aktywności²⁷.

1952 rok był początkiem pojawienia się na amerykańskim rynku dezodorantu w kulce, zaś pierwszy antyperspirant pojawił się nieco później, bo w 1965 roku. Ekologiczna kontrola zaowocowała podpisaniem protokołu w latach 80-tych w Montrealu przez 70 państw. Nakazywał on stosowanie aerozoli niepowodujących szkód ekologicznych.

Ideą dezodorantu jako produktu nowoczesności, było ukrycie wszelkich śladów, pozwalających zbliżyć człowieka do świata zwierząt. W odpowiedzi na powyżej postawione pytanie to, co naturalne oznaczało to, co zwierzęce. Kultura miała za zadanie zniwelowanie tego, co wpisywałoby człowieka do tej pierwotnej przestrzeni przyrody. Dezodorant okazał się znakomitym narzędziem owej misji. Naturalny zapach ciała i jego silne oddziaływanie na otoczenie niegdyś, przed zastosowaniem strategii dezodoryzacji świadczy o zdrowiu i młodości jednostki. Justyna Żarnowska dezodorant określa mianem produktu-paradoksu²⁸, ponieważ z jednej strony pozbawia on człowieka naturalnej woni, która zbliżała go tym samym do świata zwierząt, definiowanym jako siła i pożądanie. Z drugiej strony oferuje mu sztuczny produkt, który ma wywoływać podobne działanie. Nieco inna sytuacja jest w przypadku kobiet, ponieważ kulturowym wymogiem jest to, by osiągnęła ona granice bezwonności. Podążając za tym kanonem, kobieta winna używać delikatnych woni, by móc niejako wypisać się z świata zwierzęcego.

Wskazana przeze mnie wcześniej funkcja dezodorantu jako produktu ekskluzywnego, ewaluowała w swym znaczeniu w czasach współczesnych – w czasach ponowoczesnych. Bowiem dezodorant stał się atrybutem i niezbędnikiem codzienności, którego charakteryzuje powszechna dostępność. Miejsce dezodorantu, jako produktu dla elit zajęły perfumy. Ich ekskluzywność nieodzownie łączona jest z intensywnością oraz trwałością, a co za tym idzie wysoką ceną, która staje się niejako miarą ich

²⁷ Tamże, s.73.

²⁸ Tamże, s.75.

elitarności. Reasumując, „dezodorantu używamy z konieczności, jest towarem tańszym, perfumy zaś stosuje się dla przyjemności, są luksusem, na którego nie każdego stać”²⁹.

Beata Hoffman w swojej monografii *Perfumy* przedstawia natomiast koncepcję demokratyzacji perfum, która zakłada to, iż współcześnie również perfumy przestają mieć funkcję elitarną. Bowiem te marki, które niegdyś były dla nielicznych, w świecie konsumpcyjnym są dostępne dla każdego. Elitarnością cieszą się dziś pachnidła niszowe, tworzone z wyszukanych, trudno dostępnych aromatów.

Podsumowanie

Strategie dezodoryzacji zakładały oczyszczenie z przestrzeni publicznej tego, co skażone. Stosowane praktyki wentylacji, dezynfekcji czy drenowania miały za zadanie oczyścić teren. Następnie uwaga została skierowana na przestrzeń prywatną, by w rezultacie skupić się na ciele ludzkim i skażeniu, jakie sobą niosło.

To co naturalne, zostało zepchnięte za margines normatywny kultury. Kultura przygotowała zupełnie inny pakiet woni, nad którymi objęła autokratyczną kontrolę. Każdy z nas, poprzez pewien kulturowy przymus dezodoryzacji codziennie zakłada niewidzialny strój zapachowy, wchodząc na scenę życia codziennego. Jakże to ma społeczne konsekwencje? Jak ścisłe są ramy owego przymusu? Jakie miejsce ma zapach w kreowaniu roli społecznej? Próbę odpowiedzi na te pytania podejmę w następnych rozdziałach.

²⁹ Tamże, s.76.

2. Funkcje zapachu w kształtowaniu roli społecznej

Dyskrecja i anonimowość, której symbolem jest ukrywanie własnej fizyczności poprzez eliminowanie osobistego zapachu i zastępowanie go zapachami modnymi i odpowiednimi do sytuacji, są warunkiem odgrywania roli, na podobnej zasadzie, jak strój ukrywa jednostkę jako osobę i jako ciało po to, by eksponować te aspekty osoby i ciała, które są konieczne do wykonania roli³⁰.

W poprzednim rozdziale nakreśliłam strategie dezodoryzacji, jako proces odwaniania życia społecznego, nałożenia pełnej kontroli na to, co dotychczas było niekontrolowane – na zapachy otaczające jak i będące w samym środku życia społecznego. Słowo kontrola nabiera coraz większego znaczenia, ponieważ wnika ona coraz głębiej w naturę człowieka. Kultura staje się głównym mechanizmem regulującym społeczeństwo. Zakłada niewidzialne kajdanki naturze, która w nowoczesności zostaje zepchnięta na margines normatywny społeczeństwa. Tak duża, makrospołeczna zmiana, musiała mieć swoje odzwierciedlenie w mikrostrukturach. Zapach zostaje perfekcyjnie sterowany przez kulturę. Staje się w pewnym sensie definiensem tożsamości jednostki i tego, co ją buduje oraz roli społecznej, jaką odgrywa aktor na scenie życia codziennego.

Aktor społeczny

Powonienie człowieka w procesie ewolucji znacznie osłabło. Wraz z dynamicznym rozwojem kultury, człowiek starał się wyzbyć się wszystkiego, co zwierzęce, traktując ów przymiot jako pejoratywnie nacechowany. Przed tym, jak ustale, jaką funkcję ma zapach w kształtowaniu się tożsamości oraz roli aktora społecznego, należy zdefiniować, kim jest aktor społeczny, a jeszcze dokładniej, kim jest w ogóle człowiek.

Otóż, człowiek jest zwierzęciem; przyglądając się jego biologicznym cechom, nie podlega to wątpliwości. Podczas konstruowania definicji człowieka Ewa Nowicka zwraca uwagę na aspekt kultury jako jedyny, który odróżnia człowieka od zwierząt oraz na kontekst społeczny, który charakteryzuje również niektóre gatunki zwierząt, ale

³⁰ Marek Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2005, s. 263.

wyjątkowo określa miejsce człowieka w świecie³¹. Bowiem człowiek jest istotą społeczną – i dzięki pełnionym rolom staje się aktorem na arenie życia społecznego.

„W socjologicznej perspektywie jednostka jest aktorem społecznym, bezcielesnym i abstrakcyjnym, zajmującym pozycję, odgrywającym rolę, wywiązującym się z norm, działającym zgodnie z uznawanymi wartościami, realizującym swoje zamiary, socjalizowanym i socjalizującym z innymi, integrującym z innymi”³². W dalszej części tejże definicji dowiadujemy się, że aktor społeczny nie doświadcza zmysłowo otaczającego go świata – jest jakby zaprogramowaną, abstrakcyjną maszyną do nawiązywania interakcji.

Inną wizję doświadczenia zmysłowego przedstawia George Simmel, który pisze – „jeżeli w ogóle uwikłani jesteśmy we wzajemne oddziaływania, to przede wszystkim dlatego, że działamy na siebie zmysłowo(...) albowiem każdy zmysł wnosi charakterystyczny wkład w budowę uspołecznionej egzystencji, niuansowaniu wrażeń odpowiadają szczególnie cechy społecznych stosunków”³³. Simmel traktuje jednostkowe operowanie zmysłami jako swoisty pomost do poznania drugiego człowieka. Twierdzi że to, jak widzimy, jak słyszymy oraz jak czujemy, służy owemu poznaniu.

Tożsamość aktora społecznego definiowana przez zapach

Jednostka egzystująca w społeczeństwie buduje swoją tożsamość. W psychologii owa tożsamość określana jest jako „świadomość własnej spójności w czasie i przestrzeni, w różnych okresach życia, w sytuacjach społecznych i pełnionych rolach, a także świadomość własnej odrębności, indywidualności, niepowtarzalności”³⁴. Człowiek zatem, podczas budowania tożsamości dąży do pewnego rodzaju spójności z otaczającą go rzeczywistością, podkreślając tym samym jego wyjątkowość na tle innych jednostek. Zapach staje się pewnego rodzaju budulcem tożsamości.

Owa egzemplifikacja mogłaby spotkać się z pewnego rodzaju krytyką, ponieważ zapach oraz zmysł węchu są aspektami często utożsamianymi z czymś znajdującym się poza świadomością jednostki, szczególnie w kulturach zachodnich³⁵. Jak możemy

³¹ Ewa Nowicka, *Definicja człowieka*, w: *Świat człowieka – świat kultury*, Warszawa 1997, s. 204.

³² Marek Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2005, s. 250.

³³ George Simmel, *Socjologia zmysłów*, w: *Most i drzwi. Wybór esejów*, Wydawnictwo Oficyna Naukowa, Warszawa 2006.

³⁴ Barbara Szacka, *Wprowadzenie do socjologii*, Oficyna Naukowa, Warszawa 2003, s. 149.

³⁵ Marek Krajewski, *Kultura, kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2005, s. 248.

zauważyć w powyższej definicji – tożsamość odnosi się do świadomości, czyli do pewnego stanu, dzięki któremu zdajemy sobie sprawę ze zjawisk zachodzących wewnątrz, jak i na zewnątrz nas. W jaki więc sposób zapach może być elementem budującym tożsamość?

Tu znów należy podkreślić, iż nowoczesność zdeprecjonowała naturalny zapach, identyfikując go ze zwierzęcą naturą człowieka. Proces budowania tożsamości jednostki, żyjącej w nowoczesnym świecie uległ znaczącej zmianie – „człowiek posiadał zdolność modyfikowania własnego zapachu, zastąpił jego oznakowy charakter – symbolicznym i dodatkowo uczynił tę zdolność elementem procesu zamazywania podobieństwa łączącego go ze światem zwierząt, ukrywania faktu, iż jest organizmem biologicznym”³⁶.

Ten rodzaj „zapachowej ewolucji” przyczynił się do zbudowania zupełnie nowego wymiaru tożsamości jednostki – aktora, który wchodzi na scenę życia społecznego mając świadomość odrębności od natury i świadomość konformizmu względem kultury, co zapewnia mu poczucie spójności z otaczającym go światem. Możemy zatem zauważyć, iż zachowane zostają elementy definicyjne tożsamości, a zapach staje się jednym z budulców jej powstania.

Pomimo tego, że zapach jest elementem rzadko będącym w obszarze naszej świadomości, to kontrola woni jest aspektem, który ową świadomością steruje. Tożsamość definiuje się jako „samoświadomość jednostki i jej dialog z samą sobą”³⁷. Definiensem tożsamości w czasach nowoczesnych staje się zapach, ponieważ uświadamia on jednostce zarówno jego zwierzęcą naturę, jak i ogromną od niej odrębność. Człowiek sam zakłada na siebie kontrolę, buduje swą tożsamość tak, by móc wpisywać się w normatywny system otaczającego go świata – a świat ten wymaga od niego, by pachniał, oferując gamę wyprodukowanych aromatów, które nie tylko przykrywają naturalne zapachy, ale i stają się naturą codzienności. Owa codzienność nierozdzielnie związana jest z wchodzeniem aktorów społecznych w role i odgrywaniem ich na arenie życia społecznego.

³⁶ Tamże, s.255.

³⁷ Anna Karnat-Napieracz, *Tożsamość czyli świadomość redivivus*, Oficyna Naukowa, Kraków 2009, s. 53.

Rola społeczna

Jak więc kształtuje się rola społeczna biorąc pod uwagę wymogi osmologiczne? Nim podejmę próbę odpowiedzi na to pytanie, należy zdefiniować, czym jest rola społeczna. Mianowicie, rolę społeczną w socjologii traktuje się jako „zbiór praw i obowiązków wiążących każdego, kto zajmuje daną pozycję społeczną bez względu na cechy osobiste”³⁸. Gdzie więc znajduje się funkcja zapachu w kształtowaniu roli aktora w społeczeństwie?

Otóż aktor wchodzący w rolę, wchodzi tym samym w pewien system normatywny, który tym samym ją definiuje. Inaczej ujmując – każdy z nas wchodząc w rolę, wybiera swoiste miejsce w pewnych systemach społecznych, strukturach. Rolę w tym normatywnym sensie winno się oddzielać od pojęcia wykonywania bądź odgrywania roli, „które jest równoznaczne z rzeczywistym postępowaniem jednostki podczas pełnienia obowiązków związanych z jej pozycją”³⁹. Od aktora wykonującego rolę wymaga się, by prezentowane przez niego wrażenie odpowiadało cechom osobowym jakie owa rola ma reprezentować. Erving Goffman pisze – „Osobowość (*a self*) właściwie trwa w zawieszeniu aż do momentu, kiedy jednostka zajmie daną pozycję; musi ona tylko dostosować się do stawianych przez nią wymagań, a wtedy znajdzie gotowe do użytku „ja przedmiotowe”⁴⁰.

Wykonywanie czy odgrywanie roli integralnie połączone jest z wymogiem regularności. Albowiem nie wszystkie role, w jakie jednostki wchodzi, są rolami regularnie wykonywanymi. Wielość ról, w jakie wciela się aktor społeczny jest przyczyną owej nieregularności. Jeżeli rola to „całokształt działań, które osoba przypisana do danego statusu wykonywałaby wówczas, gdyby działała wyłącznie w odpowiedzi na normatywne wymogi dotyczące kogoś zajmującego jej pozycję”⁴¹, to rola definiowana przez zapach łączy się z rozumieniem roli społecznej jako pewnego rodzaju wcielania się.

Człowiek w teatrze życia codziennego

Chciałabym ów dyskurs przenieść do nieco metaforycznej rzeczywistości społecznej, mianowicie do – „teatru życia codziennego”. Erving Goffman stawia

³⁸ Piotr Sztompka, *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Wydawnictwo Znak, Kraków 2006, s.123.

³⁹ Erving Goffman, *Spotkania*, Zakład Wydawniczy Nomos, Kraków 2010, s.67.

⁴⁰ Tamże, s.69.

⁴¹ Tamże, s.67.

człowieka określając go mianem aktora społecznego na deskach teatru identyfikowanego z życiem społecznym. Aktorowi społecznemu towarzyszą różnego rodzaju scenerie oraz rekwizyty, czyli przedmioty codzienności. I w owej codzienności jednostka wchodzi w szereg ról społecznych, które musi odegrać. Powracając niejako do aspektów definicyjnych roli społecznej, należy ją bezpośrednio wiązać z teatrem, bowiem „każda rola teatralna obejmuje interakcje między grającym ją aktorem a innymi aktorami”⁴². Jeżeli przyjmiemy, że wonie, którymi aktor społeczny emanuje oraz wonie, które odczuwa się pomiędzy aktorami interakcji, to zapach staje się niejako elementem budującym rolę społeczną, a już z pewnością elementem który wchodzi w skład występu określanego jako „działalność jednostki, która przebiega podczas stałej obecności pewnej grupy obserwatorów i wywiera na nich jakiś wpływ”⁴³.

Fasada

Erving Goffman inspirowany teatrem dodaje do socjologicznej siatki pojęciowej jeszcze jedno kluczowe słowo, mianowicie fasadę, definiując ją jako „tę część występu jednostki, która funkcjonuje niezmiennie przez cały czas trwania, dostarczając obserwatorom definicji sytuacji”⁴⁴. Fasadą zatem są wszelkiego rodzaju środki wyrazu, które aktor społeczny może stosować celowo, bądź nie podczas trwania występu. Co składa się więc na ową fasadę?

Dekoracja jest jednym z tychże elementów, tj. wszelkiego rodzaju rekwizyty i sceneria, z której korzysta jednostka podczas swojego przedstawienia. Należy nadmienić, iż dekoracja jest na tyle stałym elementem, że rzadko przemieszcza się wraz z jednostką. To aktor społeczny chcąc jej użyć do swojego występu musi pojawić się w danym miejscu, gdzie ta się znajduje. Jeżeli dekoracja jest scenicznym środkiem wyrazu, to fasada osobista odnosić się będzie do tych środków, które mogą przemieszczać się wraz z aktorem społecznym. Przyjmując taką definicję widzimy, że aktor społeczny ma pewne przypisane cechy, które wiążą się z jego pozycją. Tymi cechami wg Goffmana jest płeć, wiek, cechy rasowe, postura, strój, wygląd, mimika, sposób mówienia. Do owej gamy insygniów należy dodać zapach, jako nie tyle autonomiczny byt egzystujący w tym bogatym szeregu, ale też jako pewien stały element tych wszystkich cech, jakie składają się na fasadę osobistą.

⁴² Florian Znaniecki, *Relacje społeczne i role społeczne*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011 s.272

⁴³ Erving Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa 2008, s. 52.

⁴⁴ Tamże, s. 52.

By zobrazować postawioną powyżej tezę, należy zoperacjonalizować pojęcie zapachu. Zatem zapach identyfikuje się ze sztucznymi woniami, które eliminują naturalny zapach ciała – aromaty, perfumy, olejki zapachowe, antyperspiranty itp. Jak pisze Marek Krajewski – owe zapachy „są więc niczym dobrze dopasowane ubrania – zarówno ukrywają ciało, jak i uwydatniają jego kształty ale w sposób, który pozostaje pod kontrolą ich właściciela”⁴⁵. Kontrola ta określa intersubiektywne standardy i reguły, które kreowane są przez władzę społeczną, rynek i inne wpływowe instytucje społeczne.

„Człowiek ubrany w zapach” to nie tylko marketingowe hasło promujące sztuczne zapachy, ale też zdanie, które odnosi się bezpośrednio do fasady osobistej aktora społecznego. Jednostka codziennie ma ubierać się w zapach, by spełniać oczekiwania otaczającej go kultury, by mieć bilet wstępu na deski teatru życia codziennego. Ów przymus zakładania zapachowego stroju we współczesności można porównać do wymogu zakrywania nagości. Nagie ciało i naturalne wonie człowieka identyfikowane są ze zwierzęcością, która dziś jest doszczętnie marginalizowana. Możemy zatem zauważyć, iż człowiek w każdym przedstawieniu zakłada „zapachową maskę”, by wyjść na scenę życia codziennego. Ci, którzy tego nie robią, zostają razem z naturą poza marginesem kultury.

Falszywa prezentacja

Nim zdefiniuję, czym jest falszywa prezentacja, pozwolę sobie skupić uwagę na jeszcze jednym ważnym aspekcie, mianowicie na roli publiczności w występie aktora społecznego. Na scenie życia codziennego po jednej stronie widnieje wykonawca, który przekonany jest o tym, iż jego inscenizacja przedstawienia jest integralna z rzeczywistością. Po drugiej stronie usytuowana jest publiczność, która odbiera owe widowisko tak jak wykonawca go przedstawia. Wykonawca posiada dystans do swej roli i dość skrupulatnie może manipulować przekonaniami publiczności, dlatego też aktor musi uważać na to, jak prezentuje się swojej publiczności.

Publiczność ma również naturalną skłonność do poddawania w wątpliwość występu aktora, przez co określa go jako prawdziwego bądź falszywego. Wykonawca ma więc powinność kontrolowania siebie w momencie, gdy chce przybrać falszywą prezentację. Oczywiście nie zawsze jednostka świadoma jest tego, że jest odbierana jako falszywa przez publiczność.

⁴⁵ Marek Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2005, s. 263.

Termin fałszywa prezentacja ma dość duże znaczenie w przedstawianym przeze mnie dyskursie osmologicznym. Mianowicie, biorąc pod uwagę to, że nie zawsze aktor społeczny jest świadomy wywoływanego przez siebie wrażenia, z pewnością możemy przyjąć, iż jego „fałszywość” podczas występu jest elementem stałym każdego z przedstawień.

Bowiem fałsz dość często nie jest w ryzach świadomości jednostki. Aktor codziennie wchodząc w rolę kontroluje siebie i swoje zachowanie. Świadomie przybiera taktykę uczciwości bądź fałszu. Ale co, jeśli nie zdaje sobie sprawy z tego, że owe kłamstwo nosi na swojej skórze, że to zapach jest elementem fałszywej jego prezentacji? Jednostka zakłada aromatyczny strój, by stać się aktorem życia społecznego. Aktorem wpisującym się w społeczne normy i społecznie akceptowanym. Ubierając się w zapach ukazuje jednocześnie, że ma coś do ukrycia. Dezodorant staje się niejako rekwizytem jego codzienności, a sztuczny zapach tworzy wokół niego aurę tajemniczości. Proces zakrywania czegoś Goffman określa mianem – mistyfikacji.

Mistyfikacja

Mistyfikacja to zabieg, jaki stosuje aktor społeczny, by wpłynąć na ocenę publiczności. Polega ona na wytwarzaniu dystansu pomiędzy aktorem społecznym a publicznością, stosując pozorną tajemniczość. Uwydatniamy pewne cechy, by móc starannie ukryć inne. Mistyfikacja bezpośrednio odnosi się do tworzenia definicji sytuacji. Mianowicie, „niemożność panowania nad informacjami otrzymywanymi przez publiczność zagraża tworzonej definicji sytuacji, jaką chce się jej przekazać, niemożność regulowania kontaktu może doprowadzić do obrzędowego skalania wykonawcy”⁴⁶.

Przyglądając się powyższej definicji terminu mistyfikacja możemy zauważyć, iż tworzenie pozornej tajemnicy ma na celu podporządkowanie sobie publiczności. Pojawia się zatem pytanie, czy ten nowy atrybut nowoczesności, jakim stał się flakon perfum, dezodorant nie są narzędziami tworzenia mistyfikacji wokół aktora społecznego. Podczas gry społecznej używa się rekwizytów, słów, dobiera różnego rodzaju elementy, które składają się na jego prezentację.

⁴⁶ Erving Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa 2008, s. 96.

Podsumowanie

Niniejszy rozdział był próbą ukazania tego, iż zapach jest pewną socjologiczną kategorią, która stanowi element definicyjny terminów takich jak tożsamość czy rola społeczna. Użycie słowa „element” było świadomym zabiegiem, ponieważ zapachu nie można identyfikować bezpośrednio z kategorią tożsamości czy roli społecznej. Zapach stanowi pewnego rodzaju punkt odniesienia, który w naukach społecznych został pominięty, bądź zwyczajnie nie wzięty pod uwagę przez prowadzących dyskurs wokół tak powszechnie omawianych kategorii, jak tożsamość czy rola społeczna. Jak wskazuje Marek Krajewski, współcześnie używanie różnych zapachów przez samą osobę staje się normą, a co za tym idzie wyznacznikiem braku tożsamości: „zastępuje ją tożsamość zwielokrotniona, zmultiplikowana, której różnorodność odpowiada wielości wyrażających ją produktów obecnych na rynku”⁴⁷.

Aktor społeczny wchodząc w rolę społeczną jest definiowany przez to, jak pachnie, bądź jak nie pachnie; podążając za terminologią Goffmana – zapach jest stałym elementem fasady osobistej, przez co również staje się elementem fałszywej prezentacji jednostki i narzędziem tworzenia wokół niego mistyfikacji. Argumentując postawioną przeze mnie tezę, chcę raz jeszcze zwrócić uwagę na zasięg podjętych w nowoczesności strategii dezodoryzacji. Tak powszechnie wdrażana misja odwaniania życia społecznego musiała mieć swoje odzwierciedlenie na poziomie mikrostruktur.

Człowiek bezrefleksyjnie poddał się temu procesowi, który przygotowała dla niego kultura. Dostał zapach opakowany we flakon, dzięki któremu mógł zdewaluować swoje własne „ja”, czując tym samym swoją odrębność, a nawet wyjątkowość względem otaczającej go natury. Zaczął sam wdrażać i sterować procesami dezodoryzacji okrywając sztucznymi zapachami ciało i sceny, na jakich odgrywa swoje wystąpienia.

⁴⁷ Marek Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2005, s. 307.

3. Osmologiczny wymiar ludzkiego ciała

Czystość przybliży nas do boskości, zaś niewydzielanie naturalnych woni czyni nas prawie aniołami⁴⁸

Socjologiczna refleksja nad zapachem dotyka również jeszcze jednego, bardzo ważnego aspektu kultury, jakim jest ciało ludzkie. W niniejszym rozdziale chciałabym ukazać istotność tej refleksji odwołując się do powszechnie znanych koncepcji oraz pokazać osmologiczny wymiar ludzkiego ciała, jako nośnika aromatów, a co za tym idzie, wielu informacji społecznych.

Pytanie: kultura czy natura, stało się głównym problemem badawczym podjętym w tej pracy. Mam nadzieję, iż rozważania zorientowane na tematykę ciała dostarczą nań wielu odpowiedzi. Bowiem refleksja nad ciałem i cielesnością to głównie refleksja nad miejscem ciała w tych dwóch wymiarach. Zarówno natura jak i kultura ukształtowała je do stanu, jaki obecnie możemy doświadczać, a jego zapach coraz częściej informuje nas o jego charakterze.

Ciało w kulturze

Chris Shiling w swojej książce *Socjologia ciała* pisze, iż ciało to „pewne nieukończone, biologiczne i społeczne zjawisko, ulegające do pewnego stopnia modyfikacjom na skutek wkroczenia przez nie w świat społeczny i uczestniczenia w nim”⁴⁹. Jak później autor dodaje: „to te biologiczne i społeczne właściwości czynią z ciała zjawisko oczywiste i nieuchwytnie zarazem”⁵⁰. Z jednej strony obserwujemy ciało jako sumę jego biologicznych aspektów tj. mięśni, kości, krwi itp., z drugiej zaś strony doświadczamy ciała zmieniającego się, modyfikującego się w zależności od wieku, stosowanej diety czy społecznych relacji, w jakich owo ciało się znajduje.

Niewątpliwie tematyka ciała i cielesności jest ważna w refleksji socjologicznej, bowiem jak wskazuje Honorata Jakubowska: „nie da się oddzielić życia od ciała, nasze doświadczenie świata jest cielesne, a każdy aspekt naszego życia ma wymiar

⁴⁸ Marek Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2005, s. 312.

⁴⁹ Chris Shiling, *Socjologia ciała*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 26.

⁵⁰ Tamże, s.26.

cielesny⁵¹”. Adam Buczkowski w swoim artykule zatytułowanym *Socjologia ciała* ukazuje przyczyny braku zainteresowania cielesnością człowieka w przedwojennej socjologii. Negowanie faktu cielesności spowodowane było tym, iż ciało podlega wpływom natury, a nie kultury, dlatego też nauki takie jak biologia, psychologia, medycyna powinny się nim zajmować. Autor wskazuje również, iż korzeni krytyki tej myśli można poszukiwać w filozofii kartezjańskiej i rozróżnieniu na ciało i duszę, gdzie ciało traktowane było mechanicznie, a dusza była tym przymiotem człowieka, który można kształtować. Ostatnią przyczyną jest teoria ewolucyjna, która ukazała ciało niezmienną się, czyli niepodlegającą wpływom społecznym⁵².

Urszula Chowaniec podkreśla, iż „wizerunek ciała stał się ważnym elementem kultury europejskiej wraz z całym zapleczem referencji, które z cielesnością są związane”⁵³. Zwrot ku zainteresowaniu cielesnością przez nauki społeczne, to zarazem zwrot ku postrzeganiu ciała jako między innymi politycznego elementu życia publicznego, bowiem „cielesność podlegała restrykcyjnym prawom, ograniczeniom, których celem było podporządkowanie indywidualnej jednostki względem dominujących warstw społecznych”⁵⁴. Społeczny wzorzec cielesności przez wieki konstruowany był przez mężczyzn i to oni zajmowali owe dominujące pozycje.

Chris Shiling w swojej książce *Socjologia ciała* podkreśla, iż tematyka cielesności była obecna zarówno w klasycznej socjologii, jak i w tej współczesnej, zaś jej rola i status zmieniały się w zależności od różnych czynników. Z pewnością większe zainteresowanie cielesnością powiązane było między innymi z ruchami feministycznymi oraz rozwojem studiów genderowych. Refleksje dotyczące ciała i cielesności dziś zogniskowane są wokół dwóch perspektyw: etycznej oraz estetycznej. I to tej drugiej perspektywie chciałabym poświęcić nieco uwagi.

Wartościowanie oraz postrzeganie ciała w kontekście estetycznym to przede wszystkim ujmowanie cielesności z perspektywy piękna, czystości i brudu, jak również indywidualnego modelowania ciała czy – jak nazywa to Chris Shiling – projektowania ciała. Projekt ten zakłada pracę nad ciałem, czyli nad częścią jednostkowej tożsamości.

⁵¹ Honorata Jakubowska, *Ciało jako przedmiot badań socjologicznych – dylematy, pominięcia, możliwości*, w: „Przegląd Socjologii Jakościowej”, Tom VIII Numer 2, 2012, s.13

⁵² Adam Buczkowski, *Socjologia ciała*, w: *Krótkie wykłady z socjologii*, Anna Firkowska-Mankiewicz, Tatsiana Kanash, Elżbieta Tarkowska (red.), Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2011, s.81.

⁵³ Urszula Chowaniec, *Ciało jako sytuacja. Kultura i płeć w kontekście socjologii Pierre’a Bourdieu* w: „Kultura i Historia” 20/2011.

⁵⁴ Tamże.

Ciało jawi nam się jako społeczny symbol. Skupienie się na zdrowym wyglądzie, to już nie tylko wyeliminowanie z organizmu zarazków i chorób, ale zadbanie, by nasza estetyka wywoływała społeczne wrażenie. Narzędziami skutecznego wywoływania owych wrażeń staje się modelowanie ciała poprzez uprawianie sportu, dopasowaną dietę, operacje plastyczne, odpowiednio dopasowane ubranie, zabiegi kosmetyczne czy jego zapach. Jak wskazuje Zygmunt Bauman w jednym ze swoich listów do włoskiego pisma *La Repubblica delle Donne*: zabiegi kosmetyczne służą wyłącznie udoskonalaniu wyglądu ludzkiego ciała, nie zaś ciała jako takiego, a już z pewnością nie zdrowia⁵⁵. Samo ciało staje się nie tylko elementem pewnych społecznych performansów, ale samo w sobie zaczyna stanowić widowisko.

Jak już miałam okazję nakreślić w rozdziale dotyczącym kształtowania się roli społecznej, zapach odgrywa niebagatelną rolę w procesie wywoływania owych wrażeń. Ciało jest zarazem źródłem i nośnikiem wielu aromatów, których suma składa się na jego społeczny odbiór. Jak pisze Beata Hoffman: „zapach ciał jest postrzegany, oceniany i wyrażany pozytywnie lub negatywnie. Jako nośnik pewnej liczby znaczeń może wpływać na zachowania i uczucia”⁵⁶.

W nurcie estetyki zapach staje się świadectwem czystości i brudu. Informacja o tym, jak pachnie ciało, jest również informacją zarówno o naszych biologicznych uwarunkowaniach, jak i społecznych. Na potrzeby niniejszej pracy chciałabym przyjąć klasyfikację aromatów ciała, którą zastosowała w swojej monografii zatytułowanej *Perfumy* Beata Hoffman. Mianowicie, autorka wyróżnia zapach biologiczny człowieka, zapach socjalny oraz zapach indywidualnego wyboru. Zapach biologiczny związany jest ze stanem zdrowia jednostki, z uwarunkowaniami genetycznymi oraz rasowymi. Zapach socjalny determinowany jest miejscem zamieszkania, wykonywaną pracą, trybem życia oraz stosowanymi środkami higienicznymi, jak proszek do prania czy kosmetyki pielęgnacyjne oraz takimi, „które wprowadzie pachną, ale w przypadku których woń nie jest głównym walorem”⁵⁷. W niniejszej pracy będę posługiwała się terminem zapach społeczny, ponieważ termin „socjalny” w Polsce kojarzony jest zazwyczaj z pomocą socjalną. Ostatnim rozróżnionym aromatem kształtującym woń człowieka jest zapach indywidualnego wyboru, czyli świadomie stosowane przez

⁵⁵ Zygmunt Bauman, *Pora na rzęsy!*, w: 44 listy ze świata płynnej nowoczesności, Wydawnictwo Literackie, Kraków 2012.

⁵⁶ Beata Hoffman, *Perfumy. Uwarunkowania kulturowo-społeczne*, Wydawnictwo Impuls, Kraków 2013, s. 59.

⁵⁷ Tamże, s.38.

człowieka perfumy, wody toaletowe, dezodoranty. Ów rozróżnienie, traktuję jako konieczne w refleksji nad zapachem związanym z czystością oraz brudem ludzkiego ciała, ponieważ każdy z tych typów woni jest często nośnikiem innej informacji w komunikacji niewerbalnej jednostki.

Czystość i brud

Gdy się pisze o osmologicznym wymiarze ludzkiego ciała, kategorii czystości i brudu wydają się konieczne do egzemplifikacji tegoż zjawiska. Już w rozdziale zatytułowanym „Strategie dezodoryzacji” nakreśliłam historyczne uwarunkowania zmiany w dbałości o higienę ludzkiego ciała i społeczny wymiar czystości odwołując się do różnych etapów w dziejach. W niniejszym podrozdziale chciałabym skupić większą uwagę na czystości definiowanej przez osmologiczne uwarunkowania.

O historycznych zmianach w przestrzeganiu higieny osobistej pisał Georges Vigarello w swojej publikacji *Czystość i brud. Higiena ciała od średniowiecza do XX wieku*. Autor wskazał, iż niegdyś termin higiena był utożsamiany ze zdrowiem. Dopiero w XIX wieku wchodzi do użytku słowo „higiena”, oznaczające całość środków i umiejętności sprzyjających utrzymaniu zdrowia⁵⁸.

Na przestrzeni wieków postrzeganie higieny ludzkiego ciała bardzo ewoluowało. Już w starożytności istniał wymóg czyszczenia miejsc widocznych dla oka, czyli dłoni i twarzy. Jak podkreśla autor, praktyka ta ma charakter społeczny, bowiem „jest to sztuka konwenansu ograniczona do widocznych obszarów skóry”⁵⁹. To co widoczne, należało oczyścić. Natomiast średniowiecze ukazuje czystość jako element podlegający społecznej ocenie. Mianowicie, „akty schludności fizycznej dokonują się tylko w tkance życia społecznego. Ich historia pokazuje, jak dalece chodzi o powierzchnie widzialne ciała i o spojrzenie bliźniego, które je określa”⁶⁰. Zmysł wzroku przez wieki dominował w rozstrzyganiu o czystości ludzkiego ciała. Kolejne dziesiątki lat reprezentowały inne kanony czystości. XVI wiek pokazuje, że dbanie o czystość bielizny zastępuje dbanie o czystość ciała w ogóle. Dopiero koniec XVIII wieku koncentruje się na oczyszczaniu całkowitym skóry oraz na stosowaniu powszechnie wody jako narzędzia jej pielęgnacji. Higiena dociera do miejsc wyczuwalnych, aczkolwiek niewidocznych, bo ukrytych pod ubraniem.

⁵⁸ Georges Viagarello, *Czystość i brud: higiena ciała od średniowiecza do XX wieku*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 1996, s.178.

⁵⁹ Tamże, s. 55.

⁶⁰ Tamże, s. 236.

Historia czystości i brudu to głównie historia zmian zapachu biologicznego i społecznego ludzkiego ciała. Czystość powiązana była zarówno ze zdrowiem człowieka i jego fizjologią, jak również z trybem życia, miejscem w społeczeństwie i praktykami higienicznymi, jakie jednostki stosowały, by usunąć brud z ich ciał. Natura człowieka wyposażyla go w symfonię woni, jakie wydziela ciało, by informować zarówno o zdrowiu organizmu, jak i obecności bakterii na skórze, powodowanych nie tylko obecnością chorób, zarazy czy epidemii, ale również bakterii wywołanych przez pot czy inny brud, który wywołuje nieprzyjemny zapach.

Zapach indywidualnego wyboru

W niniejszej pracy najbardziej interesujący wydaje się ostatni komponent składający się na kształtowanie woni ludzkiego ciała – zapach indywidualnego wyboru. Powyżej omówione przeze mnie praktyki dbałości o zapach biologiczny i społeczny zakładały tym samym dbałość o naturę człowieka, bądź inaczej ujmując walkę z naturą ludzkiego ciała. Ciało jako bytu starzejącego się, niekiedy nośnika chorób, brudu i bakterii. Koncepcja zapachu indywidualnego wyboru ukazuje coś więcej, mianowicie obecność projektu w konstruowaniu naszego wrażenia, kreację nas samych jako indywidualuów. Różni się natomiast od zapachu biologicznego i społecznego tym, iż zakłada wybór jednostki i jej świadome dopasowanie woni, dopasowanie pachnideł, jakie chce stosować na swoim ciele i okryciach.

Ta utopijna wizja, która ukazuje człowieka jako jednostkę podejmującą indywidualne decyzje co do kreacji zapachu, a zarazem swojego własne „ja” posiada również pewne semantyczne pułapki. Bowiem zapach indywidualnego wyboru, pomimo iż daje jednostce wybór, ma też swoje zewnętrzne uwarunkowania. Ową niewidzialną rękę na pozornej autonomii jednostki trzyma kultura, która poddaje regulacji społeczeństwo, a co za tym idzie, otaczającą je bańkę aromatów. Ci, którzy nie spełniają oczekiwań, są tym samym wykluczani, spychani na margines społeczny.

Przytoczona przeze mnie klasyfikacja woni ludzkiego ciała zakłada przymus obecności wszystkich trzech komponentów zapachu człowieka. Jednostka na arenie życia społecznego jest aktorem i musi przybierać maski. Kultura jedynie daje jej przywilej indywidualnego doboru owych masek. W ten oto sposób człowiek indywidualnie wybiera zapachy, które pomocne będą w odgrywaniu przez niego roli, a ów wybór wyposażony jest w niezliczone informacje, które w kanale komunikacji niewerbalnej sytuują człowieka w strukturze społecznej. Inaczej ujmując, człowiek, by

mógł sprawnie funkcjonować w społeczeństwie, musi wpisywać się w obowiązujące w nim powszechnie normy i wartości, a jednym z wymogów uwarunkowanych kulturowo jest to, by zapach człowieka nie był nieprzyjemny, by odbiór społeczny jego woni był przynajmniej akceptowany. Jak wskazuje Marek Krajewski, jedną z najważniejszych nowoczesnych powinności jednostki jest nakaz kontrolowania siebie samego, a narzędziem owej realizacji jest „dezodoryzacja, która pozwala nie tylko uniknąć tego rodzaju stygmatyzacji, ale również ukrywa społeczną tożsamość jednostki przed publicznością, pozwalając tym samym na prowadzenie standardowych i wymaganych interakcji społecznych”⁶¹.

Tym samym rynek konsumencki oferuje nam szereg perfumowanych produktów, dzięki którym możemy wspinać się po drabinie społecznej hierarchii. W kulturze konsumpcyjnej indywidualny wybór aromatów nie ma już tylko funkcji estetycznej, gdzie zapach jest elementem wpływającym na atrakcyjność człowieka. Człowiek kupując perfumy, dostaje również różne wartości dodane, takie jak prestiż, bogactwo, szacunek itp. Zapachowe produkty są więc „niczym dobrze dopasowane ubranie – zarówno ukrywają ciało, jak i uwydatniają jego kształty w sposób, który pozostaje pod kontrolą ich właściciela; kontrolą, której standardy, reguły i techniki mają charakter intersubiektywny i są pisane przez rynek, media i mniej lub bardziej widzialną społeczną władzę”⁶². Wybór przez jednostkę pachnideł, czyli ten (przymusowy) indywidualny akt kreacji zapachem, ma swoje granice tam, gdzie zaczyna i kończy się jej kultura.

Marek Krajewski opisując kulturę aromatyzacji jako jeden z trendów kultury popularnej wskazuje, iż obecna kultura zachodnia jest bezwonna, co definiuje jako „subiektywizację procesu odczuwania zapachów, pozostawienie ich interpretacji jednostkom, a w konsekwencji społeczną marginalizację woni i aromatów”⁶³. Owa bezwonność jest skutkiem braku dostępnych narzędzi interpretacji osmologicznych doznań. Innymi słowy, nie potrafiąc nazywać, rozróżniać, przyswajać aromatów neutralizujemy zapach swojej kultury dezodoryzując ją, tym samym deprecjonując otaczające nas naturalne wonie. Jak pisze Beata Hoffman: „z jednej strony istnieje bardzo zbliżona (o ile nie identyczna) oferta handlowa [pachnideł] w różnych krajach, a z drugiej – wybór z tej oferty jest często podyktowany uwarunkowaniami kulturowymi:

⁶¹ Marek Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2005, s. 262.

⁶² Tamże.

⁶³ Tamże, s. 249.

tradycją, obyczajami, a nawet cenionymi wartościami”⁶⁴. Dopiero gdy przekroczymy granice naszego kręgu kulturowego, kręgu kultury zachodniej, jesteśmy w stanie świadomie doświadczać węchem innej kultury.

Ukryty wymiar woni

Zapach ciała reguluje również dystanse międzyludzkie. Edward Hall w swojej książce *Ukryty wymiar* przedstawia cztery typy dystansów: intymny, indywidualny, społeczny oraz publiczny. Każdy z nich posiada fazę bliższą oraz fazę dalszą. Owe dystanse reguluje kultura, wiek, płeć oraz otoczenie społeczne.

Jak wskazuje twórca proksemiki, zmysł powonienia jako receptor przestrzenny najbardziej zaangażowany jest w pierwszym z nich – intymnym. Bowiem na tym poziomie inne zmysły, prócz receptora odczuwania ciepła promieniującego, są zredukowane. Obraz staje się rozmazany, ukazuje tylko pewne kontury. Głos maksymalnie wyciszony, dopuszczalny jest jedynie szept. Kolejnym opisanym przez autora dystansem jest dystans indywidualny, nazywany również osobniczym. Odległość pomiędzy jednostkami jest „na wyciągnięcie ręki”. Jest to niewielka strefa, którą Hall nazywa: „otoczką izolującą dany organizm od innych”. Dystans indywidualny od fazy bliższej dystansu społecznego oddziela tzw. „granica dominacji”⁶⁵. Często ową społeczną odległość wyznaczają relacje formalne, np. pomiędzy pracownikami. Natomiast dystans publiczny wolny jest od zaangażowania, odbywa się poza osmologicznymi doznaniem.

Przyglądając się owej typologii dystansów interpersonalnych, możemy zauważyć, iż powonienie występuje tylko na poziomie trzech pierwszych dystansów, przy czym im krótszy dystans pomiędzy jednostkami, tym owe doznania węchowe są silniejsze. Edward Hall wykazał również, iż pewne części ciała są mniej lub bardziej akceptowane na poziomie różnych odległości. Przykładowo na każdym z dystansów naturalna woń ciała i stóp jest niedopuszczalna. Akceptowany natomiast jest jedynie oddech antyseptyczny i woń umytej skóry i włosów. Co ciekawe, sztuczne aromaty, takie jak płyn po goleniu czy perfumy, dopuszczalne są jedynie przy odległości intymnej i indywidualnej, ponad ten dystans są nieakceptowane.

⁶⁴ Beata Hoffman, *Perfumy. Uwarunkowania kulturowo-społeczne*, Wydawnictwo Impuls, Kraków 2013, s. 265.

⁶⁵ Edward Hall, *Ukryty wymiar*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1978, s. 165.

Jak pisze Marek Krajewski: „zapach, podobnie jak inne dane zmysłowe (dźwięk, obraz), działa na dystans w sposób bezkierunkowy; co oznacza, iż narusza on przestrzeń osobistą innych jednostek, i to niezależnie od ich woli”⁶⁶. Owa przewaga powonienia nad zmysłem wzroku, ujawnia się tym, iż odczuwalne bodźce nie ustają, nawet wtedy, gdy jednostka przestanie być w polu widzenia. „W przestrzeni publicznej nie istnieje potrzeba bycia traktowanym w sposób osobisty, nie ma zaś nic bardziej osobistego niż jednostkowy zapach”⁶⁷. Utrzymanie dystansu interpersonalnego jest możliwe tylko dzięki zmianie naturalnych woni wydzielanych przez człowieka na aromaty sztuczne, które ukryją emitowane zapachy ciała. Bowiem przestrzeń publiczna powinna być bezwonna, czyli z jednej strony winna ukrywać to, co naturalne, z drugiej strony zważać na to, by aromaty sztuczne również nie manifestowały naszej obecności w przestrzeni swoim nadmiarem.

Możemy zatem zauważyć, iż zarówno zapach biologiczny, społeczny, jak i indywidualnego wyboru w podobnym stopniu wpływają na kształtowanie się dystansów międzyludzkich, jak i „przyczyniają się do zhierarchizowania przestrzeni społecznej”⁶⁸. Nie tylko naturalne zapachy naszego ciała są środkiem ekspansji, ale również pachnidła, jakie stosujemy. Jak pisze Beata Hoffman: „w zależności od użytych do produkcji składników i ich stężenia za pośrednictwem pachnidła można zmanifestować swoją osobą”⁶⁹. Z jednej strony nadmiar perfum narusza przestrzeń innych jednostek, a z drugiej strony rodzaj sztucznych woni na ciele może powodować powiększanie lub zmniejszanie się dystansów. Jak już wcześniej miałam okazję wspomnieć, pachnidła oprócz zawartych w sobie aromatów, posiadają również wartości dodane. Każdy rodzaj woni wywołuje inne wrażenia, przy czym jedne aromaty skracają dystanse pomiędzy aktorami interakcji, inne je wydłużają.

Zupełnie innym przykładem wytwarzania dystansów jest palenie tytoniu. Jak pisze Eagleton Terry, palenie „jest znakiem nieokreślonego wpływu jednego ciała na inne, nieuchwytnego naruszenia granic i skażenia, które przeobraża społeczeństwo wysoko ceniące przestrzeń somatyczną”⁷⁰. Jednostki palące naruszają tym samym przestrzeń niektórych innych jednostek, co może wywoływać złe emocje. W wielu krajach dystanse te reguluje ustawa, która potocznie w Polsce nazywana jest

⁶⁶ Marek Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2005, s. 260.

⁶⁷ Tamże, s. 261.

⁶⁸ Beata Hoffman, *Perfumy. Uwarunkowania kulturowo-społeczne*, Wydawnictwo Impuls, Kraków 2013, s. 127.

⁶⁹ Tamże 126.

⁷⁰ Terry Eagleton, *Po co nam kultura?*, Wydawnictwo Spectrum, Warszawa 2012, s. 128.

„antynikotynową”. Głównym czynnikiem jej wprowadzenia jest zwrócenie uwagi na szkodliwość palenia tytoniu dla otoczenia. Nie można jednak zapominać o nieprzyjemnej aromatycznej bańce, którą palacz tworzy wokół siebie, niekiedy włączając w swój rytuał niezaangażowane jednostki.

Podsumowanie

Zygmunt Bauman w filmie dokumentalnym *Miłość, Europa, Świat Zygmunta Baumana* wspomina, iż jedną ze strategii kultury było stworzenie terenu pod zupełnie nowy wachlarz aromatów, dzięki którym można zmienić siebie, być kimś innym niż jesteśmy⁷¹. Taka wizja aromatyzacji kultury zakłada indywidualną kreację własnego „ja” przez zapach. Ciało ludzkie na przestrzeni wieków zmieniało się, zarówno pod względem jego czystości, a co za tym idzie stosowanych zabiegów higienicznych, jak również większa koncentracja na ciele i cielesności zaowocowała wzmocnieniem procesu indywidualizacji jednostki i jej charakteru poprzez stosowane pachnidła.

Zapach, który istnieje pomiędzy partnerami interakcji powoduje niekiedy rosnące lub zawężające się dystanse w zależności od intensywności aromatu oraz od odbioru owej woni jako przyjemnej czy też nieprzyjemnej. Zarówno zapachy będące produktem natury, jak i kultury mogą dystansować aktorów społecznych względem siebie w podobny sposób.

⁷¹ *Miłość, Europa, Świat Zygmunta Baumana*, reż. Krzysztof Rączyński, Narodowy Instytut Audiowizualny, 2011.

4. Funkcje zapachu w przestrzeni

Zmysł węchu, który umożliwia rozpoznawanie zapachów, mógłby wydawać się zupełnie bezużyteczny w percepcji przestrzeni, ze względu na swoją ulotność, tymczasowość. A jednak zapach, gdy skoncentrować się na nim, bywa reperem bardziej charakterystycznym, aniżeli niejeden budynek czy droga.⁷²

Jak już miałam okazję nakreślić w rozdziale pierwszym, stanowiącym o strategiach dezodoryzacji, przestrzeń staje się pierwszym polem zainteresowania higienistów. Zastosowane zabiegi drenowania, wentylacji, dezynfekcji były konieczne do uzyskania miejsca, które nie będzie już siedliskiem tak wielu chorób i zarazy. Celem nadrzędnym było oczyszczenie przestrzeni, zaś skutkiem owego oczyszczenia okazały się osmologiczne w niej zmiany. Bowiem mamy do czynienia z osmologiczną prywatyzacją, fragmentacją, segmentacją i faworyzacją przestrzeni, które to procesy postaram się w tym rozdziale przybliżyć.

Nim podejmę próbę omówienia, jakie funkcje ma zapach w konstruowaniu przestrzeni, chciałabym przedstawić definicje przestrzeni jako takiej. Termin przestrzeń w naukach społecznych jest niejednoznaczny i bywa symbolicznie ujmowany, bowiem „obok czasu, jest najbardziej uniwersalnym wymiarem życia ludzkiego”⁷³, stąd też wynikają problemy w zdefiniowaniu przestrzeni, której nie sposób oddzielić od człowieka i jego działań.

Aspekty definicyjne

Za Bohdanem Jałowieckim: „przeźren jest abstrakcyjną ideą (matematyczna), własnością materii (fizyczna), środowiskiem naturalnym wykształconym w określony sposób w toku ewolucji (przyrodnicza, geograficzna), jest wreszcie tworem ludzkim, antropogenicznym, kulturowym i społecznym, a więc wytworzonym przez jednostki, grupy i zbiorowości ludzkie (społeczna, kulturowa)”⁷⁴. Jak wskazuje tenże autor, przestrzeń można różnie klasyfikować. Podążając za tą myślą termin ten może odnosić

⁷² Marek Szczepański, Weronika Ślęzak-Tazbir, *Wywączana przestrzeń*, w: „Życie. Tygodnik polonii kanadyjskiej”.

⁷³ Marta Cobel-Tokarska, *Przeźren społeczna: świat- dom – miasto*, w: *Krótkie wykłady z socjologii*, Anna Firkowska- Mankiewicz, Tatsiana Kanash, Elżbieta Tarkowska, Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2011, s.45.

⁷⁴ Bohdan Jałowiecki, *Społecznie wytwarzana przestrzeń*, Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR, Warszawa 2010, s.19.

się do czystej formy, idei, która istnieje poza wszelką treścią. Można również przestrzeń identyfikować z wytworem społecznym oraz skutkiem ludzkich działań. Bohdan Jałowicki, posługując się klasyfikacją Henriego Lefebvra podaje przykład rolnictwa, rzemiosła czy przemysłu, wskazując na to, iż przestrzeń jest „rezultatem pracy i podziału pracy i w tym sensie jest miejscem ludzi oraz wyprodukowanych przez nich przedmiotów i rzeczy, które ją zajmują, oraz podzespołów wytworzonych, zobjektywizowanych, a zarazem „funkcjonalnych”⁷⁵. Wskazuje również na przestrzeń, która jest intencjonalnym narzędziem polityki oraz na taką, która związana jest z reprodukcją społecznych stosunków produkcji.

W niniejszej pracy chciałabym się skupić na przestrzeni fizycznej oraz społecznej, które pozostają w nierozłącznej symbiozie. Jak wskazuje Andrzej Majer: „przeźnię można sobie wyobrazić za pomocą pewnego układu odniesienia, na przykład współrzędnych geograficznych, lub opisać z perspektywy postrzegającego ją podmiotu”⁷⁶. Bowiern przeźnię łączy i dzieli ludzi, którzy oddziałują na nią lub są świadkami jej oddziaływania. Ponadto wyznacza granice i tworzy w obrębie ich dystanse.

Pojawia się jednak pytanie, jaki związek może mieć zapach będący bohaterem mojej pracy z szeroko rozumianą przeźnię. Otóż jak wskazują Marek Szczepański i Weronika Ślęzak-Tazbir „zapach gdy skoncentrować na nim, bywa reperem bardziej charakterystycznym aniżeli niejedyn budynek czy droga”⁷⁷. Ów osmologiczny drogowskaz jest elementem niezbędnym podczas społecznego wytwarzania przeźni. Zapach w pewien sposób kreuje miejsca nadając im specyficzny charakter.

Najczęściej stosowaną klasyfikacją przeźni pod względem administracyjnym jest podział na zurbanizowaną przeźnię czyli miasto oraz naturalną przeźnię identyfikowaną ze wsią. W obu wymienionych powyżej terminach zapach odgrywa nietuzinkową rolę podczas procesów prywatyzacji, fragmentacji, segmentacji czy faworyzacji przeźni, których próbę omówienia podejmę za chwilę. Otóż w tym rozdziale większą uwagę chciałabym skupić na aglomeracjach miejskich, bowiern właśnie tam przytoczone powyżej procesy są najbardziej intensywne. Miasto, jak wskazuje Michał Podgórski, „nieustannie wytwarza nieprzeliczone ilości bodźców

⁷⁵ Tamże, s.20.

⁷⁶ Andrzej Majer, *Socjologia i przeźnię miejska*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.,s. 17.

⁷⁷ Marek Szczepański, Weronika Ślęzak-Tazbir, *Wyważana przeźnię*, w: „Życie. Tygodnik polonii kanadyjskiej”.

sensualnych, przy czym miejska przestrzeń estetyczna to nie tylko doznania wzrokowe, ale także rozliczne wrażenia akustyczne, zapachowe oraz kinestezyjne⁷⁸.

Herbert Spencer, twórca niezwykle ważnej dla socjologii koncepcji organicyzmu, która zakłada, iż społeczeństwo funkcjonuje jak żywy organizm, a instytucje w obrębie niego powiązane są jak części tegoż organizmu, stał się inspiratorem języka socjologii miasta. Otóż aktualnie posługujemy się takimi zwrotami jak tkanka miejska czy też serce miasta. Czemu akurat odwołuję się do tej koncepcji? Bowiem przyglądając się życiu społecznemu jako pewnego rodzaju organizmowi żywemu, miasto, które można identyfikować z pewnego rodzaju tkankami niezbędnymi do poprawnego funkcjonowania jednostek żyjących w owym organizmie. Inaczej ujmując, jednostki tworząc przestrzeń miejską stawiają wyraziste linie, które mają w pewien sposób porządkować ich otoczenie.

Prywatyzacja przestrzeni

Pierwszym procesem, który chciałabym omówić, jest prywatyzacja przestrzeni a dokładniej „olfaktoryczne zawłaszczanie przestrzeni⁷⁹”. W socjologicznym ujęciu termin prywatyzacja przestrzeni rozumiany jest dwojako. Po pierwsze jest to prawne lub faktyczne zawłaszczanie przestrzeni. Za przykład posłużyć mogą osiedla grodzone, które stawiają wyraźną linię pomiędzy tym, co publiczne a tym, co prywatne, bądź procesy gentryfikacji, podczas których deweloperzy wykupują kamienice, w których zazwyczaj zamieszkują ubożsi ludzie, by odrestaurować lokale i wynająć je bogatym. Kolejną perspektywą jest apriopriacja przestrzeni miejskiej. Owe przywłaszczanie najczęściej dotyczy działań o charakterze reklamowym, promocyjnym, takich jak bezprawne umieszczanie w przestrzeni miejskiej billboardów, plakatów czy też ulotek jak również „oddolne odzyskiwanie przestrzeni” czyli malowanie graffiti czy też naklejanie tzw. vlepek⁸⁰.

W tym ujęciu, jak słusznie zwraca uwagę Michał Podgórski, ominięta została bardzo ważna, jak nie fundamentalna kwestia dotycząca tego, iż miasto jest pewnego rodzaju swoistym „uniwersum multisensorycznym”. Liczba warstw, z jakich składa się

⁷⁸ Michał Podgórski, *Przestrzeń miejska - dzielenie postrzegalnego. Próba analizy procesów zawłaszczania przestrzeni miejskiej z perspektywy filozofii Jacquesa Ranciere'a*, w: „Interlinie” nr.1(2)2011, s.8.

⁷⁹ Marek Szczepański, Weronika Ślęzak-Tazbir, *Wywączana przestrzeń*, w: „Życie. Tygodnik polonii kanadyjskiej”.

⁸⁰ Michał Podgórski, *Przestrzeń miejska - dzielenie postrzegalnego. Próba analizy procesów zawłaszczania przestrzeni miejskiej z perspektywy filozofii Jacquesa Ranciere'a*, w: „Interlinie” nr.1(2)2011, s.8.

miasto jest równa ilości sensorycznych bodźców, jakie one wywołują. To zmysłowe doświadczanie przestrzeni staje się inspiracją zarówno dla twórców jak i odbiorców owej przestrzeni.

Główną uwagę chciałabym skupić na zapachowej prywatyzacji przestrzeni, której świadkami są mieszkańcy miasta, aczkolwiek nie zawsze zdają sobie z tego sprawę. Koncerny kosmetyczne czy też perfumierie są jawnymi tkankami miejskimi, które egzemplifikują owe zawłaszczanie przestrzeni, aczkolwiek ponad nimi, na prawie każdej ulicy, na każdym rogu jawią się inne prywatnie odgródzone miejsca, które akcentują swoją aromatyczność. Owe naturalne wonie mogą przyciągać klientów, jak to się ma w przypadku kawiarni, piekarni czy też cukierni, jak również niekiedy odpychać, jeżeli jesteśmy klientami np. stacji benzynowej. Użyty przeze mnie termin „naturalny” w dzisiejszych czasach coraz bardziej się dezaktualizuje. Bowiem zapach staje się coraz częściej narzędziem marketingu. To co niegdyś pachniało naturalną świeżością proszku do pieczenia, ziarenkami kawy czy też gorącym, wyjętym prosto z pieca chlebem, dziś coraz częściej przyciąga nas ale w postaci generatora zapachu, który umieszczony jest w otworach wentylacyjnych czy w kątach pomieszczeń. Nadal produkty pachną tą naturalną świeżością, aczkolwiek o świeżości ich nie do końca świadczą. Po co takie zabiegi? Odpowiedź jest prosta. Firmy zwiększają przyjemność doznań zakupowych klientów otrzymując za to większy popyt na dane produkty, wzrost sprzedaży czy też większą popularność i poszanowanie marki. Klienci nie czują się wtedy oszukiwani, ponieważ zapach uruchamia w ich głowach to, co znajduje się poza ich świadomością, a co wpływa bezpośrednio na ich emocjonalny odbiór.

Opisana przeze mnie kongruencja sztucznych aromatów i produktów może również ulec pewnego rodzaju zaburzeniu, bowiem jak pisze amerykański psycholog i znawca zapachów Avery Gilbert „klient który wyczuwa dysharmonię między aromatem unoszącym się w sklepie a sprzedawanymi tam produktami, posługuje się rozumem, a nie uczuciami”⁸¹. Proces olfaktorycznej prywatyzacji przestrzeni jest bardzo istotny biorąc pod uwagę tkankę miejską. Analizować to zjawisko można nie tylko na poziomie „marketingu osiedlowego”, lecz również na makro poziomie, w którym zapach może być jednym z czynników rozwoju gospodarczego, towarzyszącego nawet tak dużym i zdawać by się mogło bezwonnym koncernom jak np. firma Samsung. Bowiem Samsung

⁸¹ Avery Gilbert, *Co wnosi nos? Nauka o tym, co nam pachnie*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2010, s.273.

„wdmuchi je korporacyjne logo zapachowe do swojego flagowego sklepu na Columbus Circle przy nowojorskim Central Parku”⁸².

Innym przykładem pewnego rodzaju zapachowej prywatyzacji przestrzeni może być nowy rodzaj artystycznej działalności, jakimi są instalacje zapachowe. Sztuka przestaje być już wizualna, a jak podkreśla artystka Justyna Gruszczyk, zapach staje się jej nowym medium. Współcześnie pomieszczenia galerii niekoniecznie będą przyciągać odbiorców swą ofertą kulturalną, ale również zapachem, który będzie zapraszał z ulicy. Instalacje artystyczne są również prywatną własnością w przestrzeni publicznej. To przestrzeń miasta jest traktowana jako swoista galeria, która przyciąga nie tylko swym ciekawym wyglądem, ale również zapachem. Za przykład może posłużyć projekt artystyczny wyżej wspomnianej przeze mnie Justyny Gruszczyk, która w Katowicach zaplanowała akcję miejską „Imperium snów” w ramach projektu „Drobnostki”. Polegała ona na zebraniu od mieszkańców Katowic relacji z ich snów, które miały stanowić „dokumentację zbiorowej podświadomości mieszkańców”⁸³, po czym odtwarzała je w miejscach publicznych, jednocześnie przy udziale perfumiarza Piotra Kempskiego, wytaczała usypiający zapach.

Jak możemy zauważyć, zapach może ściśle być powiązany z miastem. Prywatyzacja przestrzeni stała się pewnym bodźcem do rozwoju rynku sztucznych aromatów, które dziś często są podstawowymi narzędziami marketingu, zaś na tym owa korelacja się nie kończy. Nie możemy zapominać, co ów popyt wywołało, a mianowicie aromaty będące w mieście z natury. Podążając organicystyczną siatką pojęciową ulice miasta są niczym skórne pory, z których wydobywa się specyficzny dla nich aromat. Owa naturalność również staje się inspiracją dla twórców, którzy chcieliby zamknąć miasto we flakon, by móc do niego wracać poprzez zapachowe doznania. Tak też się stało w przypadku Nowego Jorku, którego poszczególne aromatyczne tkanki miejskie zostały odtworzone, by cieszyć zafascynowane tym miejscem nosy. Przykładów na to znajdzie się wiele, zaś owa naturalność woni miejskiej przyciąga niezliczone liczby turystów w wiele miejsc na świecie. Sam Berlin w latach 90’ promował się pod hasłem „Berlin, miasto które pięknie pachnie”. Obecność naturalnych woni miasta pociąga za sobą kolejne procesy, które mają swoje odzwierciedlenie w jego strukturze.

⁸² Tamże, s.264

⁸³ http://www.bwa.katowice.pl/p/287/akcja_miejska_imperium_snu__zapachowe_instalacje/

Fragmentacja

Fragmentacja przestrzeni miejskiej łączy się ściśle z wyżej omówioną prywatyzacją. Zapach jest tym czynnikiem, który dzieli miasto na pewne osmologiczne elementy, w znaczny sposób regulujące poruszanie się mieszkańców po ich metropolii. Jak już wspomniałam powyżej, jednym z owych fragmentów miejskich z pewnością jest proces prywatyzacji, a owa linia zapachowa jest wtedy nader wyrazista. Przykładem mogą być *gated communities*, które dość wyraźnie odgradzają się od aromatycznych sfer miasta, powiązanych z kolejnym procesem, jaki będę omawiać niedługo – procesem segmentacji.

Powracając do pluralizmu aromatów miejskich, należy wskazać na te miejsca, które ze względu na swoją wonność są wyróżniane w krajobrazie metropolii. Z pewnością są to obszary zieleni, które człowiek tworzy np. parki, przyciągające swoim naturalnym zapachem mieszkańców na odpoczynek bądź aktywność fizyczną. Ponadto, w owym krajobrazie można również wyróżnić budowle sakralne i otaczające je wonie kadzideł, które tworzą wokół nich specyficzną atmosferę.

Posługując się aromatyczną mapą aglomeracji miejskich nie sposób ominąć również wysypisk śmieci, bądź chociażby samych kontenerów, które przypisane są do każdego z osiedli. Z osmologicznego punktu widzenia miejsce, w którym utylizowane są odpady to zazwyczaj, kolokwialnie ujmując, to obszar omijany szerokim łukiem. Ten fragment przestrzeni, o dziwo, jest zjawiskiem nowym. Jak wskazują Filip Schmidt i Marta Skowrońska „o ile sama czynność wyrzucania wydaje się uniwersalna dla wszystkich kultur i czasów, o tyle jednak to, co się wyrzuca i ile się wyrzuca jest już kwestią bardzo zmienną kulturowo i historycznie”⁸⁴. Autorzy artykułu *Śmieci i zapachy jako wskaźniki różnic i nierówności społecznych* podkreślają, iż do XX wieku wytwarzano niewielką ilość śmieci. Bowiem resztki jedzenia zjadały zwierzęta, rzeczami tzw. „bez użytkowymi” bawiły się dzieci. Niegdyś zepsute przedmioty naprawiano, współcześnie nowe produkty są tańsze niż konsultacja ze specjalistą od danych towarów np. szewcem czy krawcem. To samo tyczy się również przedmiotów podatnych do użytku, bowiem zamiera już przekazywanie rzeczy z pokolenia na pokolenie. Czemu? Bo ekonomiczniej jest zainwestować w nowe produkty, niż gromadzić je w domu zajmując jego powierzchnię.

⁸⁴ Filip Schmidt., Marta Skowrońska, *Śmieci i zapachy jako wskaźniki różnic i nierówności społecznych w krajobrazach miejskich* [w:] Zeszyt 1, 2010, s.203

Posługując się terminem „bańka powietrzna”, która w psychologii środowiskowej oznacza „niezmienną, o stałych wymiarach przestrzeni, której nie pozwalamy przekroczyć innym”⁸⁵, analogicznie możemy ją odnieść również do miasta. Właśnie takie miejsca jak wysypiska śmieci, budowle sakralne czy wyodrębnione miejsca zieleni tworzą pewne powietrzne, aromatyczne bańki których jednostki swoim nosem doświadczają. Ponadto, należy również podkreślić, iż każde z tych miejsc jest wyraźnie wyodrębnione w krajobrazie metropolii. Zazwyczaj wokół kościołów widnieje ogrodzenie, parki otacza wyraźnie zaznaczona alejka, a śmietniki umieszczone są na podwórkach również w takim miejscu, by „nie skażały” swym zapachem bliskiego otoczenia.

Istnieją również takie miejsca, które zawłaszczane są w codziennych sytuacjach. Mowa tu np. o osobach bezdomnych, które swoim zapachem wywołują dyskomfort wśród współtowarzyszy danego terenu, bądź osoby, które nadużywają sztucznych aromatów. Współcześnie procesem fragmentacji miejskich objęci prawnie są również palacze, którzy mają dla siebie wyodrębnione obszary na palenie tytoniu. W Polsce reguluje to ustawa tzw. „antynikotynowa”, której dodatkowym celem (nie napisanym wprost) jest unikanie przemocy symbolicznej, jaką palacze stosują wobec osób niepalących. Jak pisze Marek Szczepański i Weronika Ślęzak-Tazbir „to rodzaj przemocy symbolicznej, która sprawia, że nie czujemy się dobrze w danym miejscu, że nie jest ono już wspólne ale staje się czyjeś”⁸⁶. Inaczej ujmując, pękają bańki powietrzne, których obecność jest niezbędna do odczuwania przez jednostki w mieście komfortu.

Segmentacja

Kolejnym procesem, jaki chciałabym omówić, jest segmentacja, która w mieście jest niezwykle widoczna. Mowa tu głównie o pewnego rodzaju segregacji przestrzennej, którą Andrzej Majer definiuje jako proces polegający na „grupowaniu się kategorii o określonych cechach położenia społeczno-ekonomicznego w oddzielnych rejonach miast (sferach naturalnych)”⁸⁷. Czynnikiem owej segregacji jest status rasowy,

⁸⁵ Marta Cobel-Tokarska, *Przestrzeń społeczna: świat- dom – miasto*, w: *Krótkie wykłady z socjologii*, Anna Firkowska- Mankiewicz, Tatsiana Kanash, Elżbieta Tarkowska, Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2011, s.52.

⁸⁶ Marek Szczepański, Weronika Ślęzak-Tazbir, *Miejskie Pachnidło. Fragmentacja i prywatyzacja przestrzeni w perspektywie osmologicznej*, w: „*Studia Regionalne i Lokalne*”, nr 2(32)2008, s.35.

⁸⁷ Andrzej Majer, *Socjologia i przestrzeń miejska*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 243.

ekonomiczno-zawodowy jak również status rodzinny. Inaczej ujmując ten, kto nie wpisuje się w pewnego rodzaju estetykę metropolii, narażony jest na dyskryminację przestrzenną. Jak wskazuje Michał Podgórski „przestrzeń o ustalonych współrzędnych estetycznych staje się opresyjna i wyklucza (wyobcowuje) te jednostki, które nie mogą w owe współrzędne się wpisać”⁸⁸.

Mamy do czynienia z procesem gettoizacji, która najwyraźniej zaznaczyła się w Stanach Zjednoczonych. Jak wyjaśnia Andrzej Majer „w odniesieniu do nacechowanych rasowo grup o najniższym statusie ekonomicznym i społecznym, segregacja przejawia się zamieszkaniem w gettach – slumsach, stanowiąc jeden z najostrejszych przejawów nierówności społecznych i symptomów kryzysu miast”⁸⁹. Getta niegdyś zamieszkiwały osoby czarnoskóre, które dzięki temu były izolowane od białej ludności zamieszkującej te same miasta. Jeszcze na początku XX wieku getta stanowiły dzielnice miejskie, które tworzyły grupy tego samego pochodzenia narodowego. Zazwyczaj miało to na celu podtrzymanie więzi, tradycji, kultury czy solidarności. Kluczowymi czynnikami powstawania gett była również bliskość miejsc pracy w obrębie miast centralnych, niższy czynsz oraz dyskryminacja, która polegała na odmowie wynajmu mieszkań w tzw. lepszych dzielnicach.

W osmologicznym ujęciu zapach jest pewnego rodzaju piętnem czy też stygmatem, którego nie sposób jest ominąć. Ponadto jest „imperatywem dla danej przestrzeni, dla tego co się w niej dzieje”⁹⁰. Proces gettoizacji pociągnął również za sobą pewnego rodzaju osmologiczną segregację przestrzenną. Mieszkańcami gett przeważnie są osoby o odmiennym kolorze skóry, osoby dotknięte ubóstwem, bądź szerzej ujmując przedstawiciele tzw. *underclass*. Mapa miasta ukazuje wyraźne segmenty przestrzeni pachnących oraz tych, które niosą zapach odoru. Slumsy zawsze kojarzone są ze smrodem, a ich mieszkańcy określani są mianem odpadów społecznych. Przyglądając się samej semantyce terminu odpad, możemy zauważyć jego olfaktoryczne nacechowanie.

Owe aromatyczne segmenty miasta doskonale odzwierciedlają przestrzenie biedy i bogactwa. Są pewnego rodzaju transmisją owych zjawisk. Z jednej strony jawią

⁸⁸ Michał Podgórski, *Przestrzeń miejska - dzielenie postrzegalnego. Próba analizy procesów zawłaszczania przestrzeni miejskiej z perspektywy filozofii Jacquesa Ranciere'a*, w: „Interlinie” nr.1(2)2011, s.12.

⁸⁹ Andrzej Majer, *Socjologia i przestrzeń miejska*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 244.

⁹⁰ Marek Szczepański, Weronika Ślęzak-Tazbir, *Miejskie Pachnidło. Fragmentacja i prywatyzacja przestrzeni w perspektywie osmologicznej*, w: „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 2(32)2008, s.33.

się nam salony miejskie, które zazwyczaj znajdują się w suburbiach miejskich bądź w tzw. nowych dzielnicach, określanych jako dobre. Otaczają je przyjemne aromaty będące owocami marketingu zapachowego. Klasa średnia (najczęściej zamieszkująca zamknięte osiedla) zapachy te identyfikuje z władzą, prestiżem i symbolem wysokiego statutu. Z drugiej zaś strony mamy do czynienia z rezerwatami biedy i kojarzonym z nimi smrodem. Jak wskazuje Alain Corbin, są to nory, a owe nory najczęściej umiejscowione są w starszych dzielnicach miasta, identyfikowanymi ze złymi częściami metropolii.

Pojawia się jednak pytanie czy współcześnie możemy mówić o istnieniu prawdziwych gett miejskich? Bowiem coraz częściej możemy obserwować procesy gentryfikacji, czyli „społeczną, ekonomiczną i demograficzną zmianę zdegradowanych fragmentów miast, polegającą na wykwaterowaniu dotychczasowych mieszkańców, remontowaniu i odnawianiu opuszczonych zasobów mieszkaniowych, a następnie sprzedawaniu lub wynajmowaniu domów lub mieszkań nowym, bogatszym użytkownikom”⁹¹. Otóż, nadal w mieście widoczne są stygmaty, wskazujące na dobre i złe dzielnice miejskie, a inaczej ujmując nadal są one wyczuwalne, bowiem miasto łączy ze sobą bieguny czystości i brudu, ładu i bałaganu oraz smrodu i zapachu, za pomocą których wyodrębnione zostają konkretne przestrzenie miejskie. Podążając za wskazówkami aromatycznej mapy miasta, bez trudu możemy wyczuć miejskie getta czy też pachnące dzielnice willowe.

Faworyzacja

Zapach może być również elementem faworyzacji danych przestrzeni. To my jako mieszkańcy pewnych metropolii tworzymy sami zindywidualizowane aromatyczne przewodniki po swoich ulubionych miejscach. Każdy z nas konstruuje je pod względem swoich preferencji, swoich możliwości społecznych, zawodowych jak również ekonomicznych.

Podświadomie wybieramy przestrzenie te które pachną nam ładnie, cokolwiek może to znaczyć. Jedni odnajdują osmologiczne doznania w miejskich perfumeriach, kawiarniach, restauracjach czy parkach przepelnionych na wiosnę zapachami zieleni. Inni, w miarę możliwości podróżują po świecie, w poszukiwaniu aromatów. Jak opisują

⁹¹ Andrzej Majer, Socjologia i przestrzeń miejska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 278.

autorzy artykułu *Miejskie Pachnidło* miasto stanowi symfonię zapachów. A nutami owej symfonii jest korelacja i pluralizm ulic, budynków, obszarów zieleni, placów czy skwerów.

Podsumowanie

Odwołując się do postawionej w tym rozdziale tezy, która stanowi o tym, iż zmysł powonienia bywa narzędziem nawigującym w przestrzeni, możemy zaobserwować procesy zachodzące w metropoliach. Otóż mamy do czynienia z prywatyzacją przestrzeni, z której wyłania się współcześnie trend do wykorzystywania marketingu zapachowego. Polega ona na zastępowaniu naturalnych (mniej trwałych) „wabików aromatycznych” sztucznymi, których zastosowanie daje prywatnym przedsiębiorcom zyski ekonomiczne.

Ponadto, na aromatycznej mapie miast widnieje również proces fragmentacji, który w osmologicznym ujęciu polega na wyodrębnianiu z krajobrazu miejskiego miejsc pachnących, które cieszą się społeczną akceptacją oraz tych, które izolowane są w przestrzeni i identyfikowane z nieprzyjemnym zapachem. Omówiony w tym rozdziale został również proces segmentacji przestrzeni, inaczej jej segregacji. Mowa tu o miejskich gettach i ludziach określanych jako odpady społeczne. Zapach biedaka został skontrastowany z zapachem bogacza. A miasto staje się miejscem ich podziału. Faworyzacja przestrzeni pociąga za sobą osmologiczną wybiórczość. To my decydujemy, które z przestrzeni wartościujemy jako przyjemne, a które jako nieprzyjemne.

Przestrzeń miasta staje się przestrzenią zapachu, jak gdyby metropolie były zbudowane z małych aromatycznych cząstek, które wspólnie ułożone nadają jej wyjątkowy i specyficzny charakter. Każdy zakątek miasta nosi za sobą pewnego rodzaju piętno czy też stygmat, który wpisuje się w tożsamość danego miasta. Wszechobecna multisensoryczność otwiera drzwi na doświadczanie nie tylko okiem, ale również empirycznym narzędziem staje się nos, który rzuca nowe światło na procesy zachodzące w otaczającej nas przestrzeni.

5. Człowiek w świecie zapachów – założenia metodologiczne badania własnego

Maria Ossowska była pierwszą polską socjolożką, która postulowała by przedmiotem badań i analiz socjologicznych stały się zapachy⁹². Współcześnie niewielu badaczy jest zainteresowanych tą gałęzią socjologii. Niemniej, nie można lekceważyć tej subdyscypliny socjologii, bowiem: „sfera olfaktoryczna życia społecznego może być elementem stylu i sposobu życia, podejmowanych rytuałów, procedur postępowania i projektowania, jak i realizacji i odczytywania rzeczywistości, która nas otacza”⁹³. Jak już miałam okazję nakreślić we wstępie do pracy, badania nad społeczno-kulturowymi uwarunkowaniami zapachów nie należą do łatwych. Trudności metodologiczne ukryte są w samym przedmiocie badania – zapachu – który nie jest obiektem codziennej refleksji ze względu na to, że zazwyczaj rejestrowany jest poza świadomością jednostki. Działania podejmowane w sferze olfaktorycznej są działaniami często spontanicznymi, podejmowanymi nawykowo.

W dostępnej literaturze na ten temat możemy znaleźć pewne inspirację do tego, jak badać aromaty oraz w jakich ramach teoretycznych je ujmować. Pierwszym wskazywanym przez badaczy kierunkiem jest semiotyka i postulat, by skupić uwagę na siatce pojęciowej odnoszącej się do woni. Pomocnym w usystematyzowaniu mógłby okazać się strukturalizm. Drugim kierunkiem jest refleksja nad zapachem ujęta w teorii interakcjonizmu symbolicznego, która zakłada badanie wpływu woni na relacje interpersonalne. Ponadto ciekawym wydaje się być badanie aromatów w kontekście teorii socjalizacji, czyli zwrócenie uwagi na to, że zapachy stają się elementem wizerunku człowieka, a korzystanie z pachnideł nabywa się w procesie uspołecznienia. Kolejnym nurtem badań osmologicznych może być również rynek reklamy i marketingu. Coraz bardziej powszechne staje się wykorzystywanie aromatów przez budowanie PR różnych marek i firm.

Konstruując badanie własne na temat roli zapachu w życiu jednostek, starałam się czerpać inspirację zarówno z teorii socjalizacji, teorii interakcjonizmu społecznego, jak również z wielu innych koncepcji badawczych, takich jak m.in. koncepcja proksemiki Edwarda Halla czy koncepcja życia społecznego jako teatru Ervinga

⁹² Marek Szczepański, Weronika Ślęzak-Tazbir, *Miejskie Pachnidło. Fragmentacja i prywatyzacja przestrzeni w perspektywie osmologicznej*, w: „Studia Regionalne i Lokalne”, nr 2(32)2008.

⁹³ Tamże.

Goffmana. Podczas konceptualizacji oraz realizacji badania własnego spotkałam się z licznymi trudnościami, które pokrótce chciałabym opisać w niniejszym rozdziale. Nim to uczynię pragnę przedstawić cel i przedmiot badania, problem oraz pytania badawcze, dobór próby do badania, dobór metod i technik badawczych oraz sposób analizy zebranego materiału badawczego.

Cel i przedmiot badania

Przedmiotem niniejszego badania jest rola zapachu w życiu jednostek. W toku realizowanego projektu badawczego chciałam ukazać, czym dla jednostki jest świat zapachów. Świat, który jak wcześniej miałam okazję zaprezentować, jest światem nieuchwytnym i ulotnym.

Głównym celem badania było ustalenie, jakie dalekosiężne konsekwencje niosą ze sobą wdrażane strategie dezodoryzacji. Ustalenie owych skutków pomocne było w określeniu współcześnie funkcjonującego modelu osmologicznego. Niniejszym badaniem chciałam podjąć próbę zweryfikowania postawionej przeze mnie hipotezy, mówiącej o tym, że zapachy są dziś pod pełną kontrolą kultury. Interesującym wydawało mi się to, jak człowiek odnajduje się w kulturze określanej mianem kultury aromatyzacji⁹⁴, czyli kultury, bezwonnej, kultury w której naturalne wonie muszą zostać powściągnięte i zakryte sztucznymi, z konieczności przyjemnymi zapachami.

Problem badawczy i pytania badawcze

W niniejszej pracy podejmuję próbę zidentyfikowania osmologicznych konsekwencji wprowadzania strategii dezodoryzacji. Problem, jaki porusza ta praca, jest ściśle sprecyzowany i uszczegółowiony, natomiast konstruuąc badanie własne chciałam wyjść nieco poza precyzyjne i ograniczone ramy tematyczne. Uzasadniam swoją decyzję tym, iż zapachy nie są przedmiotem codziennej refleksji jednostek, stąd też rozmowa o nich może wywoływać zakłopotanie wśród badanych. Problemem, jaki postawiłam sobie w owym badaniu empirycznym, jest szeroko rozumiana rola zapachu w życiu jednostek. Chcąc ją ustalić sformułowałam szereg pytań badawczych, na które w toku prowadzonego przeze mnie projektu badawczego próbowałam znaleźć odpowiedzi.

⁹⁴ Marek Krajewski, *Kultura aromatyzacji*, w: *Kultury, kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2005.

Zainteresowałam się tym, jaką współcześnie odgrywają rolę wonie i aromaty w życiu człowieka, odnosząc to do różnych sfer życia. Między innymi zaciekałam się codziennością i preferencjami zapachowymi jednostek: Jakie one są? Na co dziś zwracamy uwagę wachając w otaczającą nas przestrzeń? Jak odnosimy się do naturalnego zapachu naszego ciała? Po co i dlaczego używamy pachnideł? Następnie istotnym był dla mnie kontekst kulturowy: Czy stosowanie sztucznych woni, które są produktem naszej kultury, stało się już normą społeczną? Czy możemy powiedzieć, że żyjemy w kulturze przymusu dezodoryzacji? Jeśli tak, to kogo obowiązuje ów przymus, a kto jest z niego zwolniony? Ponadto, interesującym faktem okazała się być również sfera emocji: Czy i jakie doznania zapachowe wywołują emocje? Czy zapachy można nazwać pewnego rodzaju wehikulami czasu? Jakie funkcje ma zapach w przywoływaniu wspomnień? Na te i na wiele innych pytań postaram się odpowiedzieć przedstawiając w następnym rozdziale wyniki swoich badań.

Wybór metod i technik badawczych

Do zbadania owego problemu badawczego posłużyła mi metoda indywidualnego wywiadu pogłębionego (IDI), dzięki której uzyskałam pełen obraz interesujących mnie problemów. Wybór swój uzasadniam tym, iż zależało mi, aby stworzyć osobom badanym jak najbardziej naturalne warunki do rozmowy, tak by przypominała ona zwykłą, codzienną „pogawędkę”. W związku z tym wywiady IDI przeprowadzałam zazwyczaj w domach rozmówców, bądź na spotkaniach przy kawie. W rezultacie przeprowadziłam 19 wywiadów pogłębionych.

Scenariusz wywiadu IDI podzielony został na 6 bloków tematycznych. Pierwszym z nich były: przyczyny korzystania z zapachowych kosmetyków. Interesowała mnie częstotliwość korzystania z pachnideł oraz powody ich stosowania. Następnie – początki stosowania pachnideł przez badanych: kiedy badani oraz ich rodzina zaczęli używać kosmetyków zapachowych? Trzecim blokiem był stosunek do naturalnych zapachów ludzkiego ciała. Ciekawiło mnie, czy rozmówcy akceptują zapach swojego ciała i naturalne wonie, które wyczuwają od innych osób. Miało to na celu wychwycenie granicy tolerancji na aromaty, by wyłonić ewentualne grupy, które społecznie są z tego zwolnione. Kolejne pytania dotyczyły przestrzeni i tego, jakie zapachy w niej będące badani faworyzują i czy w ogóle zwracają na nie uwagę. Przedostatni blok dotyczył emocji, jakie wywoływane są przez zapachy. Interesowały mnie tu kwestie tęsknoty za zapachami, zapachy dzieciństwa oraz pamięć zapachowa.

Wywiad kończył się refleksjami podsumowującymi i pytaniem o świat bez zapachów, by móc ustalić znaczenie aromatów w życiu jednostki.

Dobór próby

Zgodnie z definicją dobór próby „ma na celu odnalezienie właściwych ludzi – tych, którzy mają doświadczenie istotne ze względu na cel badania”⁹⁵. Dobierając jednostki do badania główną uwagę zwracałam na następujące zmienne niezależne: wiek, płeć oraz miejsce pochodzenia.

Wiek badanych był dla mnie najbardziej istotny, ponieważ w Polsce na przestrzeni kilkudziesięciu lat mogliśmy zaobserwować zmiany na rynku perfumeryjnym, coraz większą dostępność pachnidła i ich demokratyzację. Dlatego też zainteresowałam się seniorami jako świadkami owej historii oraz młodzieżą, jako grupą doświadczającą rzeczywistości, w której dezodoryzacja stała się już normą.

Kolejną zmienną, którą kierowałam się w doborze próby, była płeć. Ciekawiło mnie, jaką rolę odgrywają zapachy w życiu kobiet i mężczyzn oraz czy są pomiędzy nimi jakieś różnice. Interesującym wydało mi się to, na co zwracają uwagę kobiety, a na co mężczyźni oraz jakie są różnice pomiędzy nimi w korzystaniu i przyczynach korzystania z pachnidła.

Ostatnią zastosowaną przeze mnie zmienną było miejsce pochodzenia. Założyłam, iż rola zapachów w życiu człowieka może być różna biorąc pod uwagę jednostki pochodzące z miasta oraz ze wsi. Miasto potraktowałam jako przestrzeń, w której występuje dużo sztucznych woni, zaś wieś jako ojczyznę naturalnych aromatów. W rezultacie udało mi się przeprowadzić 8 wywiadów z osobami pochodzącymi ze wsi oraz 11 z mieszkańcami miasta.

Dobór próby do badania był celowy. Wspomagałam się również, przy okazji prowadzenia wywiadów IDI, metodą kuli śnieżnej, dzięki której mogłam dotrzeć do większej liczby badanych. W analizie badań własnych posługuję się następującymi kodami przypisanymi do wypowiedzi rozmówców: MK (młoda kobieta), MM (młody mężczyzna), SK (starsza kobieta), SM (starszy mężczyzna). Numer znajdujący się po przedstawionych powyżej skrótach, jest wyłącznie oznaczeniem ukazującym kolejność prowadzonych przeze mnie wywiadów. W rezultacie w badaniu uczestniczyło:

⁹⁵ Ury Flick, *Projektowanie badania jakościowego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010, s. 155.

- 7 osób starszych – 5 kobiet, 2 mężczyzn, w przedziale wiekowym: 55-85 lat.
- 12 osób młodych – 9 kobiet, 3 mężczyzn, w przedziale wiekowym 18-30 lat.

Sposób analizy zebranego materiału

Zdecydowałam się na dwa rodzaje analizy zebranego przeze mnie materiału badawczego. Pierwszym z nich jest analiza poprzeczna, która „polega na poszukiwaniu odpowiedzi na pytania badawcze poprzez porównywanie między wywiadami”⁹⁶. Drugim typem analizy, na który się zdecydowałam jest analiza skrajnych przypadków, polegająca na „porównaniu kontrastowych (skrajnych wedle wyróżnionego kryterium) jednostek badawczych”⁹⁷. Owym kryterium porównania będą dla mnie zmienne niezależne, które wymieniłam przy okazji opisu doboru próby do badania.

Przebieg badania

Niniejsze badanie przeprowadzane było od lutego do kwietnia 2014r. Podczas realizacji badania spotkałam się z wieloma trudnościami. Pierwszym problemem okazał się dobór metod i technik badawczych, w związku z czym przeprowadziłam kilka badań pilotażowych.

Pierwszą metodą, jaką zastosowałam były dzienniczki. Poprosiłam 5 wybranych przeze mnie osób by w ciągu 7 dni zapisywały doznania węchowe, klasyfikując je jako przyjemne bądź nie przyjemne. Analizując zebrany materiał doszłam do wniosku, że owa metoda nie dostarczy mi wystarczających informacji, dzięki którym mogłabym odpowiedzieć na postawione pytania badawcze. Zdałam sobie sprawę, że zapach nie jest przedmiotem codziennej refleksji, tylko oddziałuje na jednostkę bardziej chwilowo, tymczasowo. Jest pewnego rodzaju nieuchwytnym impulsem.

Drugim zaplanowanym przeze mnie badaniem był zogniskowany wywiad grupowy (FGI). Również chciałam sprawdzić, na ile zbudowane przeze mnie narzędzie działa, w związku z czym przeprowadziłam badanie próbne. Pomimo satysfakcjonującego mnie efektu, zdałam sobie sprawę, że nie jest to do końca odpowiednia metoda, by zastosować ją do wszystkich grup wiekowych. Podczas

⁹⁶ Danuta Duch-Krzystoszek, Agata Gruszecka-Tieśluk, *Jakościowe podejście w badaniu socjologicznym*, w: *Krótkie wykłady z socjologii*, Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej, Warszawa 2012, s. 375.

⁹⁷ Tamże.

pilotażu uświadomiłam sobie to, że poruszana przeze mnie tematyka należy do bardzo intymnych sfer życia jednostek, przez co wywoływałam wśród badanych zakłopotanie. W rezultacie przeprowadziłam 2 zogniskowane wywiady grupowe z młodzieżą w gimnazjum we wsi [REDAKTOWANE], do których dostęp zapewniła mi [REDAKTOWANE]. Doświadczenia, które zyskałam dzięki badaniom pilotażowym doprowadziły mnie do wyboru metody pogłębionych wywiadów indywidualnych, które oceniłam jako najbardziej trafny sposób do uzyskania odpowiedzi na interesujące mnie kwestie.

Rozmowy z badanymi w większości odbywały się bez obecności osób trzecich. Tylko podczas dwóch spotkań z seniorami towarzyszyły rozmowie inne osoby – w pierwszym przypadku córka badanej, w drugim żona badanego. Ich obecność nie wpłynęła na przebieg badania.

Podczas realizacji wywiadów zdarzyły się również dwa przypadki, w których badani zastanawiając się nad odpowiedzią na zadawane przeze mnie pytania, prosili o wyłączenie dyktafonu, ponieważ wywoływał u nich stres. Następnie sygnalizowali, że są gotowi kontynuować. Niektórzy rozmówcy po wywiadzie dzielili się ze mną opinią, iż nigdy nie zastanawiali się nad rolą zapachu w ich życiu, przez co niekiedy pytania wywoływały u nich zaskoczenie.

Zauważyłam również u niektórych rozmówców, że poruszana przeze mnie tematyka dotyka ich emocjonalnie. Głównie w momencie, kiedy prosiłam rozmówców o refleksję na temat wspomnień, jakie wywołują zapachy. Niektórzy seniorzy nie kryli smutku opowiadając o tęsknocie za swoją młodością. Również jedna z młodych osób wspominała przy tej okazji zapach swojego ojca, za którym tęskni, co wywołało u niej wzruszenie.

Przeprowadzone przeze mnie badanie empiryczne umożliwiło mi uzyskanie odpowiedzi na wszelkie interesujące mnie kwestie. Rezultatem zrealizowanego projektu badawczego jest analiza, która zawarta jest w następnym rozdziale.

6. Człowiek w świecie zapachów – analiza badań własnych

Słowo wstępu – od pachnidła do normy społecznej, przez międzygeneracyjne różnice

Jak już miałam okazję zaznaczyć w poprzednim rozdziale, który prezentował założenia metodologiczne badań empirycznych, dobór próby do badania był celowy. Szczególnie interesowały mnie dwie grupy wiekowe – osoby młode, które urodziły się w świecie pełnego dostępu do pachnidła oraz osoby starsze, które są świadkami historii przemian związanych z dezodoryzacją ciała i przestrzeni społecznej. Zebrany przeze mnie materiał ukazał wiele różnic pomiędzy tymi generacjami, zaś komponentem wspólnym okazała się opinia, iż dezodoryzacja w Polsce stała się już normą społeczną.

Z relacji osób starszych wynika, że dopiero teraz od tych 25 lat powszechne stało się korzystanie z zapachowych kosmetyków: *w młodości to ja nie znalazłam perfum, poza tym, że się nie miało na to pieniędzy. To były ciężkie czasy. Tuż po wojnie to może były perfumy ale czasem to kupowałam w pewexie. Nie było tyle kosmetyków co teraz. Jeżeli chciałaś perfumy to tylko Pewex był nic więcej. Oczywiście to było drogie* [SK3]. Lata przed transformacją ustrojową charakteryzowały się trudno dostępnym oraz drogim rynkiem perfumeryjnym, przez co korzystanie z zapachowych produktów nie było powszechne.

Jak więc wygląda współczesny świat? Większość moich rozmówców deklaruje, iż codziennie używa dezodorantu lub perfum. Wśród osób młodych występuję to zazwyczaj do kilku razy dziennie. Czemu tak się dzieję? Odpowiedź wydaje się prosta – *to takie normalne, że człowiek używa perfum* [MK10].

Zapytałam badanych, jakie są powody tego, iż używają produktów zapachowych. Większość rozmówców utożsamia korzystanie z pachnidła z dbaniem o siebie. Odpowiedzi na to pytanie ukazały również to, iż pomiędzy dezodorantem a perfumami nie należy stawiać znaku równości. Jakie więc funkcje pełnią te przedmioty dnia codziennego?

Na początku chciałabym, abyśmy przyjrzeliby się istocie dezodorantu. Pierwszą, najczęściej podkreślaną przez badanych kwestią jest higiena. Dezodorantu używamy jako środka czystości. Co więcej, jest on w pewnym sensie dopełnieniem codziennej toalety, utrwaleniem umytego przez człowieka ciała: *używam po myciu, żeby był taki*

zmieniony zapach mojego ciała, taki przyjemniejszy Pani powiem [SK4]. Ponadto, korzystanie z dezodorantów jest już pewnego rodzaju nawykiem i przyzwyczajeniem: Nawet jak bym nigdzie nie wychodziła to używam zawsze, chyba mam taki po prostu nawyk. To jest automatyczne, bo od bardzo dawna to robię [MK8]. Kolejną funkcją dezodorantu wskazywaną przez badanych jest zapewnienie bezpieczeństwa: Jakąś świeżość mi daje, bezpieczeństwo. Nie czuję żebym śmierdziała, ale jeżeli by się to zdarzyło, to nie będę śmierdzieć, bo mam dezodorant [MK12]. Pozwolę sobie zatrzymać uwagę na owej kwestii bezpieczeństwa, ponieważ wydaje się być interesujące, co kryję się pod tym terminem. Bezpieczeństwo można rozumieć jako wartość, którą dają dezodoranty, ściśle powiązaną ze społeczną akceptacją jednostek. Czuć się bezpiecznie w owym kontekście znaczy czuć się komfortowo wśród ludzi. Jednym z przeznaczeń dezodorantu jest usuwanie zapachu potu. W momencie, w którym jednostka nie zadba o to, by ukryć nieprzyjemny zapach swojego ciała, naraża się na społeczną krytykę oraz pewnego rodzaju marginalizację: *w ogóle nie używam dezodorantu, żeby zabić zapachy, tylko bardziej z tego, że wypada, albo żeby nie ryzykować przykrym zapachem. Tak, bardziej żeby nie ryzykować przykrego zapachu, bo tak jest ustalone. Natomiast sama z siebie nie miałabym takiej potrzeby. Prawdopodobnie gdybym była na wsi przez tydzień, to prędzej częściej bym się myła, niż używała dezodorantu [MK1], Uważam, że jest wymóg nie śmierdzieć. Czyli wymóg pachnieć to jest już wybór [MK8].* Dzięki dezodorantom jednostka wpisuje się w normę społeczną, która brzmi „nie śmierdzieć”. Jak wynika z powyższej wypowiedzi, „pachnieć” jest już wyborem człowieka. A narzędziem, który ów zapach daje, są perfumy.

Powody korzystania z perfum nie są już tak oczywiste, jak to było w przypadku dezodorantu. Zdecydowana większość badanych wskazuje, że najważniejszą ich cechą jest zapach: *lubię bardzo zapach. Po pierwsze dezodorantu używam z takich czysto higienicznych względów. Tego potrzebuje. Każdy człowiek uważam powinien używać. Natomiast perfum nie musiałabym używać, ale po prostu lubię pachnieć, tak szczerze [MK8].* Ów zapach perfum kryje w sobie coś jeszcze poza przyjemnymi aromatami unoszącymi się z flakonu. W wieku nastoletnim był dla młodych badanych zwiastunem dorosłości oraz pokreśleniem męskości bądź kobiecości, dziś ową wartością dodaną perfum jest podniesienie atrakcyjności: *Wyobraźmy sobie, że kobieta idzie na spotkanie z mężczyzną to zaczyna się psikać perfumami by wydać się bardziej atrakcyjna. Moim zdaniem perfumy bardziej uatrakcyjniają człowieka [MM11].* Pomimo tego, iż

większość młodych rozmówców deklarowało, iż perfumują się głównie dla siebie, to nie lekceważyli w tym roli innych. Głównie wskazywali na to, że jak ktoś ładnie pachnie, to lepiej prowadzi się z taką osobą rozmowę, przyjemniej spędza się z nią czas. Jeden z badanych, na pytanie czemu używa perfum, odpowiedział: *przebywam wśród ludzi, to dlatego by zachować jakąś prezencję, aby ładniej pachnieć to jest też ważne* [MM9]. Co ciekawe jedna z moich rozmówczyń uznała, iż perfumy dają człowiekowi rozpoznawalność: *To jest takie rozpoznawalne. Idę i jestem wyspikana to każdy wie, że jest to zielone jabłuszko. Innym przyjemność sprawia, bo wiem że innym te perfumy też się podobają* [MK12].

Osoby starsze są nieco innymi konsumentami perfum. Główną międzygeneracyjną różnicą jest częstotliwość oraz powody korzystania z pachnideł. Seniorzy podkreślają, iż niegdyś była tylko woda i mydło: *wymyć się porządnie i mydło dawało jednak te zapachy* [SK2], *Wtedy rzeczywiście było, że człowiek za przeproszeniem więcej używał wody i mydła niż dezodorantu. Myślę, że wiele osób używa w nadmiarze dezodorantów. Nie mówię, że mniej wody i mydła, ale dużo nawet powiedziałbym, że w pewnym stopniu niektórzy przesadzają* [SM5]. Dziś osoby starsze żyją w świecie, który można nazwać przepychem zapachów, który większości z nich nie odpowiada. Wskazują, iż powszechne jest to, że wszyscy korzystają z perfum, zaś niektórzy aż nadto: *Czasami jest tak, że idziemy razem z żoną i mówi: ale się „naperfumował” i nie czując zazwyczaj zapachów, mówię tak, tak. Więc wyobraź sobie jaki musi być ktoś naflitowany tymi zapachami, jeśli ja to poczułem. Ja przyjąłem taką zasadę w życiu, że wszystko w umiarze* [SM5]. Jedna z moich rozmówczyń zrezygnowała nawet z jazdy komunikacją miejską w godzinach szczytu z lęku przed wyperfumowanymi młodymi osobami: *Te osoby, które używają perfum to dla mnie to smród. Bo on ma swoje wyziewy i jak łączy z tymi perfumami to jest dla mnie nie do przyjęcia. Dawniej były takie kłopoty, że nie było tak wygodnego autobusu. Ja unikam, żeby młodzi jechali. Specjalnie wychodzę później z domu jak wszyscy są w pracy. Tak o 11 robię zakupy i do 1 wracam do domu. Jak ludzie wracają z pracy to ja nie zajmuję żadnego miejsca* [SK2].

Pomimo skrajnych, omówionych powyżej przypadków niektórzy seniorzy również używają dezodorantu lub perfum. Różnice pomiędzy nimi a osobami młodymi tkwią w samym rytuale korzystania - *dla mnie te perfumy podkreślają rangę chwili podczas uroczystości, podkreślają to, że jest jakaś zmiana* [SK7]. Perfumy mają przypieczętować pewne okazje. Najczęstszą wskazywaną okazją są święta religijne oraz

uroczystości rodzinne. Jak podkreśla jedna z młodych badanych: *Tata to w wyjątkowych sytuacjach, jak jest okazja to na pewno się psika perfumami. W święta wiem, że pachnie bo pachnie perfumami. To są te szczególne okazje, na co dzień tego nie robi, bo go nie czuję* [MK12]. Ponadto, wśród seniorów niekorzystanie z zapachowych kosmetyków wiąże się z brakiem nawyku oraz mniejszą wagą jaką do tego przywiązują: *Sam się nieraz dziwię. Wielokrotnie zapominam używać wody po goleniu, a przecież mam uzupełniany, bo robi to syn. Ale, aż się zdziwiłem, może dlatego, że mało dbam o siebie. Zastanawiam się dlaczego. Może być tylko takie wytłumaczenie, że albo zapędzony jestem, nie dbam o siebie i nie przywiązuję do tego wagi* [SM5].

Powodów nieczęstego niekorzystania z pachnideł wśród seniorów można również dopatrywać w braku aktywności zawodowych, a co za tym idzie rzadszych wyjść: *używam okazjonalnie perfum, bardzo okazjonalnie i to się dzieje od kilku lat. Kiedyś używałam bardzo często, teraz bardzo rzadko. Natomiast dezodorantu używam takich specjalistycznych, solnych, bez zapachowych i używam ich wtedy, kiedy uważam, że coś może być, że tak powiem zagrożeniem dla potu, wtedy zawsze* [SK7].

Przepych zapachów, nie jest też tylko powiązany z perfumami. Otóż osoby starsze wskazały, iż współcześnie wszystko pachnie. Nawet to, czego przeznaczeniem pierwotnym nie miał być zapach: *nie lubię bardzo tego, że dziś wszędzie są zapachy, znaczy jak myję naczynia, typu Ludwik, czyli typowy do naczyń a tu pachnie jakoś jak perfumami, czy takim zapachem do ciasta, to tego bardzo nie lubię. Do naczyń musi być coś co jest do naczyń, a nie taki zapach, który powiedzmy jest taki, który ja jem, albo się nim perfumuje. Nie lubię zapachów narzuconych w sposób sztuczny. Są one nieadekwatne, sztucznie narzucony to jest taka nieprawda* [SK1].

Bez wątplenia można uznać, iż korzystanie z perfum po transformacji ustrojowej stało się powszechną normą społeczną. Zarówno osoby młode, jak i starsze wyczuwają, iż współczesny świat pachnie, albo co więcej, że powinien pachnieć.

Jak cię widzą, tak cię piszą – o zapachu jako elemencie tożsamości jednostki

Tytułowe przysłowie pochodzi z wypowiedzi jednego z badanych, który porównał perfumowanie swojego ciała do dbania o siebie w ogóle. Zapach stał się pewnego rodzaju dopełnieniem ubrania oraz w pewnym, symbolicznym sensie strojem samym w sobie. Otaczające ciało aromaty pachnideł stanowią element tożsamości jednostki, podkreślenie jej indywidualności i wyjątkowości zarazem.

Preferencje zapachowe jednostek są tak różne, jak wybór pachnidel na rynku. Dobór aromatów jest kwestią indywidualną oraz zależną od akceptacji naszego organizmu. Bez wątpienia to, czym pachniemy wpływa na społeczny odbiór nas samych. Jedna z badanych podzieliła się refleksją dotyczącą przyczyn korzystania z pachnidel przez osoby młode: *to jest taka jakby informacja o tożsamości może, takie podkreślenie wyrazistości dla człowieka. Tak jak obserwuję młodzież, czyli jakoś tak 20, 21 lat to, to jest takie podkreślenie swojej tożsamości, osobowości. Świeżość też dla nich jest ważna tak, żeby być świeżym, a nie nieświeżym. Natomiast zapach jest takim dodatkiem do podkreślenia siebie [SK7].*

Owo podkreślenie siebie ma również genderowy charakter. Ramy doboru zapachów ściśle zarysowane są płciowo. Można to zaobserwować w perfumeriach, drogeriach czy chociażby na bilbordach bądź w reklamowych spotach. Wyraźnie zarysowana jest linia pomiędzy zapachami męskimi a damskimi. Sam flakon również wskazuje adresata. Skąd to wynika? Czy zapachy posiadają płeć? Jedna z moich rozmówczyń przyczyn doszukała się w pewnym wpojonym przez społeczeństwo kodzie: *Uważam, że zapachy mają płeć. Gdybym nigdy nie czuła zapachu męskiego na mężczyźnie to by nie miało to dla mnie różnicy, ale że ja mam zakodowane, że te zapachy bardziej kojarzę z mężczyznami to już jest kodowanie, to są już lata jakichś tam doświadczeń, przyzwyczajenie, bo ja wiem, że ten zapach jest męski, bo mi się kojarzą z mężczyznami (...) gdybym nie kojarzyła od początku świata zapachów męskich i by dał mi ktoś zapach męski i wypsikałabym wszystkie kobiety, to nie miałoby to dla mnie żadnego problemu. Ale gdyby wziął ten zapach i wyperfumował mężczyzn to już byłby dla mnie problem go użyć, bo bym już miała wrażenie, że się psikam męskimi perfumami (...) To już jest też troszeczkę lęk przed tym, że ktoś mi powie, że używam perfum ojca i mogłoby mnie to tak trochę zakłopotać. Czulałabym się zażenowana, nie chciałabym, by ktoś zwrócił mi uwagę. [MK8].*

Zapach staje się dopiero męski, jak używa go mężczyzna. Podobnie rzecz się ma z ubraniami, które wyraźnie wskazują adresata. Niektórzy z moich rozmówców opowiadając o swoim zwyczajnym, codziennym dniu, ruchem dłoni zarysowywali ruch, jakby ubierali się w owe zapachy pachnidel. Z wypowiedzi jednej z moich rozmówczyń: *Człowiek się budzi z tymi wszystkimi swoimi zapachami naturalnymi a potem tak nakłada na siebie te inne zapachy. Czyli tak naprawdę jest to trochę nienaturalne, bo wątpię, żeby na jakiejś wyspie, gdzieś gdzie mieszkają jacyś dzicy ludzie, aby wychodzili łowić ryby wyperfumowani [MK8].*

Zapytałam badanych, kto jest zwolniony przez społeczeństwo z perfumowania swojego ciała? Jedna osoba odpowiedziała, iż: *zwolniony to nikt nie jest z tego, aby nie dbać o siebie, nie perfumować się* [MK7]. Najczęściej jednak badani podejmowali próbę odpowiedzi na to pytanie wskazując głównie osoby marginalizowane społecznie, czyli ludzi biednych, bezdomnych, niepełnosprawnych: *Nie ma co wymagać od osoby, która jest niepełnosprawna intelektualnie, żeby ktoś za nią to robił, pamiętał o tym. Wybacz im się ten zapach, przez to jacy są. Patrzy się na nich w inny sposób. Bezdomnym się też wybacz, bo bezdomni nie mają pieniędzy na to* [MK10]. Ponadto niektórzy wyodrębnili również dwie grupy wiekowe: *dzieci, bo po co?* [MK12] oraz *starsze osoby(...) wiąże się z nieprzywiązywaniem wagi, tak mi się wydaje po prostu, to nie jest dla nich istotne* [MK7].

Świat bez wężu? Rola zapachu w życiu jednostek

Poprosiłam badanych o to, by wyobrazili sobie świat bez zmysłu węchu, tak jakby jutro mieli obudzić się w rzeczywistości pozbawionej zapachów. Jak wyglądał by ów świat? Niektórzy odpowiadali od razu, inni potrzebowali chwili na zastanowienie, zaś prawie wszyscy określali go epitetami: smutny, niekompletny, pusty, zły, ubogi, nieprzewidywalny.

Dopytując o powody takiego stanowiska, badani wskazywali na znaczącą rolę zmysłu węchu w odniesieniu do wielu płaszczyzn naszego życia. Bardzo często porównywali węch do innych zmysłów oraz ich patologii: *brakowałyby zapachów, gdyby się najpierw wiedziało, co to jest zapach, a potem by tego zabrakło. To tak samo jak ze wzrokiem. Ale gdyby nie było tego od początku, to by się nie wiedziało, że czegoś brakuje* [MK7]; *zmysł węchu wyprzedza też czasami zmysł wzroku. Nie musimy chodzić milionów kilometrów, tylko możemy iść za zapachem i znaleźć jedzenie* [MM11]; *z tymi zapachami jest tak jak z dźwiękiem – jeżeli ktoś zawsze słuchał mp3 to mu to wystarcza, ale jak posłucha takiego naprawdę dobrego dźwięku to uzna, że bez takiego dźwięku nie można funkcjonować. Tęskni za tym. I tak to można chyba porównać* [SK7]. Na znaczącą rolę węchu wskazał również jeden z seniorów: *Wyobraź sobie, co to jest zapach i węch? To jest niesamowite. Jeszcze dotąd nie wynaleziono sztucznego nosa, jeśli chodzi o zapachy. To jest tak stworzony świat, bez zapachu nie wiem czy byłby możliwy do istnienia? Nie...* [SM5].

Bez wątplenia zmysł węchu posiada wiele znaczących społecznie funkcji. Jednym z nich jest kwestia bezpieczeństwa, a dokładniej wyczuwania zagrożeń: *brak*

węchu może też stworzyć niebezpieczeństwo, może się coś zapalić w domu i nie widzimy, że coś nam się zapaliło, nie mamy czujnika w domu ani urządzeń alarmowych i może się do źle skończyć [MM11]. Również owe bezpieczeństwo odnosi się do pokarmów. Węch informuje nas o tym, co jest zdatne do spożycia, a co nie: *przecież na każdym kroku potrzebny jest węch, już nie mówię o perfumach, ale jak się gotuje, robi, kupuje to stale są te zapachy potrzebne, żeby odczuć* [SK1].

Jedna z moich rozmówczyń określiła zapach jako pewnego rodzaju informację o świecie, o życiu: *zapach to taka specyfikacja życia, daje oznakę, że coś żyje(...) jest to taka dodatkowa informacja o świecie* [SK7]. Ponadto, nie można również lekceważyć zmysłu węchu w odniesieniu do interakcji społecznych, co więcej relacji interpersonalnych. Niekiedy to właśnie aromaty stają się budulcem więzi międzyludzkich, bądź odwracając sytuację, to bliskość emocjonalna i fizyczna z drugim człowiekiem rozszerza naszą tolerancję zapachową: *bliskość, intymność zmienia cały wymiar zapachowy (...)* Znalazłam się w relacji, w której jestem tak bardzo otwarta na tego mężczyznę, z którym się spotykam, że nie krępuje mnie już przy nim nic. O ile na początku była to osoba, przy której chciałam być osobą najbardziej zadbaną na świecie, najpiękniejszą, najbardziej pachnącą i najczystsza, tak w tej chwili nie przeszkadza mi już nic [MK1]; *to jest już taki związek chemiczny, jakieś emocje, uczucia. To jest jakaś bliska osoba, dlatego ten zapach mnie pociąga* [MK8].

Jeden z badanych powiedział, że zapachy *dopełniają nasz świat* [MM11]. Przedstawiając powyżej społeczne funkcje zmysłu węchu, nie możemy zapomnieć o tym najważniejszym – zapachy mają dostarczać nam przyjemności. Nie bez kozery powstał rynek perfumeryjny. To te zapachy są tymi na tzw. wyciągnięcie ręki, które możemy poczuć w dowolnej chwili, za którymi nie musimy podążać, na które nie musimy czekać. Są one ponad miejscem i czasem – nie są zależne od pór roku, nie musimy wychodzić z domu, by móc je powąchać. Inne, zazwyczaj: *są elementem zaskoczenia* [MK12].

Aromatyczny wehikuł czasu

Wszechobecne aromaty, pomimo iż rzadko należą do codziennych refleksji, to w niektórych momentach powracają do nas ubrane we wspomnienia. Ciekawiło mnie, jakie wonie najczęściej wywołują w badanych emocje. Każdy z moich rozmówców podzielił się ze mną opowieścią o zapachach, które wzbudzają w nich uczucie tęsknoty. Jedni opowiadali o tym, jak poprzez węch niespodziewanie wracają wspomnienia, inni

o tym, jak sami w wąchają się w różne przedmioty, by móc przypomnieć sobie pewne osoby, sytuacje, chwile. U większości badanych były to wspomnienia kojarzące się z zapachami z dzieciństwa.

Seniorzy opowiadali o zapachach podczas okupacji: świeżo upieczonego chleba, domowych wędlin, aromatów unoszących się z talerza zupy, jak również o kwiatach, które zawsze stały w wazonie. Natomiast młodzi rozmówcy wspominali zapachy słodczy z dzieciństwa, oranżady w proszku, zapachy wykrochmalonej pościeli, firanek. Pośród wymienionych powyżej aromatów, znalazły się również wspomnienia odnoszące się do konkretnych ludzi. Jedna z badanych podzieliła się historią o swoim tacie: *jak często ojca nie było w domu, jeszcze byłam taką małą, bardzo małą dziewczynką to czasem wchodziłam do szafy po to, aby powąchać jego kurtkę, która pachniała fajkami. Bo tylko to mi jego przypominało. Wiesz, jak jego nie było miesiącami, tygodniami w domu to jedyne, co mogłam sobie przypomnieć to, że ojciec to był zapach fajek i jego wisząca skóra w szafie, która była przesiąknięta tymi fajkami* [MK3]. Niektórzy młodzi rozmówcy wskazywali na zapachy, które kojarzą im się z ich dziadkami: woń mieszkania, aromaty docierające z kuchni, wymaglowana pościel, zapach wody kolońskiej dziadka. Większość aromatycznych wspomnień przywołuje przyjemne wspomnienia. Jedna z rozmówczyń wskazała jednak na ten zapach, który dziś nie kojarzy jej się mile: *mój były chłopak miał bardzo ładne perfumy. I teraz jak ktoś obok mnie siedzi i je poczuje, to wraca multum wspomnień. Duże emocje, silne i raczej przykre* [MK10].

Również zapachy przestrzeni, są tymi, za którymi zdarza się tęsknić. Z owych wypowiedzi wynikało jasno, iż pomiędzy wsią a aglomeracjami miejskimi istnieją wyraźne różnice. Rozmówcy utożsamili wieś z miejscem przepelnionym naturalnymi zapachami. Dość często pojawiały się opinie, iż wieś jest miejscem aromatycznym, w przeciwieństwie do miasta, które stało się siedliskiem smrodów, nieprzyjemnych woni, jakie emitują samochody, spaliny, blokowiska: *Ja ogólnie jestem ze wsi, więc u mnie zapach kwiatów jest wszechobecny. Czuję te zapachy i lubię je. Tutaj w mieście ich brakuje na pewno. Różnica jest taka, że jest mniejsza różnorodność zapachów w mieście, jest więcej smrodów, niż zapachów. Na wsi jest bardziej aromatycznie i to też zależy od pory roku* [MM9]. Również rodowici mieszkańcy miasta ukazywali w swych wypowiedziach na ową różnicę: *Jak się jest na wakacjach i się wjeżdża do [REDACTED], no to po prostu jest kosmos. Zawsze jest bardzo duszno, te mury są nagrzane i one wydają taki specyficzny zapach, zatykają powietrze, bym tak powiedziała* [SK7].

Najczęściej jednak wspomnienia kojarzone były z domem rodzinnym. Jedna z moich rozmówczyń wskazała na zapach rosółu jako ten, który przypomina jej ów dom: *Jak wstaję w niedzielę rano i w całym domu pachnie rosółem, to wtedy wiem, że jest niedziela. Tęsknię za tym w [REDACTED], bo wstaję w niedziele i myślę sobie, gdzie jest mój rosół* [MK10]. Nostalgia wywołana zapachem domu jest również widoczna w poniższej wypowiedzi: *Gdybym spotkała złotą rybkę i powiedziała mi, że może spełnić moje jedno życzenie, albo trzy niech będzie, bo jestem trochę zachłanna co do życzeń. Pierwsze byłoby to pokój na świecie, drugie żebym miała wszystkie gitary, które sobie wymarzyłam, a trzecie to by było to, że jakbym wychodziła z domu i wychodziła tu w [REDACTED] na osiedle, to żebym czuła taki zapach, jaki czuje, gdy wychodzę u siebie w [REDACTED] z mojego domu rodzinnego. Chciałabym by ten zapach [REDACTED] przenieśli mi tylko na to jedno osiedle. Uwierz mi, że bym się czuła wtedy sto razy lepiej w [REDACTED] niż tam. Przez ten zapach, a właściwie jego brak tutaj nie czuję się do końca zadowolona. Jak bym miała tutaj swój zapach, poczułabym się na pewno bardziej zadowolona* [MK8].

Jak mogliśmy zaobserwować, aromatyczny wehikuł czasu przepełniony jest różnymi wspomnieniami, odnoszącymi się do ludzi, miejsc, rzeczy, potraw. W większości są to wspomnienia przyjemne, wywołujące nostalgię i tęsknotę za przeszłością.

Natura w ubraniu kultury, czyli o tym, czym pachniemy

Każdy człowiek posiada naturalny zapach swojego ciała, który jest niejako niewidzialnym znakiem rozpoznawczym nas samych. W świecie powszechnej kultury aromatyzacji coraz trudniej jest wyodrębnić to, co jest naturalne. Współcześnie termin natura ubrany jest w kulturowe ramy. Co to oznacza w odniesieniu do osmologicznego wymiaru ludzkiego ciała? Z jednej strony zapachy naturalne odnieść możemy do biologicznych uwarunkowań ludzkiego ciała, czyli mieszaniny jego wydzielin, z drugiej zaś strony naturą określa się również naturalne ekstrakty zawarte w perfumach. Pojawia się więc pytanie – czym współcześnie pachniemy, i co jest współcześnie określane mianem natury ludzkiego ciała? Zebrany przeze mnie materiał badawczy dostarczył wielu interesujących odpowiedzi na postawione powyżej pytanie.

Zapytałam swoich rozmówców o to, czy lubią naturalny zapach swojego ciała. Większość z nich odpowiadała na pytanie pytaniem: *A co to jest naturalny zapach?* [MM11]. Niektórzy starali się sami zoperacjonalizować owo pojęcie: *Zapach*

ludzkiego ciała to jest zapach skóry, tak jak byśmy wąchali gołego człowieka bez żadnych ubrań to jest zapach naturalny. A zapach człowieka tak na co dzień to są jego ubrania, ubrania w dużej mierze. W sumie tak naprawdę nigdy nie miałem możliwości, z nielicznymi przypadkami, żeby powąchać człowieka, tylko bardziej chyba czuję zapach ubrań. Jeszcze dochodzi do tego środowisko w którym on się obraca na przykład [MM11],

Bardzo ciekawym wydaje się być rozróżnienie na *zapach ludzkiego ciała* i *zapach człowieka*. Zapach ludzkiego ciała można definiować jako kompozycję naturalnych jego wydzielin. Jak podkreśla powyżej cytowany badany: *tak jak byśmy wąchali gołego człowieka*. Beata Hoffman określa tę woń mianem zapachu biologicznego. Natomiast zapach człowieka, o którym opowiadał rozmówca, jest zapachem społecznym, który autorka monografii *Perfumy* określiła jako socjalny. Woń ludzkiego ciała kryje się pod wieloma warstwami aromatycznych okryć. Jedną z tych warstw jest nasza biologia, kolejne sfery trudno jest wyodrębnić hierarchicznie, ponieważ nakładają się one na siebie i linia pomiędzy nimi dość często jest zatarta. Zapachem społecznym badany określił ubrania, które są wyraźnym komponentem ludzkiej osmosfery.

Co jeszcze składa się na ową osmosferę człowieka? Jednym z zapachowych kodów, który możemy wyodrębnić jest dom: *Każdy dom zupełnie inaczej pachnie, zwracam uwagę czy pachnie dla mnie przyjemnie, czy nie, ale każdy zawsze inaczej [MK7]*. Następnie: *zapachy pościeli, każdy ma inny, i one są niesamowite, bo tak naprawdę są bardzo intymne, takie tylko moje, tylko kogoś [MK2]*. Zapach społeczny ludzkiego ciała wynika również z szeroko pojmowanego środowiska, w jakim jednostka się obraca, zarówno miejsc, jak i ludzi, którzy nas otaczają: *zapach też jest związany ze środowiskiem. Na pewno, bo jak znam takie środowiska harcerskie, no to tam już tego nie ma [SK7]*. Powyżej cytowana rozmówczyni opowiadała o tym, że w środowiskach harcerskich ludzie się nie perfumują, używają jedynie kosmetyków do higieny: *one dają im zapach. Bo kosmetyki dają zapach [SK7]*.

Ostatnim elementem, który wpływa na osmologiczny wymiar ludzkiego ciała są aromaty, które on sam dobiera z własnego wyboru po to, aby pachnieć. Są nimi nie tylko dezodoranty i perfumy, ale również wszelkie kosmetyki, których używa do higieny swojego ciała. Czym więc jest naturalny zapach naszego ciała i jak go rozpoznać?

Niektórzy rozmówcy przyznają się do tego, że wręcz nie pamiętają własnego zapachu biologicznego: *Ciężko mi teraz sobie przypomnieć mój naturalny zapach, np. czasem wącham swoją chustkę, bo moja chustka ma mój zapach i troszkę perfum i podoba mi się ten zapach* [MK8]. Inni argumentują korzystanie z aromatycznych kosmetyków tym, że zwyczajnie nie lubią swojego zapachu: *perfum używam dla uzyskania danego zapachu ładnego, który zmienia mój naturalny zapach, którego nie lubię* [MM5]; *Szczerze, to nigdy nie przywiązywałam do tego wagi, do naturalnego zapachu ciała. Wiesz, jak spotykasz się z ludźmi, to zawsze ktoś czymś pachnie, bo się popsikał. Zanika już ta różnica. To jest XXI wiek, wszyscy oblewają się tymi chemikaliami i w ogóle, więc nawet głupi szampon do włosów pachnie, więc szczerze to nawet ciężko poznać naturalny zapach kogoś* [MK10].

Jak już miałam okazję zaznaczyć w niniejszym rozdziale: dezodoryzacja stała się normą społeczną. Ów XXI wiek jest czasem obfitującym w przyjemne zapachy. Bowiem *chyba już się uzależniliśmy od tego, wszystko musi jakoś pachnieć* [SK1]. Coraz bardziej człowiek oddala się od swojej własnej natury, przekształcając ją w pewne kulturowe ramy. Zapytałam badanych jakie lubią zapachy? Wszyscy rozmówcy, niezależnie od wieku, płci czy miejsca zamieszkania wskazywali na zapachy natury, przyrody, takie jak: zapachy kwiatów, bzu, lasu, parków, aromaty unoszące się po deszczu, zapach drewna, zwierząt, końskiego łajna. Zapachy, na które niejako nie mają wpływu. Pomimo tego, iż każdy z rozmówców używa kosmetyków zapachowych to nikt nie wskazał, że właśnie te aromaty są im bliskie. Człowiek konstruując kulturę, bądź wchodząc biernie w jej ramy wyzbywa się swojego naturalnego kodu zapachowego.

Pozwolę sobie zacytować refleksje jednego z seniorów, która stanowi niejako puentę owej części: *Dzisiejszy świat jest mniej naturalny. Brak spontaniczności jest, zauważ. I ludzie dowartościowują się zapachami. Zapach dobrze działa. Nawet pierwotnie jak pies się wytarzał za przeproszeniem w jakimś łajnie i potem przylatywał ucieszony, jaki to on jest szczęśliwy. Wiesz, że to u zwierząt jest możliwe? U nas dla odmiany, mamy perfumy, i się oblewamy nimi i w rezultacie dochodzi do tego odwrotność sytuacji.* [SM5]. Pomimo tego, iż coraz bardziej oddalamy się od swojej własnej natury, rytuał perfumowania swojego ciała jest analogiczny do zwierzęcych zachowań.

Podsumowanie

Przeprowadzone przeze mnie indywidualne wywiady pogłębione pozwoliły mi na wyłonienie pewnych wniosków. Pierwszym z nich jest to, iż perfumowanie ciała stało się powszechną normą społeczną. W owym procesie narzędzia dezodoryzacji, jakim jest dezodorant i perfumy, ukazały swoje drugie oblicze. Mianowicie dzięki nim, człowiek może modelować swoją tożsamość, może podkreślać swoją indywidualność, atrakcyjność. Pomimo tego, iż doznania zapachowe nie są przedmiotem codziennej refleksji, badani nie bagatelizowali ich znaczenia w życiu. Wskazywali, iż węch informuje nas o niebezpieczeństwach, przywołuje niekiedy ważne wspomnienia oraz jest bardzo ważny w relacjach międzyludzkich.

W kulturze aromatyzacji naturalna woń człowieka została przykryta przyjemnymi zapachami wydobywającymi się z flakonów pachnidła. Badani przyznawali się do tego, iż nie znają, nie pamiętają, bądź nie chcą czuć swojego biologicznego oblicza. Dzięki pachnidłom mogą ukryć swój naturalny zapach, zastępując go innym, dzięki któremu czują się lepsi. Można zaobserwować to, że im bardziej człowiek szuka odrębności od świata naturalnego, tym bardziej korzysta z jej mechanizmów.

Jak mogliśmy zauważyć w niniejszym rozdziale, naturalnym stało się to, co z pozoru wydaje się być nienaturalne. Rytuał perfumowania swojego ciała, pomimo iż jest uwarunkowany kulturowo, stał się niejako definiensem ludzkiej natury. Człowiek ukrywa swoje zapachy biologiczne, zwierzęce po to, aby móc wpisać się w ową powszechną normę, która brzmi – nie śmierdzieć. Naturalnym jest więc to, że każdy pragnie być akceptowanym w społeczeństwie, a dzięki pachnidłom – jest to możliwe.

Zakończenie

Historia ukazuje nam lęk ludzi przed zarazami, chorobami, epidemią. Higieniści w XVIII wieku uważają za niezbędne oczyszczenie przestrzeni społecznej z obecnych w niej zagrożeń. W momencie usunięcia owej zakażonej pokrywy, człowiek odkrywa panujący pod nią wstręt i odrazę. Dostrzega również w zwierciadle ewolucji swoją zwierzęcą istotę. Pragnie odsunąć się od niej jak najdalej. Udaje się to tylko tym, którzy należą do ówczesnych elit. Inni podążają w przyszłość z piętnem wstrętu, który okrywa ich ciało i miejsca snu. Węch staje się wahadłem wyznaczającym hierarchię społeczną. Aromatyczna bańka powietrzna stawia wyraźne granice tolerancji. Tylko ci, którzy pachną, mają do niej klucz. Tylko ci, którzy są w stanie odwrócić się od swej natury i biologii ku kulturze i społeczeństwu.

Czekamy do drugiej połowy XX wieku, aby zaobserwować, jak powoli otwierają się wrota na demokrację zarówno w polityce, jak i gospodarce. Demokratyzacją objęty zaczyna być również rynek perfum, do którego niegdyś dosięgnąć mogli tylko najbogatsi. Pojawiają się dezodoranty, które pozwalają usuwać z człowieka jego naturalne wyziewy. Podróżujemy do czasów Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej, gdzie sklepy świecą pustkami, a dostęp do pachnidła jest bardzo ograniczony. Przed nami jawią się drzwi, już ostatnie drzwi do wolności. Co owa wolność przyniosła i jakie są jej konsekwencje?

Owa historia dezodoryzacji brzmi jak legenda i nią faktycznie jest. Bowiem z ust do ust przekazywany jest obyczaj perfumowania swojego ciała i nadawania przestrzeniom zapachu. W niniejszej pracy chciałam wskazać na to, jakie dziś są konsekwencje tego złożonego procesu odwaniania życia społecznego. W toku studiowania dostępnej literatury oraz realizacji badań własnych znalazłam wiele odpowiedzi na interesujące mnie kwestie. Czas więc je usystematyzować.

Bez wątpienia pierwszą konsekwencją strategii dezodoryzacji jest to, iż perfumowanie ciała i przestrzeni stało się już powszechną normą społeczną. Współczesny rynek pachnidła stał się dostępny dla prawie każdego konsumenta. Każdy ma możliwość skorzystania z bogatej i różnorodnej oferty aromatów. Reasumując, wszyscy muszą korzystać z zapachowych kosmetyków. Ci, którzy decydują się odejść od tej powszechnej normy, spychani są przez społeczeństwo na margines.

Kolejną konsekwencją jest ukryty wymiar pachnidła. Ich złożoność i symbolika pozwalają konsumentowi swobodnie grać na arenie życia społecznego. Ów flakon

przepełniony jest dziś wieloma społecznymi znaczeniami. To jak pachniemy informuje innych już nie tylko o naszym statusie społecznym, ale również ukazuje naszą tożsamość, indywidualność, odrębność. Dzięki pachnidłom możemy posiadać atrybuty atrakcyjności, uwodzenia, niedostępności, pewności siebie. Przedmiotem dnia codziennego stał się dezodorant, który zapewnia nam bezpieczeństwo, czyli jedną z podstawowych potrzeb człowieka. Dzięki jednemu aerozolowi utrwalamy świadectwo czystości naszego ciała. Współcześnie owa pierwotna funkcja pachnideł, jakim był zapach, staje się drugorzędny. Aromaty zamknięte we flakonie stały się niezbędnym rekwizytem człowieka, pewnego rodzaju maską, dzięki której jest w stanie uczestniczyć w goffmanowskim teatrze życia codziennego.

Przestrzeń również manipulowana jest przez aromaty. Możemy zauważyć wiele osmologicznych procesów obecnych w naszym otoczeniu. Miejskie alejki wyraźnie zarysowują odrębne od siebie osmosfery, tak jakby miasto było swoistą perfumerią, w której umieszczone są szczelnie zamknięte flakony zapachów. Przykładem są chociażby parki, lasy, trawniki, których obszar wyraźnie wyznaczony jest na mapie. Manipulację możemy również doświadczyć na rynku marketingowym. Syntezatory zapachów mają wabić nas jak lunatyków, byśmy zajrzeli do źródła owych woni – sklepów, restauracji, biur.

Ostatnia wyraźna zmiana, która zarysowana jest przez historię węchu, czyli historię świata w ogóle, kryje się w tytułowym pytaniu: kultura czy natura? Człowiek w procesie ewolucji, prostując swoją sylwetkę, zmniejszył tym samym znaczenie, jakie pierwotnie było przypisane zmysłowi węchu. Odkrywając swoją zwierzęcą naturę, chciał schować się pod płaszczem kultury. Jednym z narzędzi wytworzonych społecznie okazały się być pachnidła, dzięki którym mógł zmyć z siebie zapachy swojej biologii. Mógł oddzielić się od otaczającej go natury. Przeprowadzone przeze mnie badania empiryczne ukazały, iż jednostki zapomniały o swym naturalnym zapachu ciała, a gdy organizm o nich przypomina, używają narzędzi, dzięki którym mogą znów go ukryć. Natura utożsamiana jest tylko z tym, na co człowiek nie do końca ma wpływ. Puentą niniejszej pracy są słowa jednego z moich rozmówców: *Ludzie postępują tak niekonsekwentnie, wiesz? On myśli, że jak się pokropi to on będzie lepszy. On i tak wróci do rzeczywistości. Bo ten zapach i tak prędzej czy później ulotni się. Jeśli nie będzie skóra czysta (...). Wiesz, ma tak własne wybudowane mniemanie o sobie, że jest doskonałością. Człowiek jest tak doskonały jak najslabsza jego ułomność. Każda konstrukcja jest tak mocna jak najslabsza jej część [SM5].*

Tak więc: kultura czy natura? Odpowiem analogicznie do powyższej cytowanej wypowiedzi jednego z seniorów – człowiek przekonany jest o tym, iż to nasza natura jest najsłabszą częścią nas samych, ale to właśnie na niej zbudowana jest nasza kultura.

Bibliografia:

- Barzykowski Krystian, Niedźwieńska Agnieszka. 2012. *Przegląd badań nad mimowolnymi wspomnieniami autobiograficznymi. Perspektywy badawcze*. w: „Roczniki Psychologiczne” Tom XV, nr 1.
- Bator Joanna. 2007. *Socjologia i problem cielesnej kondycji człowieka*. w: Anna Wieczorkiewicz, Joanna Bator (red.), *Ucieleśnienia. Ciało w zwierciadle współczesnej humanistyki*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Filozofii i Socjologii PAN.
- Bauman Zygmunt. 1993. *The sweet scent of decomposition*, w: Rojek Chris, Turent Bryan (red.), *Forget Baudrillard*. London: Routledge.
- Bauman Zygmunt. 2000. *Sen o czystości*, w: *Ponowoczesność jako źródło cierpień*. Warszawa: Wydawnictwo Sic!.
- Bauman Zygmunt. 2008. *Groza niekontrolowanego*, w: *Płynny lęk*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Bauman Zygmunt. 2011. *44 listy z płynnej nowoczesności*, Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Berger Peter, Luckman Thomas. 2010. *Podstawy wiedzy życia codziennego*, w: *Spoleczne tworzenie rzeczywistości*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Burszta Wojciech. 2008. *Świat jako więzienie kultury. Pomyślenia*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Buczowski Adam. 2011. *Socjologia ciała*. w: Anna Firkowska-Mankiewicz, Tatsiana Kanash, Elżbieta Tarkowska (red.), *Krótkie wykłady z socjologii*. Warszawa: Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej.
- Buddenbrock Wolfgang von. 1935. *Świat zmysłów*. Kraków: Wydawnictwo Trzeska, Evert i Michalski.
- Chowaniec Urszula. 2011. *Ciało jako sytuacja. Kultura i płeć w kontekście socjologii Pierre’a Bourdieu*. w: „Kultura i Historia” nr 20/2011.
- Cobel-Tokarska Marta. 2011. *Przestrzeń społeczna: świat- dom – miasto*. w: Anna Firkowska-Mankiewicz, Tatsiana Kanash, Elżbieta Tarkowska (red.), *Krótkie wykłady z socjologii*. Warszawa: Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej.
- Corbin Alain. 1998. *We władzy wstrętu : społeczna historia poznania przez węch : od odrazy do snu ekologicznego*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Volumen.
- Corbin Alian, Courtine Jean-Jacwuer, Vigarello Georges. 2011. *Historia ciała. Od renesansu do oświecenia*. Gdańsk: Wydawnictwo słowo/obraz terytoria.

- Czerniawska Ewa, Czerniawska-Far Joanna Maria. 2007. *Psychologia węchu i pamięci węchowej*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Czerniawska Ewa, Czerniawska-Far Joanna Maria. 2009. *Człowiek w świecie zapachów*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Douglas Mary. 2007. *Czystość i zmaza*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Duch-Krzyszczak Danuta, Gruszecka Agata. 2012. *Jakościowe podejście w badaniu socjologicznym*, w: *Krótkie wykłady z socjologii*. Warszawa: Wydawnictwo Akademii Pedagogiki Specjalnej.
- Duvignaud Jean. 2010. *Ceremonia społeczna i ceremonia teatralna*. w: Leszek Kolankiewicz (red.), *Antropologia widowisk*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Eagleton Terry. 2012. *Po co nam kultura?*. Warszawa: Wydawnictwo Spectrum.
- Ellias Norbert. 1980. *Przemiany obyczajów w cywilizacji Zachodu*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Etcoff Nancy. 2000. *Przetrwają najpiękniejsi. Wszystko co nauka mówi o ludzkim pięknie*. Warszawa: Wydawnictwo W.A.B.
- Falkiewicz Andrzej. 2010. *Człowiek teatralny*. w: Leszek Kolankiewicz (red.), *Antropologia widowisk*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Flick Uwe. 2010. *Projektowanie badania jakościowego*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gajda Janusz. 2008. *Antropologia kulturowa. Kultura obyczajowa początku XXI wieku*. Kraków: Wydawnictwo Impuls.
- Giddens Anthony. 2010. *Nowoczesność i tożsamość*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Gilbert Avery. 2010. *Co wnosi nos? Nauka o tym, co nam pachnie*. Warszawa: Wydawnictwo W.A.B.
- Goffman Erving. 2006. *Rytuał interakcyjny*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Goffman Erving. 2008. *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa: Wydawnictwo Aletheia.
- Goffman Erving. 2008. *Zachowania w miejscach publicznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Goffman Erving. 2010. *Spotkania. Dwa studia z socjologii interakcji*. Kraków: Zakład Wydawniczy Nomos.

- Hall Edward. 1978. *Ukryty wymiar*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Hannerz Ulf. 2006. *Odkrywanie miasta. Antropologia obszarów miejskich*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Hoffman Beata. 2013. *Perfumy. Uwarunkowania kulturowo-społeczne*. Kraków: Wydawnictwo Impuls.
- Jakubowska Honorata. 2012. *Ciało jako przedmiot badań socjologicznych – dylematy, pominięcia, możliwości*. w: „Przegląd Socjologii Jakościowej” Tom VIII Nr 2.
- Jałowiecki Bohdan. 2010. *Społeczne wytwarzanie przestrzeni*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.
- Karnat-Napieracz Anna. 2009. *Tożsamość czyli świadomość redivivus*. Kraków: Wydawnictwo Oficyna Naukowa.
- Krajewski Marek. 2005. *Kultura aromatyzacji*. w: *Kultury kultury popularnej*. Poznań: Wydawnictwo UAM.
- Krejner Jerzy. 1964. *Zmysły*. Warszawa: Wydawnictwo Wiedza Powszechna.
- Majdan Krzysztof. 2012. *Zapach ciasta, marchewki, morskiego wiatru? Perfumy do wewnątrz są po to, by manipulować klientem*. <http://natemat.pl/27633,zapach-ciasta-marchewki-morskiego-wiatru-perfumy-do-wnetrz-sa-po-to-by-manipulowac-klientem>.
- Majewska Gabriela. 2010. *Bieda i brud w życiu szwedzkich chłopów i robotników w XVIII i XIX wieku*. w: *Brud i smród. Studia Historica Gedansensia. Tom I*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Majer Andrzej. 2010. *Socjologia i przestrzeń miejska*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Milewicz Maciej. 2005. *Prysznic*. w: Marek Krajewski (red.), *W stronę socjologii przedmiotów*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Nobis Adam. 2006. *Zmiana kulturowa: między historią a ewolucją*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza Arboretum.
- Nowicka Ewa. 2009. *Świat człowieka – świat kultury*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Pawluś Kamila. *Ciało jako przedmiot socjologicznej analizy i wytwór dyskursów*. <http://tekstualia.pl/index.php?DZIAL=teksty&ID=28>
- Pawłowski Bogusław, Sukiennik Irmina. 2009. *Biologia atrakcyjności zapachu ludzkiego ciała*. w: Bogusław Pawłowski (red.) *Biologia atrakcyjności człowieka*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.

- Pessel Włodzimierz Karol. 2008. *Odór Warszawy. Poznanie miasta przez węch*. „Kultura miasta. Miasto w kulturze” nr 4(3).
- Pessel Włodzimierz Karol. 2010. *Antropologia nieczystości. Studia z kultury sanitarnej Warszawy*. Warszawa: Wydawnictwo Trio.
- Pessel Włodzimierz Karol. 2010. *Miejsca śmierdźliwości*. „Kultura Liberalna”, nr 101 (51)
- Podgórska Joanna. 2013. W oparach aromatu. „Polityka” nr 51/52.
- Podgórski Michał. 2011. *Przestrzeń miejska - dzielenie postrzegalnego. Próba analizy procesów zawłaszczenia przestrzeni miejskiej z perspektywy filozofii Jacquesa Ranciere'a*. w: „Interlinie” nr 1(2).
- Opacki Zbigniew (red.). 2008. *Dom – spotkanie przestrzeni prywatnej i publicznej na tle przemian cywilizacyjnych XIX i XXw*. Gdańsk: Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego.
- Rzeczyński Krzysztof (reż). 2011. *Miłość, Europa, Świat Zygmunta Baumana*. Leeds, Warszawa, Tel Awiw: Narodowy Instytut Audiowizualny.
- Rapiejko Piotr. 2006. *Zmysł węchu*.
http://www.odory.zut.edu.pl/fileadmin/pliki/odory/pdf/Zmysl_wechu_Rapiejko.pdf
- Rykiel Zbigniew. 2008. *Nowa przestrzeń społeczna w badaniach socjologicznych*. Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Saryusz-Wolska Magdalena. 2011. *Spotkania czasu z miejscem. Studia o pamięci i miastach*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Schmidt Filip, Skowrońska Marta. 2010. *Śmieci i zapachy jako wskaźniki różnic i nierówności społecznych w krajobrazach miejskich*. „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny” 72, 2010, z. 1.
- Shiling Chris. 2010. *Socjologia ciała*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Simmel George. 2006. *Socjologia zmysłów*. w: *Most i drzwi. Wybór esejów*. Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa.
- Szacka Barbara. 2003. *Wprowadzenie do socjologii*. Warszawa: Wydawnictwo Oficyna Naukowa.
- Szczepański Marek, Ślęzak-Tazbir Weronika. 2008. *Ulica odziana w zapach*. „Czas Kultury” nr 1.
- Szczepański Marek, Ślęzak-Tazbir Weronika. 2008. *Miejskie pachnidło. Fragmentacja i prywatyzacja przestrzeni w perspektywie osmologicznej* w: „Studia Regionalne i Lokalne” nr 2(32).

- Szczepański Marek, Ślęzak-Tazbir Weronika. 2010. *W miejskiej osmotece. Próba perspektywy osmosocjologicznej w badaniach miejskich* w: „Przegląd Humanistyczny” nr 3(420).
- Sztompka Piotr. 2006. *Socjologia. Analiza społeczeństwa*. Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Wala Katarzyna. 2011. *Aromamarketing*. <http://stosowana.wordpress.com/2011/12/17/>
- Viagarello Georges. 1998. *Czystość i brud. Higiena ciała od średniowiecza do XX wieku*. Warszawa: Wydawnictwo W.A.B.
- Wiślicz Tomasz. 2012. *Integralność cielesna jednostki w perspektywie przejścia do nowoczesności – zarys problematyki*. w: Robert Maruszewski (red.), *Somatotes. Cieleśność u ujęciu historycznym*. Warszawa: Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego.
- Zaborowski Zbigniew. 1976. *Stosunki międzyludzkie*. Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Znaniński Florian. 2011. *Relacje społeczne i role społeczne. Niedokończona socjologia systematyczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN
- Żarnowska Joanna. 2005. *Dezodorant*. w: Marek Krajewski (red.), *W stronę socjologii przedmiotów*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Żywicka Beata. 2007. *Miejsca i wartości. Zmiany w językowym obrazie przestrzeni we współczesnej polszczyźnie*. Lublin: Wydawnictwo Polihymnia.

Aneks

Dyspozycje do indywidualnego wywiadu pogłębionego

1. PRZYCZYNY KORZYSTANIA Z ZAPACHOWYCH KOSMETYKÓW

- Częstotliwość korzystania z dezodorantu/perfum
- Powody korzystania z dezodorantu/perfum
- Dla kogo? (Dla siebie? Innych?)

2. POCZĄTKI KORZYSTANIA Z ZAPACHOWYCH KOSMETYKÓW

- Od kiedy badany używa dezodorantu/perfum
- Od kiedy używa dezodorantu/perfum rodzina badanego
- Jak na przestrzeni życia badanego zmieniał się rynek kosmetyków zapachowych w kontekście dostępności, powszechności i przymusu używania

3. STOSUNEK DO NATURALNYCH ZAPACHÓW LUDZKIEGO CIAŁA

- Naturalny zapach swojego ciała
- Naturalne zapachy innych ludzi
- Gdzie zaczyna a gdzie kończy się tolerancja w odniesieniu do naturalnych woni ludzkiego ciała
- Jakie grupy są zwolnione z dezodoryzacji

4. AROMATYCZNA PRZESTRZEŃ

- Miejsca faworyzowane ze względu na zapach

5. ZAPACH A EMOCJE

- Tęsknota za zapachami
- Zapachy dzieciństwa
- Pamięć zapachowa – co wywołuje, jakie emocje?

6. REFLEKSJE KOŃCOWE

- Zapachy w życiu codziennym (czy, jak i na ile zwraca się na nie uwagę?)
- Świat bez zapachów?
- Refleksje?