

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

Joanna Pańczak

nr albumu: 128 771

**Twarzą w twarz:
rzecz o zakładzie fryzjerskim
Face to face: on hairdresser's**

Praca magisterska
napisana pod kierunkiem naukowym
dr hab. Marka Krajewskiego

Poznań 2008 r.

Fryzjer to osoba, która pomaga nam na co dzień wyglądać. Nie wyobrażam sobie, żeby nie było zakładów fryzjerskich. Sama pani widzi, ile tu jest ludzi, wchodzi, wychodzi, ciągły ruch.

(Wypowiedz jednej z moich respondentek)

Wstęp.....	4
Rozdział 1. Włosy – rama twarzy.....	7
Rozdział 2. Zmiana w przemianie.....	12
Biologia	31
Zmysłowość włosa.....	32
Kategoria tabu.....	33
Amorficzna substancja.....	34
Pamiętka – signifiant.....	35
Atrybut kobiecości.....	36
Rozdział 4. Habitus człowieka “cywilizowanego”.....	41
Różnica pierwsza – status ekonomiczny	47
Różnica druga – wiek	51
Różnica trzecia – płeć.....	55
Wytwarzanie, czy demontaż i rekonstrukcja męskości?	55
Wytwarzanie kobiecości, czy demokratyzacja płci?	64
Indywidualizacja – tożsamość ucieleśniona.....	76
Rozdział 5. Spotkania.....	81
3 typy kultur.....	81
„A” – kultura hierarchicznego stylu życia.....	85
„B” – Kultura indywidualnego stylu życia.....	92
„C” – kultura egalitarystów	98
Usieciowienie	106
Zakończenie.....	113
Aneks.....	118
Szczegóły badań terenowych.....	119
Problematyka badawcza	120
Dyspozycje do wywiadu.....	120
Wywiad z klientem zakładu fryzjerskiego.....	120
Wywiad z fryzjerem.....	122
Bibliografia.....	125

Wstęp

Pewne prawdy, jak myślę, są oczywiste. Po pierwsze, że w życiu umysłowy, nastąpiło w ostatnich latach niebywałe pomieszanie form gatunkowych i że pomieszanie to nie słabnie. Dalej, że wielu uczonych odeszło w naukach społecznych od ideału wyjaśniania związanego z pojęciem prawa naukowego i poszczególnych jego realizacji i zwróciło się ku ideałowi wynikającemu z koncepcji konkretnego przypadku i interpretacji.¹

Niniejsza praca jest właśnie próbą interpretacji konkretnego przypadku, dotychczas właściwie nie przebadanego na gruncie socjologii i wyjaśnienia, co ów przypadek znaczy dla tych, do których należy. Tym przypadkiem jest zakład fryzjerski. Niniejsza praca nie jest też wolna od „zmaczenia gatunków”, jak nazywa przemieszanie form gatunkowych w naukach humanistycznych Clifford Geertz. Będąca przymiarką do stworzenia studium przypadku przypomina czasem analizę semiotyczną lub antropologiczną, dziennik obserwacji, czy esej. Niniejsza praca powstała z fascynacji miejscem, ale nie pustą przestrzenią, będącą tylko punktem na mapie, lecz miejscem szczelnie wypełnionym znaczeniami, twarzami i relacjami między nimi, miejscem które bardzo silnie pobudza socjologiczną wyobraźnię.

Zakład fryzjerski to przede wszystkim miejsce należące do sfery usługowo-ekonomicznej, jednakże chciałabym przedstawić je z nieco innej perspektywy. Chciałabym pokazać także wymiar symboliczny, a nawet *metafizyczny*. To ostatnie wiąże się z podejmowaniem przez ludzi decyzji, co do kształtu ich życia. Ta perspektywa zrodziła się wraz z moją wizytą w Tupecie, jednym z opisywanych przeze mnie zakładów fryzjerskich w tej pracy, który stał się inspiracją do podjęcia tego tematu w ogóle. Kiedy próbowałam przypomnieć sobie, czego tam doświadczyłam, przed moimi oczyma pojawiło się wiele twarzy, bardzo różnych w mimice i bogactwie grymasów, twarzy zmieniających swe oblicze zarówno poprzez zmianę fryzury, jak i wejście w nową interakcję. W schrystianizowanej Europie fryzjer należał wraz z aktorem do grupy pogardzanych rzemieślników ciała. Fryzjerstwo było „sztuką, która kwestionowała niejednorodność i niepowtarzalność aktu boskiej kreacji”². Dzisiaj fryzjerstwo umożliwia wizualizację siły podmiotowości człowieka poprzez ciało. Człowiek przestaje już wierzyć w podporządkowanie się boskiemu nakazowi, a zaczyna w moc sprawczą ludzkiej woli. Skoro

¹ C. Geertz, *O gatunkach zmaczonych (nowe konfiguracje myśli społecznej)*, przeł. Z. Łapiński, s. 214; [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, pod red. R. Nycza, Kraków 1998, s. 214-235.

² M. Kanabrodzki, *Kapitan i fryzjer. Żywiół materialno-cielesny w utworach Georga Büchnera, Witolda Gombrowicza, Mirona Białoszewskiego, Helmuta Kajzara*, Gdańsk 2004, s. 11.

człowiek nie podważa już boskiego aktu kreacji to każda jego decyzja co do swojego ciała jest aktem kreacji. Decyzje związane z wizerunkiem, stylem życia, tożsamością i konsumpcją są niezwykle istotne. Dlatego jest to kwestia metafizyczna, gdyż obserwując zakłady fryzjerskie i rozmawiając, zarówno z fryzjerami jak i klientami, poruszałam kwestię „istnienia i poznania”.³ W mojej pracy nie odpowiadam na pytania metafizyczne, ale zaznaczam jedynie, że te pytania pojawiają się w zakładzie fryzjerskim. Pozornie wizyta u fryzjera nie ma nic wspólnego z metafizyką. Jednak to tu pojawiają się problemy „istnienia i poznania”, które związane są ze społecznymi warunkami *bycia*.

Rozpoczynając badania nad zakładem fryzjerskim jako miejscem społecznym nie chciałam zawężyć pola interpretacyjnego, tworzyć hipotez, które każałyby mi koncentrować się na konkretnych zagadnieniach, pomijając inne. Wchodziłam bowiem w obszar nieznany, który krył wiele wskazówek, co do tego, jak odczytywać to miejsce, ale też jak widzą i odczuwają je inni. Dlatego zarówno scenariusz wywiadu pogłębionego, na którym opierałam rozmowy z klientami i fryzjerami salonów fryzjerskich, jak i wytyczne dotyczące obserwacji przeprowadzonych przeze mnie w trzech wybranych salonach fryzjerskich, zakładały próbę poznania tego miejsca całościowo. Dopiero zgromadzone dane i ich analiza pozwoliły mi wyszczególnić trzy spojrzenia na zakład fryzjerski, wokół których skupia się problematyka niniejszej pracy. Zdaję sobie jednak sprawę, że pominęłam wiele kwestii, ale moje całościowe spojrzenie wiąże się z owym metafizycznym problemem „istnienia i poznania”. Nie można bowiem rozważać włosów bez powiązania ich z twarzą; nie można twarzy rozważać bez spojrzenia na sieć społeczną, w której uczestniczy jednostka; nie można w końcu nie powiązać sieci społecznej z tożsamością oraz dyspozycjami wytworzonymi w procesie cywilizacyjnym, które wpływają na nasze wybory. Poniżej przedstawiam krótko problemy, na które starałam się odpowiedzieć w tej pracy.

Po pierwsze, w zakładzie fryzjerskim przyglądam się spotkaniu klienta z samym sobą w lustrze w momencie przemiany (znaczącej bądź nie). Taka sytuacja skłania do zadania pytania, kim jestem, bądź kim chcę się stać? Mnie natomiast interesuje dlaczego ludzie dzisiaj w ogóle dokonują transformacji ciała, i czy oznacza to także zmianę ich tożsamości, a przede wszystkim, co wpływa na ich decyzję o zmianie?

³ Zob.: C. Campbell, *Kupuję, więc wiem, że jestem: metafizyczne podstawy nowoczesnego konsumeryzmu*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, „Kultura popularna” nr 4 (18).

Po drugie, widzę zakład fryzjerski jako miejsce społecznego stawania się jednostki. Wykorzystując koncepcję „procesu cywilizacyjnego” Norberta Eliasa szukam odpowiedzi na pytanie, jakie różnice społeczne wytwarzają się poprzez wybór odpowiedniej fryzury lub zakładu fryzjerskiego? Próbuje prześledzić także zmiany jakie na przestrzeni kilkunastu lat dokonały się w obrębie norm dotyczących pielęgnacji i estetyzacji ciała. Skoro w zakładzie fryzjerskim tworzy się jednostkę jako członka społeczeństwa, na podstawie zmian w sposobie jego funkcjonowania oraz w technikach strzyżenia można wnioskować o zmianach zachodzących w całym społeczeństwie.

Po trzecie, uważnie śledzę spotkania w zakładzie fryzjerskim, dzięki którym zawiązują się nowe relacje społeczne: klienta z fryzjerem i klienta z klientem. Przyglądam się, jak dany obszar wydzielony dla tych dwóch rodzajów spotkań (stanowisko fryzjerskie, poczekalnia), wpływa na ich przebieg oraz, czy relacje te zachodzą na siebie? Skupiając uwagę na relacji klienta z fryzjerem zastanawiam się, co przesądza o tym, że w ogóle dochodzi do spotkania tych dwóch konkretnych osób? Dlaczego mając do wyboru tak wiele ofert decydujemy się właśnie na tą? Jak relacja ta się kształtuje w czasie (na przestrzeni lat, jak i czy w ogóle się zmienia) oraz w różnych zakładach fryzjerskich (jakie czynniki mają na to wpływ)? W próbie odpowiedzi na powyższe pytania posłużyłam się koncepcją „czterech kultur” Mary Douglas. Relację klienta z klientem starałam się odczytać używając pojęcia „sieci społecznej” w rozumieniu Johna Urry’ego.

Punktem wyjścia było dla mnie pytanie dlaczego właśnie twarz tak silnie zarysowała się w moim myśleniu o zakładzie fryzjerskim, skoro podejmuje się w nim działania na włosach? Dlaczego możliwa jest manipulacja twarzą poprzez włosy? Inspiracją dla moich rozważań stał się esej Georga Simmla, *Rama obrazu. Próba estetyczna*.

Rozdział 1. Włosy – rama twarzy.

Czytam Simmla *Rama obrazu. Próba estetyczna*. Ramy wyodrębniają jedność z wielości. Jednością może być dzieło sztuki, dusza bądź cały świat. Skoro tak, co oddziela moja duszę od reszty istot ludzkich? Podchodzę do lustra – widzę moje ciało. Ciało - dowód istnienia. Rama duszy. Przyglądam się dokładniej. Ponad ciałem są już tylko włosy. Przypomina mi się „Dawid”, rzeźba Michała Anioła. Piękne, umięśnione, silne, nagie ciało bohatera. Mój wzrok płynie po jego gładkiej skórze od stóp aż do głowy. Ale jest coś, co rozprasza – włosy, wyrzeźbione kunsztownie przez mistrza. Jakby chciały zwrócić na coś uwagę. Czoło, oczy i brwi znajdujące się w obramowaniu bujnej czupryny Dawida wyrażają stan skupienia, jakby bohater rozważał bardzo ważną kwestię. Tworzy się napięcie. Z jego twarzy można wyczytać, co dzieje się w jego umyśle. Jego twarz jest odbiciem jego „ja”. Artysta uchwycił Dawida tuż przed podjęciem decyzji o zmierzeniu się z Goliatem. Stoję przed lustrem zadowolona. Na twarzy pojawia się uśmiech. Wiem. Włosy są tak ważne bowiem są ramą dla twarzy. Wertuję kolejne kartki Simmłowego eseju.

1

Ramy wykluczają z dzieła sztuki całe otoczenie(...)w ten sposób pomagają ustanowić dystans(...).W sferze duchowej dystans jakiegoś bytu wobec nas sygnalizuje, że byt ten jest sam w sobie jednością.⁴

Podobnie włosy stanowią ramę dla twarzy. Ich celowy brak może oznaczać rozpad jedności: uniformizację (wojsko), ujednolicenie (skinheadzi) a nawet dehumanizację – zamknięci w obozach koncentracyjnych więźniowie goleni na łyso, upokarzani, tracili swe twarze, „numery seryjne”⁵ człowieczeństwa nadawane im przez Boga, jedyne, co nas odróżnia od innych przedstawicieli gatunku. Tracili je na rzecz wytatuowanych na ramieniu numerów, które w przeciwieństwie do rysów twarzy, grymasu, uśmiechu czy spojrzenia nie mówiły nic o człowieku. Zmieniały ich w nic nieznaczącą, chaotyczną masę, w zwierzęta prowadzone na rzeź.

⁴ G. Simmel, *Rama obrazu. Próba estetyczna*. [w:] G. Simmel, *Mosty i drzwi: wybór esejów*, przeł. M. Łukaszewicz, Warszawa 2006, s. 106.

⁵ (...)Stwórca włożył do komputera dyskietkę ze szczegółowym programem a potem odszedł.(...)W komputerze nie zaplanowano żadnej Agnes, żadnego Paula, lecz tylko prototyp: *istotę ludzką* produkowaną w długiej serii egzemplarzy, będących zwykłymi pochodnymi pierwotnego modelu i nie mających żadnej indywidualnej istoty. Nie więcej niż ma jej samochód wytworzony w fabryce Renault. Ontologicznej istoty samochodu należy poszukiwać poza tym samochodem, w archiwach konstruktora. Jeden samochód od drugiego odróżnia jedynie numer serii. Numerem na egzemplarzu ludzkim jest twarz, przypadkowy, неповtarzalny zbiór rysów.” M. Kundera, *Nieśmiertelność*, M. Bieńczyk, Warszawa 1995, s.18-19.

Właściwości oprawy wspierają i uzmysławiają tę wewnętrzną jedność obrazu.⁶

Włosy u wielu z nas „wspierają i uzmysławiają” spójność tożsamości i przekazu. Zdaniem Mary Douglas włosy(zaczesane gładko lub zmierzwione) mogą symbolizować opozycję formalny- nieformalny. „Rozróżnienie gładko zaczesany- zmierzwiony oznacza także dokonywanie innych wyborów, takich jak preferowane napoje, preferowane miejsce spotkań i tak dalej. Przewiduje się, że tam gdzie nagromadzą się wybory „zmierzwionej” opcji istnieją mniejsze zobowiązania w stosunku do norm zawodowych.”⁷ A zatem poszczególne kanały przekazu, takie jak wygląd, preferencje czy zawód tworzą spójną narrację. Ich głównym mianownikiem są w przypadku opisywanej dystynkcji włosy. To właśnie jedna z zasad Douglas wiążąca ciało społeczne z ciałem fizycznym : „styl właściwy i przynależny każdemu komunikatowi będzie koordynował wszystkie kanały, którymi jest on przekazywany”⁸. Aby nadać powagi pewnym sytuacjom takim jak ślub, bal maturalny czy chrzciny dziecka, by podkreślić ich znaczenie w naszym życiu, a jednocześnie by uwiarygodnić nasz do nich stosunek, przyjmujemy odpowiednią postawę łącząc w niej wszystkie kanały komunikacji, poddajemy nasze ciało procesowi „modyfikacji”, modelujemy fryzurę dzięki czemu twarz- nasza jaźń, nasze alterego nabiera innego znaczenia. Wszystko zależy od tego jaką ramę(włosy) jej dopasujemy. Aktorzy podczas charakteryzacji do danej roli często zmieniają fryzurę bądź nakładają peruki na swe naturalne włosy. Demi Moore, by wcielić się w rolę oficera Wywiadu Marynarki Wojennej Stanów Zjednoczonych w filmie „G.I.Jane” musiała zgolić swe włosy na tzw. „rekruta”. W odmiennej sytuacji znalazł się Tom Hanks. Grając rozbitka na bezludnej wyspie w filmie „Cast away- poza światem” zmuszony był zapuścić włosy tak, by jego wygląd był spójny z sytuacją, w której się znajdował. Michał Kaleta w spektaklu „Krawiec” Teatru Polskiego w Poznaniu przywdział białą perukę z kucykiem, by jak najbardziej upodobnić się do niemieckiego dyktatora mody Karla Lagerfelda. Wielu aktorów nie może zmieniać fryzury ze względu na odgrywane w teatrze role. Są one dobierane w dużej mierze ze względu na aparycję aktorów. „Nikt mi bezpośrednio nie zakazuje obcinania włosów, ale reżyserowie odpowiednią komentują takie pomysły; takie długie, blond włosy są już rzadkością a bardzo się przydają przy pewnych typach postaci. Wyobrażasz sobie tę czy tę postać bez takich włosów?” – mówi Magdalena Płaneta, aktorka

⁶ G. Simmel, *op. cit.*, s.106.

⁷ M. Douglas, *Dwa ciała*, s.119; [w:] M. Douglas *Symbol naturalne*, przeł. E. Dżurak, Kraków 2004.

⁸ *Ibidem*, s.113.

Teatru Polskiego w Poznaniu. Jakby chcieli powiedzieć: Twoje włosy są nam potrzebne. Jesteś wyjątkowa dzięki swoim włosom.

3

(...)spojenie ramy. W miejscach spojeń wzrok ześlizguje się do wewnątrz; gdy oko przedłuży linię spojeń do idealnego punktu przecięcia uwydatnia się dośrodkowe ukierunkowanie obrazu. Ten efekt wzmacnia się znacznie gdy zewnętrzne krawędzie ram będą nieco podwyższone w stosunku do wewnętrznych tak, że cztery boki tworzą płaszczyzny zbieżne.⁹

Ten opis przypomina porady fryzjera-stylisty, który dopasowuje fryzurę i kolor włosów do kształtu twarzy, karnacji skóry i koloru oczu. Doradzając swemu klientowi, delikatnym ruchem ręki wskazuje poszczególne kości policzkowe, które zostaną uwydatnione przez odpowiednie ścięcie i wymodelowanie włosów. „Fryzura może wydobyć piękno twarzy, uwydatnić zalety i ukryć niedoskonałości.”- czytamy w serwisie moda gazety.pl .

Vidal Sassoon, jeden z modernizatorów fryzjerstwa w latach sześćdziesiątych uczynił popularną geometryczną fryzurę o nazwie „bob”, a twarzą boba była Nancy Kwan. Ważnym elementem tego typu fryzury jest grzywka. W różnych wariacjach, które przybliżają lub odbiegają się do Sassoonowskiego boba, grzywka zakrywa czoło lub je odsłania. Przeglądając książkę *Young European Fashion Designers* także odnosi się wrażenie, że to właśnie czoło pełni dziś główną funkcję mediacyjną między fryzurą a twarzą. Czoło, a zatem grzywka.

To co jest ważne w grzywce to zasłanianie lub odsłanianie części twarzy. Jeśli to twarz jest jednym z najważniejszych elementów bezpośredniej interakcji to właśnie grzywka będzie świadczyła o efekcie końcowym. Paulina, fryzjerka z którą udało mi się porozmawiać, ustalając kształt fryzury zwraca uwagę właśnie na grzywkę:

Najważniejszy jest przód. Ustalam w 90% jak ma klientka wyglądać z przodu. Albo jest to grzywka krótka, albo długa, albo jej nie ma, albo jest asymetryczna. Najważniejszym dla klientki polem widzenia jest przód, gdziekolwiek siebie widzi, w lustrze czy gdzieś, to zawsze się widzi z przodu.

⁹ G. Simmel, *op. cit.*, s. 106-107.

I z tym przodem muszę mieć gwarancję, w czym ona się czuje a w czym nie.

Wtedy mogę dokonywać zmian.

A właśnie o zmianę tutaj chodzi. Grzywka nie tylko jest oglądana oczami innych, ale też jej ułożenie jest widoczne w lustrze podczas ścinania. Nasze pragnienia, co do nas samych najdobitniej uzewnętrzniają się w grzywce. To, co widzimy w lustrze to widok jaki zobaczy nasz rozmówca. Taką świadomość ma inna z moich respondentek, fryzjerka Zosia:

Ja mam bardzo puciołowatą buzię i kiedy nie ma nic ciemnego na twarzy, kiedy nie mam tej grzywki to cała uwaga patrzącego koncentruje się na dolnej części twarzy, na moich policzkach i na nosie. W momencie kiedy mam odsłonięty kawałek czoła to uwaga koncentruje się właśnie tam gdzie wycięte.

Grzywka ma zatem zdolność kierowania wzrokiem innych. To dzięki niej możemy zwracać uwagę na jedne elementy twarzy a inne przemilczeć. Oczywiście kolor, długość włosów albo ich gęstość jest także ważna. W spotkaniach twarzą w twarz to jednak grzywka odgrywa kluczową rolę.

4

Dzieło sztuki jako zmysłowa postać psychicznej jedności, choćby najbardziej indywidualne, gdy wisi w naszym pokoju, nie zakłóca naszych sfer, ponieważ oprawione jest w ramę tzn. ponieważ jest wyspą pośród świata, która czeka aż do niej dotrzemy, ale można też przepływać obok niej i rzucać na nią okiem w przelocie.¹⁰

Włosy, zdaniem ewolucjonistów przeszły długą drogę rozwoju, by odróżnić poszczególnych przedstawicieli danego gatunku. W zależności od zamieszkiwanego klimatu w obrębie danego gatunku zaczęły wyodrębniać się poszczególne rasy. Włosy stały się znakiem rozpoznawczym, który zapobiegał ich niekorzystnemu mieszaniu się. Służyły zatem także jako czynnik klasyfikujący. Określona rama (włosy) dawała wyraźny sygnał, czy można podejść bliżej do danego osobnika, czy lepiej trzymać się z daleka. Naturalna oznaka stała się z czasem kulturowym znakiem, wytwarzanym przez człowieka. Wiele subkultur tworzy dziś specyficzne typy fryzur, które mają wyszczególniać ich członków spośród większej grupy ludzi. Jednocześnie, poprzez odpowiednie ułożenie i kolor włosów, osobom tym, choćby były najbardziej indywidualne, przydziela się określony zestaw cech, charakterystyczny dla danej

¹⁰ *Ibidem*, s. 109-110.

subkultury; wrzuca się je do jednej ramy pojęciowej. Ich fryzury ułatwiają interpretację, pozwalają „przeptywać obok” i czując się bezpiecznie ledwie „rzucić na owe jednostki okiem w przelocie”. Tylko nielicznym chce się podjąć wysiłek i dotrzeć do autonomicznej wyspy, jaką niewątpliwie jest każdy człowiek, niezależnie od ramy, która dopełnia jego obraz, jako członka jakiejś społecznej całości.

5

Jest to (...)pomylenie hierarchii (...) gdy ramie przyznaje się samoistną wartość estetyczną: z uwagi na figuralne ornamenty, własny atrakcyjny kolor, formy albo symbolikę, dzięki którym rama staje się wyrazem samowystarczalnej idei artystycznej. Wszystko to narusza służebną pozycję ramy w stosunku do obrazu.¹¹

Dzisiaj chcemy robić dobre wrażenie, chcemy być kuszący, walczymy o spojrzenie (dostrzeżenie nas przez) innych, ale nie podoba nam się, kiedy próbują wtargnąć zbyt głęboko w nasze prywatne życie, gdy chcą się nam przyjrzeć bliżej. Dlatego włosy przybierając bardzo atrakcyjne, przykuwające uwagę formy, wciąż znajdują się na „służebnej pozycji” wobec ramy. Poprzez swój rozmach i przepych tworzą odrębny byt wobec jedności, którą miały tylko uwypuklać. Jako rzekoma część nas samych, mówią za nas, świadczą o naszej atrakcyjności, ale skupiając całą uwagę na sobie zasłaniają twarz i wytwarzają pożądany dystans.

¹¹ *Ibidem*, s. 110.

Rozdział 2. Zmiana w przemianie.

Włosy na głowie Dawida, rzeźby Michała Anioła, są już produktem, efektem aktu przemiany. Artysta opisując swój proces twórczy stwierdził: „To proste. Bierze się blok marmuru i ociosuje niepotrzebne fragmenty”¹². I tak coś, co kiedyś było tylko kamieniem, kamieniem niewidzialnym bo nieodróżnialnym od innych kamieni, przemienia się w kamień podziwiany i oglądany. Przemiana przekształca, pozwala zobaczyć lub spycha w zapomnienie. Tak też stało się zapewne z ociosanymi fragmentami marmuru, które stały się bezużyteczne. Niepotrzebne części zostały usunięte ukazując ciało Dawida. Fryzjer bierze do ręki nożyczki i kolejno odcina włosy z różnych części głowy, oddziela je od ciała. Najpierw odsłania się kawałek szyi, potem ucho, oko, uwydatniają się kości policzkowe. Włosy lądują na podłodze. W lustrze widać twarz, piękną twarz człowieka – to tu można dostrzec jej piękno. Fryzjer spogląda w lustro, gdzie wzrok klienta spotyka się z jego wzrokiem. Porozumienie zostało zawarte. Fryzjer farbuje włosy na brąz. Twarz się zmienia. Kolor oczu też. Ponoć bruneci są postrzegani jako pewni siebie. Fryzjer bierze lokówkę i zakręca włosy z jednej strony. Lok zasłania oko tak, że spojrzenie staje się zalotne. Kręcone włosy podobno kojarzą się z osobami frywolnymi i zwariowanymi. Dokonuje się akt przemiany, który Zygmunt Bauman nazywa “mocą cudownego przemienienia przedmiotów pospolitych, bezwartościowych i zgrzebnych w szlachetne, piękne i cenne”.¹³ Bezwartościowy blok marmuru przemienia się w ikonę kultury zachodu; sztuki i popkultury. Włosy Dawida są już produktem, zarówno przemiany kamienia w rzeźbę, jak i kamienia w symbol. Pospolita fryzura przemienia się w “pewność siebie”, “frywolność” i “zwariowanie”. Pojęcia łączą się z kolorem, długością i zakręceniem włosa. Materialność splata się z symbolicznością. W zakładzie fryzjerskim dokonuje się akt symbolicznego stwarzania nowej osoby. Każdy, kto do niego przychodzi liczy, że będzie to zmiana na lepsze.

Kiedyś zmian dokonywało się na poziomie horyzontalnym, na osi czasu, będącego częścią świata natury. Podobnie jak we wszechświecie istnieją etapy i momenty przejścia, stadia posuwania się naprzód i okresy przestoju, także ludzkie ceremonie przejścia, związane z rocznym cyklem przyrody, miały swój określony rytm. Koncentrowały się jednak również na cyklu życia człowieka, wytyczały poszczególne etapy rozwoju biologicznego, jak i mentalnego, związanego z życiem społecznym. Oś czasu, po której przesuwały się owe etapy,

12 Cyt. za: Z.Bauman, *Życie na przemiał*, przeł. T. Kunz, Kraków 2004, s.39.

13 *Ibidem*, s. 39.

nazwane przez van Gennep stanami(l'état) nie była ciągła, lecz segmentarna. "Czas i przestrzeń dzielą się w interpretacji ludowej na szereg różnych odcinków"¹⁴, z których każdy zobowiązuje do innego zachowania, czy innego stroju. Takie pośrednie kategorie utrudniają, komplikują ustanowienie jednolitej wizji świata. By zachować spójność osi czasu, tak istotną dla podtrzymania poczucia życia jako całości o niezmiennym porządku należało znaleźć łącznik. Jego funkcję doskonale spełniał właśnie obrzęd przejścia. Nakładał bowiem przeszłość na przyszłość. Służył on także jako jeden z czynników reprodukcji systemu, był bowiem powtarzalny. Wytwarzał poczucie trwałości rzeczy. Jest jak jest, bo tak być powinno. Van Gennep podzielił obrzęd przejścia na trzy fazy: faza wyłączenia ze stanu dotychczasowego (separacji), faza okresu przejściowego(marginalna) i faza włączenia do stanu następnego (integracji). To kompletny schemat rytuałów w teorii. W praktyce poszczególne fazy różnią się, co do ważności i stopnia rozwinięcia. Dokładną ilustrację fazowości rytuału przedstawiam poniżej na przykładzie tradycyjnego obrzędu weselnego. Wcześniej jednak chciałabym, w zgodzie z upływem czasu, przeanalizować pierwszy z ważniejszych rytuałów przejścia, któremu poddawany był człowiek w ciągu swego życia. Obrzędy często łączyły się ze zmianami wprowadzanymi w ciało. Pozostawiały one trwalszy, niż pojedyncza sytuacja ślad. Przez długi czas przypominały jeszcze o ważnym wydarzeniu.

Już od wieków średnich aż do wieku XIX na ziemiach europy zachodniej intuicyjnie dokonywano tego, o czym humaniści (m.in. Jacques Lacan) pisali dopiero w XX stuleciu. Zabraniano czesania, mycia i obcinania włosów nowonarodzonym. Te czynności są bowiem pewnym rytuałem społecznym, rytuałem człowieka świadomego, poddanego obowiązującym normom. Podkreślano w ten sposób, iż narodziny dziecka są początkiem jego życia w sensie fizycznym, a w sensie społecznym jego obecność przychodzi nieco później. Jak pisał za Lacanem Paweł Dybel, dziecko w początkowej fazie rozwoju nie jest w stanie określić się jako byt samodzielny i autonomiczny. "Czuje się rozbite, rozproszone, pokawałkowane w swym ciele."¹⁵ Z takimi cechami jest też kojarzona substancja włosów, które dobrze obrazowały wewnętrzny stan dziecka. Z pozostawionych włosów, sklejonych brudem i tłuszczem formowała się ciemieniucha. Przyrost włosów, bardziej niż w przypadku pozostałych części ciała, jest procesem wizualnym. To jednoznaczna wskazówka: czas mija! Dzięki włosom widoczny stawał się okres dojrzewania dziecka. Pozwalano im rosnąć do

14 L. Stomma, *Antropologia kultury wsi polskiej XIX wieku*, Gdańsk 2000, s.97.

15 P. Dybel, *Studium lustra*, s.721; [w:] *Antropologia widowisk*, red. i wstęp L. Kolankiewicz, oprac. A. Chałupnik, W. Dudzik, M. Kanabrodzki, Warszawa 2005.

momentu, w którym dziecko zaczynało mówić (zazwyczaj trwało to od roku do trzech lat). Wejście dziecka w sferę języka to „«miejsce», w którym człowiek wykracza poza dualistyczną, narcystyczno-agresywną logikę świata własnej wyobraźni, ucząc się dystansu wobec siebie – wobec własnego lustrzanego Ja i innych.”¹⁶ Stawało się już wówczas samodzielne, mogło bowiem artykułować swoje potrzeby i komunikować się z innymi członkami społeczeństwa. Potrafiło chodzić i miało większą odporność. Wówczas ojciec dziecka, bądź inny mężczyzna z “ciężką ręką”, dokonywał uroczystego aktu odcięcia ciemieniuchy. Włosy dziecka, bezkształtne i posłuszne prawom natury poddawano prawom człowieka cywilizowanego, nadawano im formę przy użyciu narzędzi stworzonych ludzką ręką. Oznaczało to jednocześnie akt przejścia od nieokreślonej istoty, jaką było dotychczas dziecko do świadomego członka danej rodziny, czy społeczeństwa. Podczas rytuału nadawano także imię dziecku, co wytwarzało jego odrębną tożsamość.

Jednym z kolejnych etapów na życiowej drodze było wejście w związek małżeński i założenie własnej rodziny, a zatem wejście w dorosłość. Także to przejście trzeba było załagodzić rytuałem. I tu działania na włosach stanowiły główny element. Na Rusi Czerwonej kandydatka na żonę, bo na niej skupimy chwilowo uwagę, “na kilka dni przed weselem wyruszała z domu by spraszać gości i prosić o błogosławieństwo. Zanim jednak wyszła, brat rozplatał jej włosy i zabierał wstążkę, zaś drużba włosy rozczesywał”.¹⁷ Rozpleciny to moment, w którym dziewczyna przestawała być panną, była magicznie wyłączana, uwalniana ze stanu panieństwa, tak jak symbolicznie uwalniane były jej włosy wraz z rozplątaniem wstążki. “Po ślubie i pokładzinach sadzano młodą na kolanach męża, a on nożem ucinał jej warkocz”. Potem wkładano jej na głowę czepiec. Był to moment odcięcia od przeszłości, moment magicznego zamknięcia w stanie małżeńskim. Ciekawym wydaje się próba odpowiedzi na pytanie, kim kobieta była między pierwszą i ostatnią fazą obrzędu? Niewinną panną była do rozplecin, żoną, o wyraźnie określonych normach zachowania od oczepin. Faza marginalna trwała najdłużej. Victor Turner interpretując teorię obrzędów przejścia Arnolda van Gennepa poświęca jej najwięcej miejsca. “Podczas etapu liminalnego osobę, która poddawana jest przejściu, charakteryzuje dwuznaczność: przemierza kulturową rzeczywistość, mając jedynie nieliczne, albo i żadne, atrybuty przeszłego lub nadchodzącego

¹⁶ *Ibidem*, s. 719.

¹⁷ Cyt. Za: A. Targowska, *Symbolika włosów i manipulowanie włosami w kulturze ludowej*, "Lud" 1998, t. 82, s.162.

stanu”.¹⁸ “Wszystko toczy się tak, jakby została ona sprowadzona do jednakowej kondycji, po to by następnie zostać na nowo wymodelowana i wyposażona w moce, dzięki którym będzie umiała sobie poradzić w kolejnych etapach życia”.¹⁹ Włosy przyjmowały po rozplecinach bezkształtną formę. Jediną przynależność, którą mogły wyrażać to nieokiełznany świat natury. Energia w nich przechowywana znajdowała na te parę dni ujście. To przygotowanie do przejścia do kolejnego etapu w porządku społecznym. To moment uświadomienia sobie istnienia owego porządku poprzez doświadczenie nieładu, nieprzynależności. Jednocześnie rozpuszczone i wyczesane włosy mogły symbolizować otwarcie na kulminację wesela. Mąż obcinając pannie młodej włosy nadawał im kształt godny baby, tj. małżonki. Nakładając czepiec nakładał obowiązki związane ze stanem małżeńskim oraz zamykał rytuał. Zatem obrzęd postrzyżyn to także wyraźny znak męskiej dominacji. O zmianach w życiu kobiety często decydował mężczyzna.

Kiedyś, zmiana była uwarunkowana albo lepiej zdeterminowana znaczeniami społeczności, w której przyszło jej żyć. W obrzędach uczestniczyła często cała wioska. By przejście dokonało się, potrzebne było przyzwolenie społeczne. Potrzebny był świadek, który potwierdzał, że zmiana nastąpiła. Dlaczego wykorzystywano właśnie włosy? Włosy z racji swego umiejscowienia na czubku głowy, są jej częścią najbardziej widoczną. Poprzez swą długość materializują także upływ czasu. Obrzędy były zinstytucjonalizowanymi procesami, względem których jednostka pozostawała w większości bierna. Bierna bowiem odnajdywała wyzwolenie w podporządkowaniu się społeczeństwu, czyli sile, która broniła go przed ślepych i bezrozumnych siłami fizycznymi. Emil Durkheim nazywał ten stan “wyzwalającą zależnością”.²⁰ Ten porządek wyznaczały także rytuały przejścia, zapewniając jednocześnie poczucie ontologicznego bezpieczeństwa. Tworzyły one, używając Giddensowskich terminów, “kokon ochronny”²¹, który budował dla jednostki “ontologiczne ramy rzeczywistości zewnętrznej”.

Dziś zmian dokonuje się w wielu różnych kierunkach, ale najrządziej jest to oś natury, kształtowana także przez czas. Bowiem jest to oś z góry narzucająca tempo czy moment

18 V. Turner, *Proces rytualny*, przeł. I. Kurz, s.121; [w:] *Antropologia widowisk*, red. i wstęp L. Kolankiewicz, oprac. A. Chałupnik, W. Dudzik, M. Kanabrodzki, Warszawa 2005.

19 *Ibidem*, s.122.

20 Cyt. za: Z. Bauman, *Płynna nowoczesność*, przeł. T. Kunz, Kraków, Wydawnictwo Literackie 2006, s.32.

21 “Kokon ochronny (*protective cocoon*) : defensywna ochrona, która nie dopuszcza potencjalnych zagrożeń ze świata zewnętrznego i znajduje oparcie psychiczne w podstawowym zaufaniu” - A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość : "ja" i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2001, s. 315.

zmiany. Jest to oś, na której wyraźnie zaznaczone są pewne całości; to ludzkie życia, przypominające o pewnych koniecznych etapach, narzuconych nam z góry przez biologię, mające bowiem swój początek, ale też koniec. I właśnie owa konieczność, nieuniknioność upływu czasu wprawia człowieka współczesnego w zakłopotanie, sprawia, że nierzadko wypiera on tę myśl. Nie chcę w ten sposób powiedzieć, że odcina się on od czasu. Wprost przeciwnie, jego działania wciąż są na niego silnie ukierunkowane. Różnica jest jednak znaczna. W społeczeństwach tradycyjnych człowiek podporządkowywał się biegowi czasu. Współcześnie staje z nim do walki. Jedną ze strategii walki z czasem biologicznym jest odwrócenie strzałki na osi. Zmiany, których dokonuje, głównie manipulując swoim ciałem, cofają go do przeszłości, a uściślając – do młodości. Potrafi oszukać czas. Siwe włosy, będące ewidentną oznaką procesu starzenia pokonuje farbami do włosów tak, by wyglądały na zdrowe i mocne. Dodatkowo stosuje kuracje odżywiające włosy, przywracające im połysk:

K(52): Fryzjer aplikuje mi zawsze jakieś ampułki przeciwko starzeniu się włosów. Ewentualnie sama stosuję jakieś zabiegi, czy maseczki odżywiające włosy i nadające im połysk, jako, że moje włosy, z racji wieku, są już zniszczone.

Także na wypadające włosy, przypominające o tykaniu zegara biologicznego, na szczęście znalazł się już sposób: płyn na porost włosów, który cieszy się zresztą coraz większą popularnością (coraz częstsze reklamy telewizyjne, plakaty reklamowe w aptekach, czy zainteresowanie tym tematem na forach internetowych). Symptomatyczna jest także konwergencja technik walki z upływającym czasem. Szampony dwa w jednym albo nawet trzy w jednym są zarówno farbą do włosów, wzmacniają ich strukturę (od samych cebulek aż do końcówek) i nadają włosom połysk. Zdrowie, piękno i młodość dostępne są w jednym produkcie. Podobnie jest z całym zabiegiem łączącym w sobie “jakieś ampułki”, “jakieś zabiegi” oraz jakieś “maseczki”. Przemiana zniszczonego w piękny i zdrowy włos nie jest tylko jednorazowym zabiegiem. To ciągły proces, tak jak ciągłym procesem jest starzenie biologicznego ciała. W ten sposób to, co symboliczne nakłada się na to, co biologiczne. Tego drugiego nie można cofnąć, natomiast to, co symboliczne jest oczywiście plastyczne. Ciało walczące ze starością także staje się plastyczne. Włosy nie są materialnym wskaźnikiem starości i upływu czasu. Nie są już wskaźnikiem kolejnych etapów, które człowiek musiał przejść w społeczeństwach przednowoczesnych. Włosy są wskaźnikiem nostalgii za młodością. To właśnie włosy, które są najbardziej plastycznym elementem ciała ludzkiego, wskazują na nostalgię za czasem już minionym. Odwrócenie osi nie polega tylko na

zatrzymaniu czasu, zakonserwowaniu piękna ciała w jakimś etapie życia, na przykład młodości. To znaczyłoby, że etapy na linii horyzontalnej obowiązują, ale ich znaczenie i ich ważność została odwrócona. Znaczyłoby to, że to nie etapy późniejsze, które kojarzone są z mądrością i ucłowieczeniem, wyznaczały sens życia, ale czyniłyby to etapy wcześniejsze. Odwrócenie osi raczej wskazuje na przejściu z natury w kulturę, z materialności w symboliczność. W społeczeństwach dawnych to biologia i natura tworzyła sens i znaczenie życia. W naszym społeczeństwie to symbol i kultura je wytwarzają. Odwrócenie osi nie jest zatem prostym odwróceniem wektorów, ale zmianą współrzędnych osi. To już nie współrzędne z zewnątrz organizują społeczeństwo, ale współrzędne wewnętrzne. Możemy, za Giddensem powiedzieć, że charakterystycznym rysem społeczeństw nowoczesnych jest “dążenie do wytwarzania sfer aktywności uporządkowanych wyłącznie według zasad obowiązujących wewnątrz nich samych (...) choroba i śmierć, dawniej wyznaczające granicę między tym, co społeczne a tym, co biologiczne, podlegają coraz dalej idącej socjalizacji i zostają ukryte przed ludzkim wzrokiem”²². Socjalizacja to ukulturalnienie biologii. Włosy, które kiedyś wyznaczały granice między etapami życia człowieka, teraz socjalizowane unieważniają to, na czym wsparte były obrzędy przejścia. Unieważniają biologię. Jako że to, co symboliczne ma charakter procesu, wtapia się w życie biologiczne, stając się naturą. Dlatego włosy są wskaźnikiem nostalgii, gdyż procesy biologiczne nie zatrzymały się. Ciało starzeje się, wciąż przypominając, że to, co teraz jest naszym udziałem, za chwilę takie może nie być. Jeśli nie zajmiesz się włosami, to stracisz coś raz na zawsze. Zaniedbane włosy dodatkowo obnażają fakt, że ta obietnica młodości, albo lepiej życia, jest nie do spełnienia. Wstręt do zniszczonych włosów bierze się z utraty marzeń, nie o wiecznej młodości, ale o wiecznym życiu. To życie jest obiektem nostalgii. Włosy siwiejące się i blaknące wskazują na napięcie między biologią i symbolicznością. Wskazują, że wektory nie mogą być odwrócone, wskazują na to, że zarówno kultura i natura to osi wpisane w inny zestaw współrzędnych. I to napięcie pomiędzy tymi dwoma osiami jest miejscem nostalgii. Jest to nostalgia za życiem, za życiem ciała biologicznego. Odwrócenie osi zesłało nową obietnicę zbawienia, które nie jest do zrealizowania. Jest to obietnica życia, ale to życie przebiega na obu osiach: biologii i kultury. Znaturalizowana oś kultury musi być wspierana przez “jakieś ampułki”, “jakieś zabiegi” oraz jakieś “maseczki”, aby zatuszować oś biologiczną. Ale jest to obietnica życia, a życie jest wpisane w czas ciała biologicznego. Dlatego obietnica kultury jest nostalgią za biologią.

22 Giddens, *Przemiany intymności. Seksualność, miłość i erotyzm we współczesnych społeczeństwach*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2007, s.206-207.

Strategie walki mogą być różne. Nawet zakup cudzych włosów w celu zagęszczenia własnych wzbudza już coraz mniejsze kontrowersje.

K(48): Absolutnie by mi nie przeszkadzało, żeby ktoś nosił moje włosy albo, żebym ja nosiła czyjeś. Fryzjerka zapytała, czy może wziąć tego mojego długiego koka. Zgodziłam się. Ja go nie chciałam, bo po co? To naturalne i oczywiste, powinniśmy się dzielić z innymi. Sztuczne włosy na mojej głowie na pewno by spowodowały, że czułabym się bardziej pewna siebie.

Nie trudno się dziwić takim zabiegom. Włosy są bowiem obrazem naszego stanu zdrowia, a co się z tym wiąże, wieku.

B: Włosy mogą być odbiciem naszego zdrowia i wieku. Większość kobiet po 50-tce czy 60-tce to ma już włosy słabe. Ta menopauza przychodzi. Tracimy włosy na czubku głowy. No i siwiejemy (śmiech).

Oczywiście zabiegi te są kosztowne, a więc przyczyniają się do wyostrenia kolejnych podziałów, tworząc ze starości temat tabu. Nostalgia za życiem jest kompilacją strategii różniących się przede wszystkim ceną. Po pierwsze reklama, zwłaszcza telewizyjna, wykorzystuje tę strategię dla sprzedaży produktów umożliwiających walkę z czasem. W zależności od ceny produktu ta walka, czyli zachowanie życia, będzie skuteczniejsza. Oczywiście nie jest tak, że myjąc włosy droższym szamponem przedłużam sobie życie. Chodzi raczej o poczucie zachowania życia, że życie trwa bardziej niż kiedykolwiek. Po drugie sam dostęp do produktów jest subsydiowany. Nie mogą sobie pozwolić na ten dostęp wszyscy. To nie osoby starsze, ale osoby bez kapitału są dziś tymi, których nie stać na bycie młodym, którzy nie mogą poddać się odnowie biologicznej na starych wyglądają. Sofia Loren (dziś ma 78 lat) jest osobą młodą. To brak możliwości realizacji siebie (zarówno ze względu na nie posiadanie kapitału jak i presję społeczną związaną z nostalgią za życiem) sprzedaje społeczeństwu ludzi starych. Są oni często spychani na margines społeczny, są bezużyteczni.

Manipulacja włosami jest także doskonałym przykładem na zindywidualizowany charakter zmian, których dokonuje się współcześnie. To jednostka przejmuje panowanie nad swoim życiem i tempem zmian, których jest już nie przedmiotem, lecz podmiotem. I tu zarysowuje

się dzisiaj główna oś przemian. Jest nią podmiotowość jednostki. To oś wertykalna (w opozycji do osi horyzontalnej, osi czasu będącego częścią świata natury). Kiedyś życie człowieka, a w szczególności jego ciało było mu dane jako określony byt fizjologiczny. "Ciało przynależało do świata natury i człowiek miał jedynie nieznaczny wpływ na jego funkcjonowanie".²³ Współcześnie ciało jest wyzwolone spod władzy natury, a jego emancypacja umożliwiła jego refleksyjne kształtowanie. Formowanie tożsamości człowieka przebiega już coraz rzadziej w zgodzie z cyklem wyznaczonym przez życie społeczne. Zdecydowanie częściej głos ma tu wola jednostki. Mam wybór. Dokonuję zmiany, bo tego chcę. Tak się właśnie stało w życiu Betty Friedan.

Wyszła za męża, urodziła dzieci i prowadziła życie gospodyni domowej z przedmieścia, cały czas tłumiąc wątpliwości co do braku celu w życiu, aż wreszcie wyzwoliła się z tego stanu, kiedy uświadomiła sobie i podjęła kwestię własnej tożsamości oraz, że ma potrzebę spełnienia się gdzie indziej.

W 1966 roku założyła Narodową Organizację Kobiet (NOW), pierwszą i największą organizację feministyczną w Stanach Zjednoczonych, walczącą o prawo do aborcji, równe płace i dostęp do awansu, a także urlopy macierzyńskie.

Głęboki niepokój tożsamościowy Betty Friedan ujawnił się, jak sama jasno pokazuje, tylko dzięki temu, że przed kobietami otworzyło się wiele możliwości działania.²⁴

Czesław Miłosz w zbiorze esejów, *Widzenie nad Zatoką San Francisco* pisze:

Moja francuska znajoma(...)przejechawszy kontynent [Stany Zjednoczone] tak streściła swoje obserwacje: «Boże, jakie nieszczęście.» Nie musiała mi tłumaczyć, co chce przez to powiedzieć. I ja, i ona zakładamy bowiem, że człowiek jest potencjalnością, i że źle, jeżeli ta jego potencjalność jest zahamowana do tego stopnia, że nawet język ,w jakim mógłby wyrazić swoje dążenie jest mu odjęty, zastąpiony przez spływający i fałszujący język masowych środków przekazu.²⁵

23 A. Giddens, *Nowoczesność i tożsamość...*, s. 296.

24 *Ibidem*, s.295.

25 C. Miłosz, *Widzenia nad Zatoką San Francisco*, Kraków 2000, s.150.

Można by zapytać jak powyższy fragment odnosi się do kierunku przemian w życiu człowieka? Zaznaczone są tu wyraźnie dwie opcje dominujące w świecie współczesnym: potencjalność jednostki i jej brak odporności na impulsy dopływające z zewnątrz.

Potencjalność jednostki tkwi w niej od początku ludzkości. Jednakże świadomość potencjalności jako pola możliwości, pola, którym może sama rozdysonowywać, decydując o kolejnych “przejściach”, a także szansa realizacji owej potencjalności i potrzebne do tego narzędzia, to wynalazki nowoczesności. Nieco upraszczając, wytyczając dwa bieguny owej potencjalności: jednostka może ją wykorzystać, przejąć nad nią kontrolę, bądź zagubić się i/lub pozwolić by kontrolę przejął ktoś inny. Jako, że rzeczywistość społeczna nie jest czarno-biała poniżej przytoczone przykłady będą się tylko bardziej lub mniej zbliżały do owych biegunów.

Przypadek pierwszy. Jednostka jest suwerenna. Jest refleksyjna, w powszechnym rozumieniu tego słowa, a zatem kontroluje swoje działania. Jednakże w ramach porządku posttradycyjnego pojawia się nieskończenie wiele możliwości działania. Dlatego jej cechą jest przede wszystkim refleksyjność w rozumieniu Giddensowskim, gdzie “«ja»[rdzeń jaźni] staje się refleksyjnym projektem”, a wygląd zewnętrzny głównym elementem tego projektu. Jedną z moich respondentek opisuje swoją drogę dochodzenia do własnego projektu „ja”.

K(30): Fryzura, którą teraz mam jest tylko stanem przejściowym do fryzury, którą gdzieś tam sobie upatrzyłam jako finalną. Teraz czekam aż włosy odrosną i się odżywią. Jestem tradycjonalistką. Dlatego marzę o włosach długich, prostych, do ramion, z grzywką na bok. Nie lubię ekstremalnych kolorów, nienaturalnych cięć, wszystko ma wyglądać jak by było naturalne i zdrowe. Włosy muszą być zdrowe. (...). Poniekąd mam wypracowane, w czym mi jest dobrze, w czym dobrze wyglądam. Każdy ma w swojej głowie pewien wizerunek, dąży do niego, chce mieć na głowie to i to. Na pewno wpływ mają media kolorowe, jakieś gazety, telewizja. To się zmienia, to nie jest jeden i ten sam wizerunek przez cały czas. Na pewno na zmianę tego wizerunku mają wpływ jakieś tam trendy. To się dzieje, to się gdzieś myśli. Często coś podpatruje na ulicy u drugiej osoby, czy w gazecie. Ale nie siadam i nie przeznaczam sobie godziny na przeglądanie gazet i szukanie wizerunku, nie.

Dążenie do własnego wizerunku to jest pewien proces, nad którym jednostka pracuje. Poszukuje, testuje. Nie zadowala się podsunętym w gazecie dla pań jednym wizerunkiem. Dostarcza ich choćby krótka przechadzka po mieście. “Często coś podpatruję na ulicy” –

mówi moja respondentka. Miasto jest przestrzenią przyjemności wizualnej. Pozwala nam bezkarnie przyglądać się innym, doszukiwać się, czego się jeszcze nie spróbowało. To zdaniem Simmel'a klucz do konstruowania własnego stylu życia. Dodatkowo miasto pozwala nam być kimkolwiek chcemy; zapewnia nam poczucie anonimowości.

Kiedyś zmiany tożsamości, jak choćby przytoczony wcześniej obrzęd oczepin, były wyraźnie zaznaczone społecznie, przebiegały niemal identyczne z pokolenia na pokolenie. "W układach nowoczesnych zmiany tożsamościowe wymagają odkrywania i konstruowania w ramach refleksyjnego procesu, w których przemiana osobista przeplata się ze społeczną".²⁶ Jesteśmy tym, co z siebie zrobimy. Potrzebujemy jednak narzędzi do wytwarzania tożsamości. I tu ujawnia się nasza zdolność do odnajdywania i selekcjonowania wpływów zewnętrznych. "Refleksyjność nowoczesności oznacza, że większa część społecznej aktywności (...) jest systematycznie poddawana rewizji ze względu na nowo zdobyte wiadomości lub nabytą wiedzę".²⁷ Wiedza ta opiera się jednak na "metodologicznej zasadzie wątpienia". "Kaźda doktryna naukowa (...) jest otwarta na rewizję – i moźe zostać w całości odrzucona – w obliczu nowych idei i odkryć"²⁸. Owa wiedza znajduje wiele kanałów i źródeł, którymi przedostaje się z zewnątrz w sferę bycia jednostki. W przypadku mojej respondentki są to gazety i telewizja. Proces budowania tożsamości jednostki to właśnie refleksyjne porządkowanie narracji, włączanie owej wiedzy w pole jednostkowego działania i umiejętna jego reorganizacja. Złożoność i ogromna ilość nowo napływających informacji, które przyczyniają się do nieustannych zmian rzeczywistości społecznej mogą sprzyjać fragmentaryzacji, ale jak zauważa Giddens, także integracji tożsamości. Konieczność ich wyselekcjonowania zmusza bowiem do autorefleksji, do podjęcia decyzji (ryzyka?), opowiedzenia się za konkretnym stylem życia, wyborem odpowiedniego "systemu eksperckiego"²⁹, co sprzyja świadomej budowie ciągłości tożsamości. Za podstawowy środek utrzymania owej ciągłości Giddens uważa ciało, ale ciało podlegające uregulowanej kontroli. Jest ono nośnikiem woli jednostki, co sprawia, że "ja" jest cały czas na widoku, w tym sensie, że jest ucieleśnione. Respondentka jest tradycjonalistką i zaznacza to poprzez dobór odpowiedniej fryzury. Długie, proste włosy o naturalnym kolorze pozwalają jej osiągnąć typową, kobiecą fryzurę, która nie wyróżnia z tłumu. Jak zauważa Giddens „zarówno planowanie, jak i wybór jakiegoś stylu życia wiążą się (z zasady) z poddawaniem ciała

26 A. Giddens, *op. cit.*, s. 47.

27 *Ibidem*, s. 29.

28 *Ibidem*, s. 30.

29 "Systemy eksperckie (*expert systems*): systemy wszelkiej wiedzy specjalistycznej opartej na regułach proceduralnych i przekazywane jednym jednostkom przez drugie". - A. Giddens, *op. cit.*, s. 317.

pewnym reżimom”.³⁰ “Moje włosy muszą być zadbane, dopasowane do charakteru pracy”- podkreśla respondentka. Często spotyka się z klientami. A zatem jej działania wciąż ukierunkowane są społecznie, z myślą o innych patrzących. Musi dzięki włosom udowodnić, że sprawuje kontrolę nad ciałem.

Wydaję dużo pieniędzy na kosmetyki do włosów. Kupuję je przez Internet ze Stanów. Żeby być zadowolonym. Teraz bardzo ubolewam, bo czekam wciąż na paczkę i muszę się zadowolić polskimi produktami. Czuję się przez to jakby brudna, jakby coś było nie tak. Że te moje włosy nie są dobrze potraktowane.

Chcąc być wiarygodnym należy zachować spójność narracji, czyli poszczególnych jej komponentów. Konsekwencja w działaniu to warunek podstawowy. Grant McCracken, w książce “Big Hair” opisuje przypadek Janet, która prowadzi gospodarstwo domowe, jest matką dwójki dzieci i im poświęca prawie cały swój czas. Ale przyszedł moment w jej życiu, gdy stwierdziła, że to jej nie wystarcza, że potrzebuje zmiany, oderwania się od codzienności. Chciała wyjechać do Paryża. Bała się jednak zostawić rodzinę na dłużej. Wtedy koleżanka podpowiedziała jej, że może przefarbować włosy. Zawsze marzyła o rudych. Zrobiła to. Czowała się wspaniale. Nie zmieniła jednak pozostałych komponentów. W oczach wszystkich wciąż była ugłaskaną “kurą domową”. Dlatego spotkała się z ostrą reakcją ze strony bliskich. Nikt nie zaakceptował jej nowego koloru włosów. “Hej, próbuję tylko być na czasie lat 90-tych” – broniła się. “Spróbuj najpierw lat 80-tych” – odpowiedziała jej kuzynka.³¹ Kobieta, która nigdy nie zwracała uwagi na modę, której ciało pozostawało w niezmienionym kształcie przez długi czas, nagle dokonała drastycznej zmiany. Szybko powróciła jednak do swojego naturalnego koloru. Nie miała w sobie tyle siły przebiccia, by za zmianą włosów podążała zmiana stylu życia. A może nie była jeszcze gotowa? Może jej otoczenie nie było gotowe?

Przypadek drugi. Jednostka nie radzi sobie z szybkim tempem przemian i z nieskończoną ilością możliwości działania, a przede wszystkim z presją podmiotowości, kiedy to indywidualnie odpowiada za swoje czyny. Zygmunt Bauman tak opisuje stan po drugiej stronie bieguna potencjalności: “Nowoczesne społeczeństwo istnieje za sprawą nieustannego procesu «kształtowania indywidualności». «Indywidualizacja» oznacza przemianę ludzkiej tożsamości z «danej» w «zadaną» i obarczenie jednostek odpowiedzialnością za realizację

30 *Ibidem* s. 142

31 G. McCracken, *Big Hair. The journey into the transformation of self*, New York 1995, s. 22.

zadania oraz za wszelkie konsekwencje (i skutki uboczne) tej realizacji.” - pisze w swej książce “Płynna nowoczesność”. W świecie wolności wyboru nikt nie może z niego zrezygnować. Owa potencjalność, opisywana wcześniej jako wynalazek nowoczesności nagle staje się przymusem, ciężkim krzyżem, z którym każdy musi zmagać się sam. Pisząc o indywidualizacji w rozumieniu Ulricha Becka, Bauman określa ją jako “trwający i niedokończony proces, posiadający swoje kolejne etapy, rządzący się jednak zmienną logiką nagłych zwrotów, która zamiast prowadzić do z góry wytyczonego celu lub punktu przeznaczenia, wiodła raczej ku wciąż umykającej linii horyzontu”.³² Podobnej presji uległa młoda dziewczyna, której przypadek opisuje w swej książce Anthony Giddens:

Zaczęłam się przebierać w dziwaczne ciuchy, z wyprzedaży i własnej roboty. I makijaż – nietypowy makijaż – białe albo czarne usta, ciemne powieki w agresywnych kolorach. Wydepilowałam brwi i natapirowałam włosy. Mama była oburzona. Krzyczała na mnie i zabroniła mi tak wyjść z domu, więc ubrałam się normalnie, ale w autobusie znowu się przebrałam. To były tylko pozory; w środku byłam przerażona i samotna, jednak rozpaczliwie chciałam być sobą, powiedzieć, kim jestem, wyrazić swoją prawdziwą naturę.

Poszukiwała sposobu na wyrażenie siebie. We współczesnym świecie trzeba być kimś, kimś niepowtarzalnym, o wyjątkowej osobowości. Myślała, że odnajdzie ją w zewnętrznosci, bo przecież, jak pisałam już wcześniej, ciało to wizualizacja “ja”. Tak przynajmniej uczą nas media. To jednocześnie najprostszy i najszybszy sposób na przemianę. Jednakże ostry makijaż i natapirowane włosy okazały się wieść ją właśnie ku umykającej linii horyzontu. Dziewczyna zasłoniła tylko swoje lęki. Chciała odsłonić swą prawdziwą naturę, ale wybierając taki styl ubioru i fryzury tylko coraz bardziej się od niej oddalała.

Nowoczesny świat, pisze Bauman, to świat przeniknięty bezwzględny pragnieniem zaprzeczenia swojej *memete* (jakby to ujął Paul Ricour) – swojej to-samości, pragnieniem samostnego odróżnienia się od tego, czym się jest, przekształcania się i dalszego przekształcania tego, co przekształcone.³³

To jakby stan permanentnej liminalności. Zmiana jest zerwaniem i wyłączeniem ze stanu wcześniejszego. Rzeczywistość progowa to moment pomiędzy. Jest ona dynamiczna,

32 Z. Bauman, *op. cit.*, s.49.

33 Z. Bauman, *Życie na przemiast*, s.41.

nieciągała, rozchwiana – dominuje w niej prowizoryczność. Takie cechy posiada świat współczesny nazwany przez Baumana “płynną nowoczesnością”. Brakuje dziś rytuału, który bezpiecznie przeniósłby nas w fazę włączenia do stanu następnego. Także, co zresztą wydaje się jeszcze istotniejsze, sam stan, do którego prowadzi zmiana jest bliżej nieokreślony. Dlatego tkwimy w fazie progowej. Pozornie wydaje się ona całkiem atrakcyjna. Tu możemy być każdym, bo nigdy nie określamy się całkowicie, nie deklarujemy się na stałe. Stąd tak chętnie zmieniamy fryzury; włosy w przeciwieństwie do ciała zmodyfikowanego przez operację plastyczną, czy tatuaż szybko odrastają. Dają szansę kolejnych poszukiwań i prób przejścia. Ta sytuacja nie do końca odpowiada opisywanej przez Turnera fazie liminalnej, w której jednostka zostaje pozbawiona oznak społecznego prestiżu, statusu, rangi, zostaje jakby ogołocona. Wizyta u fryzjera daje od razu szansę “wejścia” (albo przynajmniej pozwala zachować takie wrażenie), jednakże furтка pozostaje wciąż niedomknięta. Fryzjer jest wentylem bezpieczeństwa, który szybko i bezboleśnie pozwoli nam się wydostać z sieci powiązań i zerwać maskę. To tam “powstają i rozsypują się sklecone naprędce alternatywne światy i alternatywne osobowości”.³⁴

Co może być przyczyną takiego obrotu spraw? Owo pozostawienie jednostki samej sobie. Kiedyś jednostka poddana normom społecznym, nawet jeśli była przez nie częściowo zniewolona to tylko dlatego, że społeczeństwo dawało jej bezpieczeństwo i możliwość przewidzenia zachowań innych. Nieprawdą byłoby stwierdzenie, że dziś normy zniknęły zupełnie. Jednakże ich “brak, czy już tylko nieprzejrzystość jest najgorszym, co może przydarzyć się ludziom, którzy zmagają się ze swym losem”.³⁵ Anomia to jedna z najniebezpieczniejszych konsekwencji rozwoju nowoczesności. Pozostawia bowiem człowieka w ciągłej niepewności i obawie. “Porzucicie wszelką myśl o całości – zarówno przyszłej, jak i przeszłej – wy, którzy wstępujecie do świata płynnej nowoczesności”³⁶ – apeluje ironicznie Bauman.

Koncentracja na osi wertykalnej, czyli podmiotowej, która jest w tym ujęciu delikatna, krucha i popękana grozi zaprzątnięciem jednostki jej własną tożsamością. To zaburzenie charakterologiczne Sennett nazywa narcyzmem. Twierdzi, że jest to wina alienacji nowoczesnego życia społecznego i końca sfery publicznej. Jednostka narcystyczna ocenia i uczestniczy w świecie zewnętrznym przez pryzmat jedynie własnych potrzeb i pragnień. “Pod wpływem narcyzmu ciało zamienia się w instrument zmysłowej gratyfikacji.(...).Pozbawiona

34 M. Kanabrodzki, *op. cit.*, s. 197.

35 Bauman, *Płynna nowoczesność*, s. 33.

36 *Ibidem*, s.35.

pełnowartościowych relacji z innymi, jednostka narcystyczna dla podparcia niepewnego poczucia własnej wartości potrzebuje ciągłego napływu wyrazów podziwu i aprobaty.”³⁷ Christopher Lash odnajduje jeszcze jeden czynnik, który potęguje rozwój narcyzmu. Jest to kapitalizm konsumpcyjny. “Wszystko, czego pragnie jednostka narcystyczna – a pragnie ona być atrakcyjna, piękna i lubiana – może mieć, jeśli tylko będzie konsumować odpowiednie dobra i usługi”.

Nie tylko patologiczne przypadki dają się złapać w szpony konsumpcjonizmu. Potencjalność każdej jednostki jest wystawiona na kuszenie zakupomani. Nic innego w tak prosty i szybki sposób nie pozwoli nam komponować własnej, jedynej w swoim rodzaju tożsamości ze składników podanych praktycznie na tacy.

W przyływie zuchwałej szczerości (...) autorzy jednej z reklam telewizyjnych pokazują tłum kobiet z najróżniejszym fryzurami i kolorami włosów, opatrując ów widok hasłem reklamowym: «Wszystkie wyjątkowe, wszystkie niepowtarzalne; wszystkie wybrały X» (X to reklamowana marka odżywki do włosów). Towar produkowany na masową skalę staje się środkiem zapewniającym indywidualną odrębność. Tożsamość – «wyjątkową» i «niepowtarzalną» – można zbudować wyłącznie z takich materiałów, które wybierają i kupują wszyscy.³⁸

To właśnie ten moment słabości, kiedy tracimy kontrolę i niezależność i pozwalamy się sterować impulsom zewnętrznym, najczęściej zupełnie nieświadomie. Zdaje się nam, że to przecież my wybieramy z puli produktów to, co nas zadowala. Bóg-Stwórca dzierży w dłoni pióro i kreśli nasze kształty, ale to my znajdujemy się w posiadaniu korektora, który może zamazać to, co nam nie odpowiada. Szczęśliwi posiadacze wiedzeni złudzeniem o całkowitej kontroli nad ciałem oddajemy się w ręce kolejnych “demiurgów”. Kładziemy ręce na glinie, z której jesteśmy ulepiani, ale poruszają nimi: producenci, designerzy, reklamodawcy, trendsetterzy, fryzjerzy i jeszcze wielu innych. Oni kreują nasze ciała, a my bierzemy za to odpowiedzialność. Tak jak małe dzieci, którym wydaje się, że kierują samochodem, bo trzymają w rękach kierownicę siedząc tak naprawdę na kolanach rodziców. Nie zauważamy, że dajemy się wciągnąć w maszynę produkującą nasze potrzeby, wciąż nowe, coraz mniej uzasadnione. Nie tworzymy tożsamości refleksyjnie tylko ją kupujemy. Trudno jednak przerwać tę nić zależności.

37 A. Giddens, *op. cit.*, s. 235.

38 Z. Bauman, *op. cit.*, s. 130.

Bycie nowoczesnym to niezdolność zatrzymania się w miejscu i wytrwania w bezruchu. Poruszamy się i nie możemy przestać dlatego, że samo zaspokojenie staje się niemożliwe(...). Wszelkie zdobycze tracą swą atrakcyjność i moc przyciągania w chwili ich osiągnięcia, o ile nie wcześniej.³⁹

W świecie pędzących przemian wciąż są tacy, którzy próbują stawiać opór i w ten sposób zapewnić sobie spokojną przyszłość. Ich życie tkwi w niezmienionej formie, poddane tradycji i codziennym rytuałom. W takim widzeniu świata przyszłość jawi się bardzo wyraziście, jest do przewidzenia. Takiemu człowiekowi towarzyszy pewność jutra, niezagrożona ryzykiem współczesnego świata. Niebezpieczeństw w takim podejściu jest kilka. Jednostki te są składowymi społeczeństwa, w którym zaczynają obowiązywać coraz to nowe zasady. Oni wykazują wobec nich ignorancję. Zawadzają, blokując drogę do rozwój. Bardzo dobrze definiuje ten problem fryzjerka Zosia, jedna z moich respondentek.

Zosia: Nie lubię klientów, którzy są ściśnięci psychicznie, oni są przestraszeni jak to będzie wyglądało i nawet jeśli ja im pokazuję połówkę twarzy z obciętymi włosami i oni uważają że jest lepsza na wszelki wypadek uznają ,że stare jest lepsze, bo to jest coś, co oni znają, a tamto jest zbyt nowe, wolą to odrzucić dla bezpieczeństwa. Czytałaś “Konopielkę”? Jak on kosił kosą a inni sierpami? Mimo, że skosił dwa razy więcej to stwierdzono, że to było oszustwo i że tak naprawdę skosił dwa razy mniej, bo się bali nowości i zmiany. I tutaj też przychodzą takie osoby, które mnie proszą o poradę, ale które mają strach.

Pozorna ignorancja podszyta jest lękiem wobec nowego, wobec nieznanego. Jednakże jednostki odporne wobec przemian kulturowych i gospodarczych napotykać na sankcje. Zostają często wykluczone z reprodukcji kulturowej.

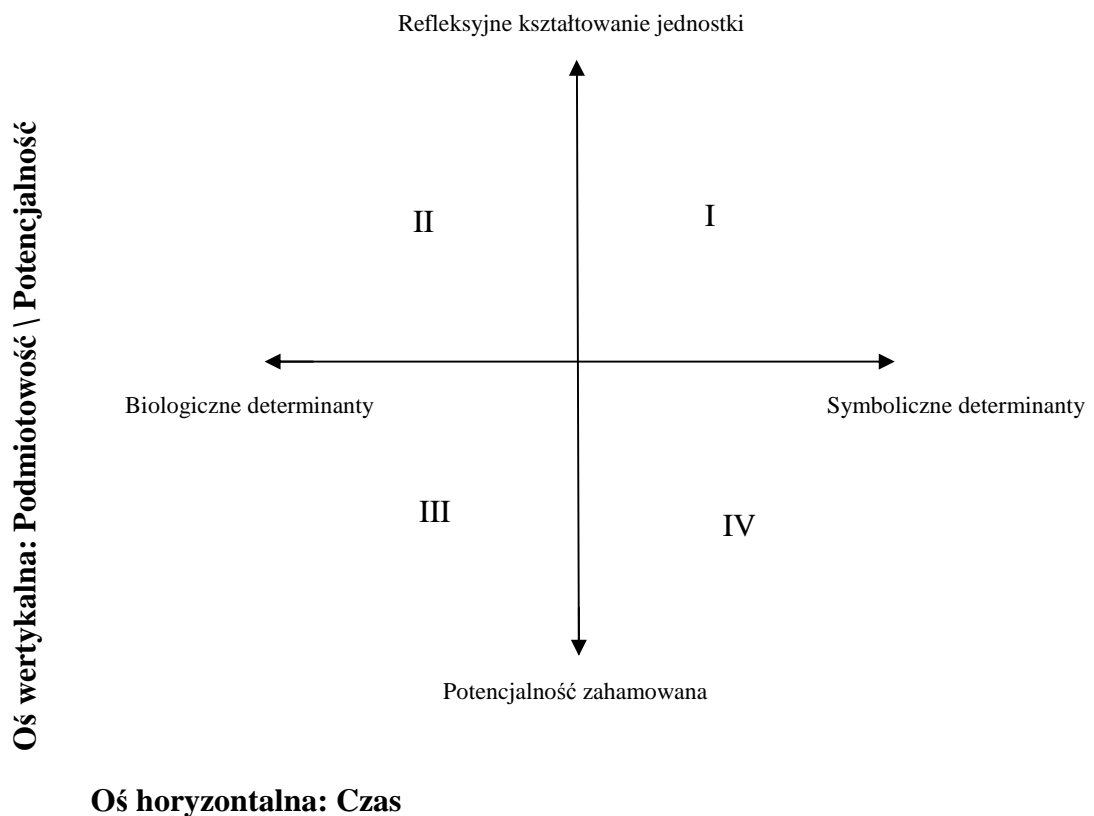
Powyżej przedstawiałam cztery scenariusze. Wyróżniłam przy tym dwie osie. Pierwszą z nich jest oś horyzontalna. Odnosi się ona do czasowości. W pierwszym scenariuszu życie wyznaczone było przez biologiczne podstawy funkcjonowania organizmu. Takie wydarzenia jak narodziny, śmierć czy prokreacja stanowiły centrum, które organizowało co jest ważne w społeczeństwie. Zmiany biologiczne potrzebowały waloryzacji w postaci rytuałów przejścia.

³⁹*Ibidem*, s.45.

W takim rytuale uczestniczyła cała społeczność. Jednostka przechodziła z jednego stanu w inny. Była to całkowita zmiana statusu jednostki. Noworodek nie był częścią społeczności, a nawet nie był człowiekiem do póki w rytuale nie został np. ochrzczony. Dziewczynka stawała się kobietą poprzez rytuał przejścia. Była gotowa wówczas do prokreacji. Podobnie ścięcie włosów u chłopca czyniło go mężczyzną. Łatwo jest dostrzec, że społeczeństwo oparte na rytuałach jest arbitralne. To społeczeństwo wyznacza gotowość dziewczynki do podjęcia roli matki, a nie biologia. Ponieważ rytuały przejścia dotyczyły biologicznych podstaw życia to znaczenia symboliczne uległy somatyzacji i naturalizacji. Nie były postrzegane jako wytworzone przez społeczność, ale przez naturę. W drugim przypadku natomiast, jak to pokazałam, czas biologiczny (narodziny, rozwój organizmu, śmierć), został usymbolizowany. Znaczy to, że czas stał się elastyczny. Ten elastyczny czas umożliwił inne spojrzenie na organizm biologiczny. Nazwałam to „nostalgia za życiem”. Wiąże się ona ze stałością i bezpieczeństwem, które kojarzymy ze społeczeństwami danymi, gdzie wszystko było jasne z pokolenia na pokolenie. Współcześnie możemy użyć terminu Jeana Bordinard symulakry, aby opisać „nostalgia za życiem”. To właśnie nie możliwość powiedzenia co jest prawdą a co kłamstwem powoduje, że nostalgicznie pragniemy powrotu do czasu, gdy wszystko było jeszcze stałe i gdy wszystko było jeszcze możliwe. Młodość jest tym czasem, który gdy mija pozostawia wspomnienie wszechmocy, buntu i braku zmartwień. Odpowiednia fryzura może przybliżyć nas do tego czasu. I jest to właśnie plastyczne ujęcie czasu, naginanie biologicznego upływu lat do wizerunku młodego ciała. Nie chodzi jednak o powrót do przechodzenia przez etapy w życiu, ale o proces polegający na ściąganiu się upływu biologicznego czasu z czasem symbolicznym, czyli czasem plastycznym. Dlatego możemy mówić o determinantach: biologicznych lub symbolicznych, gdyż to wokół procesów biologicznych lub symbolicznych zorganizowane są znaczenia społeczeństwa. Determinanty biologiczne odnoszą się do jednostek, działających zgodnie z czasem biologicznym: każdy etap życia ma swoje znaczenie „naturalne” (np. kobieta powinna zajmować się dziećmi). Natomiast determinanty symboliczne odnoszą się do plastycznego czasu. Jest to „nostalgia”, gdyż jest to pragnienie ponownego przeżycia minionego czasu, czasu młodości. Oba determinanty odnoszą się zatem do czasu, ale w różny sposób go określają. Tworzą w ten sposób dwa bieguny.

Kolejne dwa scenariusze odnoszą się do osi wertykalnej. Z jednej strony pisałam o potencjalności rozwijanej, z drugiej o potencjalności zahamowanej. Potencjalność możemy także nazwać podmiotowością. Potencjalność realizowana to refleksyjne kształtowanie

swojej tożsamości, natomiast potencjalność zahamowana to brak refleksji i poddanie się biegowi wydarzeń lub zablokowanie możliwości i narzucenie tożsamości. Oś horyzontalna i oś wertykalna przecinają się ze sobą. Kształtowanie czasu przez znaczenia ujmowane jako „biologiczne” (czyli naturalne lub boskie, a więc nie zamienialne) lub jako „symboliczne” (zatem arbitralne, tak jak arbitralne i konwencjonalne są symbole) wpływa na potencjalność. Z jednej strony czas jest determinowany, ale z drugiej to właśnie oś wertykalna determinuje oś horyzontalną. Dwa bieguny kontinuum osi horyzontalnej (determinanty biologiczne i determinanty symboliczne) wpływają na dwa bieguny kontinuum osi wertykalnej (potencjalność realizowana i potencjalność zahamowana). Przecięcie się tych sieci umożliwia nam zaobserwowanie jak świat w którym żyje jednostka wpływa na kształtowanie się potencjalności. Jeśli rozpisać owe osi w postaci rysunku to będzie wyglądał tak:



Jaka jest konkluzja moich rozmyślań? Mianowicie mogę powiedzieć, że realizacja potencjalności we współczesnych społeczeństwach rozwiniętych odbywa się dzięki konsumpcji. To konsumpcja podtrzymuje nostalgię, ale to też konsumpcja daje nam produkty, które umożliwiają nam jej realizację (znamienny slogan reklamy przywołanej przez

Baumana: “Wszystkie wyjątkowe, wszystkie niepowtarzalne; wszystkie wybrały X”). Po drugie rozwój ten możliwy jest też dzięki kapitałowi (ekonomicznemu, kulturowemu, symbolicznemu), który posiada jednostka. Po trzecie porządek naturalny, w którym zmiana musiała być najpierw zaakceptowana przez ogół społeczeństwa, wciąż funkcjonuje. Po czwarte i najważniejsze fryzura pokazuje nam, jakie mogą być reakcje na jednostkowe decyzje, jak habitus wpływa na refleksyjną jednostkę. Fryzura umożliwia nam to, gdyż jest najbardziej plastyczną częścią ciała ludzkiego. Jest z tego powodu podatna na różne manipulacje. Włosy są też jedyną częścią ciała, która odrasta w szybkim tempie i jest widoczna (w przeciwieństwie na przykład do paznokci). Fryzura pokazuje refleksyjne zarządzanie włosami a z drugiej strony tradycyjne nastawienie do zmian. Pokazuje też jaki jednostka ma kapitał, czy nadaża za duchem czasu, czy stać ją na wizyty u najlepszych fryzjerów i czy ma na to czas. Fryzura pokazuje nie tylko przemianę tożsamości, czyli zmianę indywidualną, ale też przemianę społeczeństwa i jak ta tożsamość się realizuje w zmieniającym się społeczeństwie.

Dwuosiowość jest ważna bo nigdy nie jest tak, że to tylko warunki zewnętrzne wpływają na nas. Nigdy też nie jest tak, że jednostka tylko poprzez swoje zachcianki realizuje siebie. Ważne jest to, że osie się przecinają. Dzięki temu możemy rozpatrywać różne przypadki i potem wpisać je w którąś ćwiartkę wyznaczoną przez wartości na osiach. Dzięki temu możemy zaobserwować typowość, ale z elementami różnicy. Przecinające się osi są jednak dużym uproszczeniem. Schemat ten operuje kategoriami ilościowymi, a te nie ujmują różnorodności świata społecznego. To wszystko w rzeczywistości nie wygląda tak, jak na wykresie. A jednak osie, które przedstawiłam powyżej, pozwoliły mi zrozumieć i zarysować kilka spraw o charakterze jakościowym (nostalgia, naturalizacja, symbolizacja, refleksyjność). Przede wszystkim umożliwiły mi one ukazać wpływ społecznych warunków (konsumpcja, indywidualizm, tradycjonalizm) na kształtowanie czasu i możliwość realizacji potencjalności. W następnych rozdziałach przedstawię kilka szczegółowych przypadków, które można by spróbować wpisać w ten wykres. Wolę skupić się na jakościowych, a nie ilościowych tendencjach. Przypadki te nie są całościowymi opowieściami o włosach, fryzjerze i społeczeństwie. Nie wyczerpują tematu. Są raczej próbą opisu problematyki, która stała się konkluzją powyższych rozważań. Będę się zatem starała odpowiedzieć na pytanie: W jaki sposób konsumpcja, do jakiej należy zaliczyć także wizytę u fryzjera, sprzyja wytwarzaniu potencjalności, a może tylko podtrzymywaniu już istniejących podziałów społecznych? Jak ten proces kształtował się na przestrzeni ostatnich 50 lat? Nie chcąc się

jednak ograniczać tylko do jednostki oraz zakładu fryzjerskiego jako miejsca konsumpcji. Interesuje mnie także zbadanie relacji, która tworzy się podczas spotkania w zakładzie fryzjerskim zarówno między fryzjerem a klientem, jak i między samymi klientami. Wcześniej jednak chciałabym przyjrzeć się materii, która zainspirowała mnie do powyższych rozważań, mianowicie włosom. Są one bowiem jedną ze składowych potencjalności, umożliwiając wyrażenie siebie poprzez fryzurę. Spróbuję wydobyć ich specyfikę w kontekście biologicznym; aczkolwiek o wiele istotniejszym i ciekawszym zarazem wydaje się wykorzystanie owych naturalnych cech włosa przez kulturę w nadaniu im wielu znaczeń.

Rozdział 3. Znaczenie włosów.

Zarysowana w poprzednim rozdziale oś determinantów, z wyraźnym podziałem na to, co symboliczne i to, co biologiczne, zasygnalizowała potrzebę przeanalizowania włosów właśnie ze względu na te dwie perspektywy. Rozdział ten poświęcony jest zatem znaczeniom, które nadały włosowi: natura i kultura. Trudno jest jednak wyraźnie je rozgraniczyć. Naturalne cechy włosów determinowały bowiem powstanie ich symbolicznego odczytania, co umacniało wiarę w ich magiczną moc.

Biologia

Na typowej ludzkiej głowie rośnie około 100 tysięcy włosów. Blondyni mają cieńsze włosy, ale za to mają ich więcej- około 140 tysięcy. Bruneci mają około 108 tysięcy włosów, a rudzi, których włosy są najgrubsze- tylko 90 tysięcy. Pojedynczy włos wyrasta z mieszka włosowego, małego "woreczka" w skórze. Już gdy się rodzimy posiadamy stałą, ściśle określoną liczbę mieszków, którymi dysponujemy aż do końca życia. Podczas życia zmienia się tylko ich aktywność i typ. Jeden mieszek produkuje około 12 włosów, jeden po drugim. Sam włos składa się z obumarłych, zrogowaciałych komórek powstałych na skutek ciągłego podziału komórek żywych znajdujących się zaledwie milimetr pod skórą. Wzrost włosów warunkowany jest przepływem impulsu nerwowego. Nerwy te wychodzą z szyjnego odcinka kręgosłupa i jeśli są tam ściśnięte, mieszki włosowe są odcięte od zaopatrzenia w impulsy. Jeśli tempo transmisji impulsu jest zaburzone lub zmodyfikowane natychmiast odbija się to na kondycji włosów. Dobrym zobrazowaniem tej zależności są włosy muzyków: pianista, skrzypek i wiolonczelista mają zwykle bujne włosy, podczas gdy trębacz lub klarncista są łysi całkowicie lub częściowo. Instrumenty strunowe wywołują wibracje nerwów sensorycznych i powodują refleksyjne działanie na sympatyczny układ nerwowy, który bierze udział w utrzymywaniu tempa przepływu impulsów nerwowych, koniecznych do wzrostu włosów. Pojedynczy włos rośnie na ogół sześć lat a następnie przez trzy miesiące odpoczywa. Jeden włos rośnie około 13 centymetrów rocznie, ale u młodych osobników dochodzi do 18 centymetrów. Wobec tego, gdyby ich nie strzyc, włosy, nim wypadną, osiągałyby długość jednego metra. To zdecydowanie więcej niż u wszystkich innych naczelnych. Jednocześnie odwrotnie proporcjonalnie do owłosienia na całym ciele (u ludzi zatrzymało się na etapie embrionalnym).

Dlaczego tak się dzieje? Czy przyjąć hipotezę, że włosy są pozostałością po futrze okrywającym ciało człowieka tysiące lat temu? Dlaczego jednak nie posiadają tego typu włosów zwierzęta, poza nielicznymi jak niektóre małpy człekokształtne (pawian) i ssaki parzystokopytne (koń)? Czy jest tak jak sądzą niektórzy, że chronią one mózg przed zimnem czy przegrzaniem? Dlaczego w takim razie wyrastają takie długie, opadające na ramiona i plecy, i dlaczego je tracimy, skoro są takie potrzebne?

Na te pytanie próbują znaleźć odpowiedź ewolucjoniści. Taką ewolucję ludzkiego włosa wiążą oni z dostosowaniem się do środowiska i stylem życia naszych przodków. Zbierając pożywienie na afrykańskich sawannach w dzień potrzebowali ochrony przed tropikalnym słońcem. „Gęste włosy na głowie zapewniały taką osłonę, natomiast brak owłosienia reszty ciała bardzo skutecznie poprawiał chłodzenie w skutek pocenia się.”⁴⁰ Dodatkowo włosy na głowie pełniły także funkcję amortyzującą, chroniąc czaszkę i kryjące się pod nią połączenia nerwowe. Desmond Morris wyróżnia jeszcze inną, ważną przyczynę takiego biegu ewolucji. „Dzięki nagim ciałom otoczonym szeleszczącymi kapami włosów lub wielkimi wełniastymi krzakami na głowach łatwo byłoby ich[przodków] zidentyfikować jako przedstawicieli nowego gatunku zwierząt (...).”⁴¹ To ważny znak wizualny dla odróżnienia gatunków i płci. W zależności od zamieszkiwanego klimatu w obrębie danego gatunku zaczęły wyodrębniać się poszczególne rasy. By zachować korzystne modyfikacje ów „znak”(włosy) i tu stanowił przeszkodą na drodze ich mieszania się. Włosy są bowiem cechą „szczególnie szybko wyróżniającą grupy ludzkie”.

Zmysłowość włosa.

Atrakcyjność włosów objawia się poprzez ich zmysłowość. „Mają kolor, połysk, fakturę, pachną i poruszają się.” Oddziałują zarówno w sferze dotyku, węchu jak i wzroku. Mnie interesuje szczególnie relacja włosa z pierwszym z wymienionych wyżej zmysłów.

Wzajemne iskanie się zwierząt (wydobywanie pasożytów i brudu z sierści) pełniło rolę nie tylko praktyczną, ale także podtrzymywało więzi wewnątrz stada. Podobną funkcję spełnia dziś wyczesywanie włosów praktykowane głównie przez matki wobec swych dzieci. Mary Catherine Bateson przypomina w swych pamiętnikach : „najbardziej intymną chwilę dnia, kiedy moja matka, Margaret Mead, siadała na specjalnym stołeczku w nogach łóżka i czesała

⁴⁰ D. Morris, *Naga kobieta*, przeł. P. Amsterdamski, Warszawa 2006, s.20.

⁴¹ *Ibidem*, s.21

moje długie do pasa włosy.”⁴² Żyjąc w coraz większym tłoku, coraz bardziej cenimy sobie nietykalność jednakże nie potrafimy wyrzec się naturalnej potrzeby dotyku. Ma on istotne konsekwencje psychiczne- wytwarza sytuację intymną między dotykającym a dotykanym, dzięki czemu buduje poczucie zaufania i bezpieczeństwa; jak wykazują badania ma także swe pozytywne skutki w rozwoju fizycznym człowieka. „Dzieci poddawane masażom przybierają na wadze nawet 50% szybciej niż te, które nie są masowane; są także zdrowsze i bardziej interesują się otoczeniem.”⁴³ Żyjąc jednak w coraz większym pośpiechu coraz mniej mamy czasu dla najbliższych dlatego musimy znaleźć zastępstwo. „(...)udajemy się do kosmetyczki, fryzjera czy masażysty(...) by powierzyć nasze ciała zręcznym rękóm zawodowych dotykaczy.”⁴⁴

Kategoria tabu.

Włos może rozbudzać bardzo sprzeczne skojarzenia. Między atrakcyjnością włosa, a jego odrażającym obrazem, lub nawet tylko myślą o nim rozciąga się bardzo cienka granica. Ponętne przerzucenie zdrowego, lśniącego włosa z jednej na drugą stronę może zaprzeć dech w piersiach. Widok choćby pojedynczego włosa w zupie odbiera apetyt. Włosy na głowie i włosy „oderwane” od czyjś ciało tworzą odrębne znaczenia bowiem znajdują się w różnych kontekstach, w różnych sensach wcielonych. Włosy na czyjś głowie są częścią tej konkretnej osoby, współtworzą jedność. Włos znaleziony w zupie jest niewiadomego pochodzenia, jest częścią nieznanego innego, która odłączyła się od niego i przypomina nam o jego ingerencji w potrawę. Jest odpadem, niechcianym przez jego ciało, a teraz wędrującym do naszego. Dodatkowo przywołuje nieprzyjemne obrazy związane z brakiem utrzymania kontroli i higieny w zakładzie pracy.

Włosy przynależą do jednej grupy ze wszystkim, co znajduje się na granicy moje/niczyje a zatem także z fekaliami, czy paznokciami. Zgodnie z teorią, którą przedstawia w swej książce Mateusz Kanabrodzki⁴⁵ małe dzieci, by móc odpowiedzieć na pytanie: kim jestem?, czyli ukształtować swą tożsamość, muszą wyznaczyć pewne granice cielesne, w obrębie których tworzy się ich „ja”. Pomaga im w tym „kategoria tabu”, która usuwa ową „zbędną”, niewygodną grupę przedmiotów (włosy, paznokcie, wydzieliny) z pola ich codziennego doświadczenia. Lęk wywołany tabu skutecznie chroni integralność „ja” wobec podmiotu. Od

⁴² Cyt. za: N. Etcoff, *Przetrwają najpiękniejsi*, przeł. D. Cieśla, Warszawa 2002, s. 117.

⁴³ *Ibidem* s.117.

⁴⁴ M. Kanabrodzki, *op. cit.*, s.13.

⁴⁵ *Ibidem*, s. 51.

tego momentu włosy są już kojarzone z brudem i brakiem higieny. Dwudziestowieczna psychoanaliza zwraca uwagę na jeszcze jedną konotację włosów i wydzielin ciała. Z włosów wylegają się wszy tak jak z ekskrementów wylęga się robactwo. Stąd też wiele negatywnych skojarzeń, czy przesądów związanych z włosami. Przez długi czas wierzono, że pleśniawka (grzybica skórna) pojawia się na skórze w wyniku kontaktu ust z grzebieniem bądź włosami (substancją skażoną).

Podczas ciężkich chorób zakazywano rozczesywania i ścinania włosów. W ten sposób na głowie chorego z brudnych, zlepionych włosów tworzył się kołtun⁴⁶. Traktowano go początkowo jako emanację choroby, zatem czekano aż dojrzeje (od kilku miesięcy do kilku lat), a potem obcinano go (przedwcześnie pozbycie się go prowadziło do ślepoty, bądź choroby wieńcowej). Ta czynność podlegała określonemu porządkowi. Powinna czynić to osoba obca, najlepiej na świeżym powietrzu, w Wielki Czwartek, Piątek bądź Sobotę przy użyciu niekonwencjonalnego narzędzia – rozżarzonego drutu zamiast nożyczek, czy noża. Odcięty kołtun wyrzucano w miejsce jak najbardziej oddalone od wioski, był bowiem skarbnicą chorób(można go było też podrzucić pod drzwi wrogowi). Kołtun zmienił swoje znaczenie pod wpływem filozofii chrześcijańskiej – Kościół „wypromował” go jako chorobę zadawaną przez czarownice lub diabła. Naturalnie, wierzący zaczęli szukać pomocy w obszarze sacrum. Obcinali kołtuny w miejscach kultu wierząc w potęgę Boskiej mocy. Pozbywali się owej „niewygodnej”, niczyjej substancji włosowej już nie semantycznie, poprzez kategorię tabu, a fizycznie, usuwając ją z pola widzenia.

Do dzisiaj wiele osób wierzy w to, że znajdując się w posiadaniu czyjś włosów z głowy, można zaszkodzić ich właścicielowi. Wierzą oni w tajemną łączność między człowiekiem, a jego uciętymi włosami lub w obecność w nich cząstki duszy. Dlatego też skrzętnie zbierają i niszczą swoje ucięte włosy. Postępował tak, między innymi sławny malarz, Pablo Picasso.

Amorficzna substancja.

Włosy – „implant nieświadomości w świecie materii”⁴⁷. Wróży rozpad „ja”. To chaotyczna, wijąca się, trudno kontrolowana, niepoliczalna mnogość; kojarzona z procesami rozkładu wszelkich całości, z ciemnością, ze stanem entropii charakteryzującym nieświadomość, która to jest pełnym przeciwieństwem świadomego, spójnego, uporządkowanego „ja”. Nieświadomość budzi lęk dlatego wyobraźnia chętnie posługuje się przedstawieniami włosów

⁴⁶ A. Targońska, *op. cit.*, s.167.

⁴⁷ M. Kanabrodzki, *op. cit.*,s.54.

dla zobrazowania amorficznych treści nieświadomości. Stąd w baśniach infernalnych ich substancja często pojawia się jako główny motyw. W „Bajce o diable z trzema złotymi włosami” główny bohater musi zdobyć trzy diabelskie włosy, by zgodnie z obietnicą króla, zdobyć rękę królowej. Udaje się po nie do piekła, gdzie spotyka babkę diabła. Ta wyciąga do niego pomocną dłoń, zamienia go w pchłę i chowa go w swych włosach łonowych. Gdy nadchodzi wieczór babka sadza wnuka(diabła) na kolanach i wykorzystuje jego upodobanie do iskania. Diabeł głaskany po włosach szybko usypia, co daje babce możliwość wyrwania jego złotych włosów. Chłopiec bez trudu zdobywa to, po co przyszedł. Szczęśliwie powraca do królestwa i żeni się z księżniczką. Substancja włosów w tej bajce pełni bardzo istotną rolę – to włosy obrazują diabła i piekło, a zatem ciemność i lęk symbolizujące nieświadomość; to one są jednocześnie obiektem pożądanym przez chłopca; to także one (włosy łonowe babki) umożliwiają mu zdobycie trofeum. Są zatem obdarzone ogromną mocą sprawczą.

Pamiętka – *signifiant*.

„Po śmierci człowieka nie ma już nic poza wspomnieniem w ludzkiej pamięci.”⁴⁸ „Prawdą jest, że signifiant poprzedza i determinuje signifikat, że w symbolach jest więcej prawdy niż w tym, co symbolizują. Dlatego też zniknięcie szczątków okazuje się niezwykle traumatyczne ponieważ bez nich nasza nieświadomość pozbawiona jest istotnego punktu oparcia, o który zaczepiają się nasze fantazmaty.”⁴⁹ Istotnym dla bliskich zmarłego jest zatem uwiecznienie wspomnienia o nim. W XVIII i XIX wieku w Europie rozpowszechnione było używanie klejnotów do przechowywania włosów, na pamiętkę. Włosy jako substancja sucha i niezniszczalna doskonale nadaje się na substytut metonimiczny zmarłego, na owo materialne *signifiant* muskające nieświadomość przy każdym spojrzeniu. Kości mimo, że mają podobne właściwości, nie są widoczne dla oka kiedy ciało człowieka jest żywe. Przypominałyby raczej o śmierci. Włosy personifikujące życie, energię są najlepszą figurą mimetyczną zmarłego. Fakt, że John Reznikoff z Connecticut z USA, posiadacz największej kolekcji włosów zapłacił za nią ponad milion dolarów jest chyba tego najlepszym przykładem. Zgromadził on włosy od 135 znanych na świecie osób takich jak: Abraham Lincoln, John F. Kennedy, Marilyn Monroe, Albert Einstein, Napoleon, Elvis Presley, King Charles I, i pisarz Charles Dickens. Włosy zbiera jedynie od osób, które miały pozytywny wpływ na historię. Kiedyś nie było to specjalnie trudne. Artyści zamiast autografu dawali pukiel swych włosów.

⁴⁸ D. Eribon, *Michel Foucault. Biografia*, przeł. J. Levin, Warszawa 2005, s. 5.

⁴⁹ L.-V. Thomas, *Trup*, przeł. K. Kocjan, Łódź 1991, s.96.

Wówczas nie wiadomo jeszcze, że włosy zawierają całą informację o człowieku (kod DNA). Dziś genetycy, m.in. dzięki kolekcji Reznikoff'a, mogą sprawdzić, czy Napoleon był rzeczywiście otruty strychniną, czy Marilyn Monroe to nie przypadkiem jej matka, jak twierdzą niektórzy. Na wiedzy tej bazują także specjaliści z firmy LifeGem, którzy ekstrahując najpierw niewielką ilość węgla z pukla włosów Ludwiga van Beethovena wyprodukowali na jego bazie 3 sztuczne diamenty. Liczą teraz na ogromne profity, bo któż nie chciał by się znaleźć w posiadaniu nośnika genetycznego jednego z najświetniejszych kompozytorów wszechczasów? Sam Reznikoff mówi o sobie, że jest właścicielem największego katalogu DNA najwspanialszych ludzi w historii. Wszystko dzięki „nieśmiertelności” włosów.

Atrybut kobiecości.

Piękna Helena, jedna z bohaterek „Ogniem i mieczem” (wysoka, duże, ciemne oczy, dwa bujne, kruczoczarne warkocze) próbuje uniknąć porwania przez Bohuna. Zagłoba pomaga jej w ucieczce. Wspólnie przeprawiają się z Rozłogów do Baru. By uniknąć rozpoznania Helena przebiera się za „wyrostka chłopskiego”⁵⁰. Sam strój wyrostka to jednak za mało. Jest jeszcze coś, co czyni jej pleć łatwo rozpoznawalną. „Tylko już z tymi włosami trzeba koniecznie coś uczynić.” - stwierdza Zagłoba. „A cóż? trzeba obciąć.”- odważnie odpowiada Helena. Jednak rozstać się z włosami nie jest jej łatwo. Tuż po uderzeniu mieczem „Helena podniosła się żywo i natychmiast krótko obcięte włosy rozsypały się czarnym koliskiem koło jej twarzy, na którą biły rumieńce wstydu, bo w owych czasach ucięcie warkocza dziewczynie poczytywano za hańbę wielką, więc była to z jej strony ciężka ofiara.” Zagłoba też czuje się winny, prawie jakby stracił kogoś o głowę. Usprawiedliwia swój czyn: „Ale nie można było inaczej, boćby sexus waćpanny zaraz odgadnięto.” Odcinając jej warkocz pozbawił ją ważnego atrybutu kobiecości.

Dominika Dzido dekonstruuje ciało jako tekst dopatruje się w nim cielesnych kodów płci⁵¹. Szuka w nim cech przypisywanych zarówno kobiecości jak i męskości. Jednym z atrybutów płciowych ciała są bez wątpienia włosy. Moment , w którym kobieta przebrana za mężczyznę rozpuszcza swe włosy (wcześniej koniecznie schowane pod nakryciem głowy); kiedy jej loki

⁵⁰ Ten i pozostałe cytaty: H. Sienkiewicz, *Ogniem i mieczem*, t.1, Warszawa 1971, s. 310-312.

⁵¹ D. Dzido, *Kulturowe kody płci*; [w:] *Praktyki Cieleśne*, red. nauk. J.M. Kurczewski, Warszawa 2006, s. 169-222.

rozpływają się na wietrze niczym fala uderzająca o krańce plaży, ten moment wyjawia całą tajemnicę; jakby wykladała przysłowiowe karty na stół. Długie, bujne, lśniące włosy demaskują płęć – to symbol kobiecości.

Nawet ojciec ewolucjonizmu, Charles Darwin nazwał włosy „drugorzędnym dodatkiem do seksualności”, co pozwala w oczywisty sposób odróżnić płcie.

Włosy jako wyróżnik płci są naturalne, są nadane przez Boga, przekonuje w Liście Do Koryntian św. Paweł: „Aż was i samo przyrodzenie nie uczy, iż mężczyźni, gdyby włosy zapuszczały, jest ku zelżywości? Ale niewiasta, jeśli zapuszcza włosy, jest jej ku poczciwości, przeto, iż jej włosy dane są [przez Boga] za przykrycie”(1 Kor 11, 13-16). „Natura biologiczna jest sama w sobie już znaturalizowaną konstrukcją społeczną”, czymś wytworzonym, a nie nadanym. Ów proces „wcielania dominacji”, nazwany tak przez Pierra Bourdieu, służy wytworzeniu „ciała społecznie odróżnionego”: nie-kobiecego mężczyzny i nie-męskiej kobiety. Jest to możliwe poprzez wyeliminowanie polimorficzności z procesu interpretacji płci („chłopiec czy dziewczynka”?), któremu, zdaniem Freuda, poddawane jest każde małe dziecko, a zatem poprzez stworzenie dla nich jednoznacznych opozycji – wysoki/niski, silny/słaby, suchy/mokry a w przypadków włosów – krótkie/długie. W ten sposób wytworzone schematy myślowe bronią się wpisując się w „obiektywność natury”, utrwalając jednocześnie owe rozróżnienie.

Jedną z podstawowych dystynkcji, którą przywołuje Bourdieu w *Męskiej dominacji*⁵² jest: natura/kultura. Podaje przykłady na to, iż kobiecość kojarzy się z naturą, z płodnością, z ziemią, z której wyrasta zboże. Asocjacje dotyczące natury, a czynione pod uwagę człowieka przybierają pejoratywny wydźwięk. Przywodzą na myśl nieokiełznanie, prymitywizm, przeciwieństwo ucywilizowania, czyli tego, co czyni nas ludźmi. Znakiem, który pozwala na takie skojarzenia są długie włosy kobiety. Stąd wiele obyczajów agrarnych osadza swe działania właśnie na włosach. Na obszarze wschodniosłowiańskim, w dniu św. Jerzego, czyli tuż przed rozpoczęciem prac rolnych, kobiety szarpały się za włosy po to, „aby u gospodarza zboże było wysokie i gęste jak włosy.”⁵³ „Na dolnym Posaniu kobiety rozpuszczały włosy podczas siania prosa, co miało zapewnić długie i gęste kiście tego gatunku zboża.”⁵⁴ Zatem gesty takie jak rozpuszczanie, rwanie czy mierzwienie włosów były jakby sygnałem dla sił pozaziemskich. Miały je zachęcić do aktywności sprzyjającej ludziom, do przemiany gleby w

⁵² P. Bourdieu, *Męska dominacja*, przeł. L. Kopiciewicz, Warszawa 2004.

⁵³ Cyt. za: A. Targońska, *op. cit.*, s. 171.

⁵⁴ *Ibidem*, s. 169.

urodzają. Dziś kobiety wciąż stosują takie zabiegi tylko już w nieco innym celu. Rozpuszczając swe loki, odrzucając je do tyłu, przeczesując je opuszkami palców wysyłają sygnał mężczyźnie, wabią go. Tak „potraktowane” włosy są informacją: jestem młoda i zdrowa, a dzięki temu zdolna do wydania potomstwa. „Są żywym świadectwem naszej przeszłości.”⁵⁵ Zapisane jest w nich „jak się odżywialiśmy, jakie braliśmy leki”, jaki jest stan naszego zdrowia aktualnie. Nieostrzegalna gołym okiem, określona budowa chemiczna włosa jest, według najnowszych badań australijskich naukowców z firmy farmaceutycznej Fermiscan, nowym dowodem na raka piersi. „Według badaczy, włosy kobiet chorych na raka piersi różnią się od włosów kobiet zdrowych. Białko budulcowe (alfakeratyna) z włosów pacjentek chorych na raka piersi inaczej odchyła promienie Roentgena (zjawisko dyfrakcji) niż alfakeratyna z włosów zdrowych kobiet.”⁵⁶ Nie ma zatem racji Nancy Etcoff twierdząc, iż kuszenie partnerów to jedyne, na co włosy mogą się przydać kobiecie⁵⁷. Jednakże wydają się być w tym aspekcie bardzo skuteczne.

Nawet ascetyczna powaga Marcina Lutra nie była dowodem przeciwko urokowi spływających loków. Jego surowy ascetyzm nie powstrzymał go przed stwierdzeniem, że “włosy są najpiękniejszą ozdobą kobiety”. Jeden z najbardziej znanych polskich poetów pierwszej połowy XX wieku, Leopold Staff także uległ mocy kobiecych włosów. Zainspirowany ich zmysłowością napisał o nich erotyk.

Twe złote włosy

Włosy twe jak płomienna błyskawicy grzywa,
Jak surm mosiężnych świetna, weselna muzyka,
Jak uroczyste święto bogatego żniwa,
Jak w południe lipcowe spieka słońca dzika.

Włosy twe: bursztyn, jedwab, ogień i oliwa,
Jesienny niebywały przepych października,
W zasobnych miodnych ulach praca pszczół szczęśliwa,
Złote szaleństwo wina dla ust biesiadnika.

Włosy twe: rozżagwiona rozkoszy pochodnia,
Kojące jako morze, kuszące jak zbrodnia...
Jak w lesie o zachodzie, zabłądzić w ich złocie!

I po wirze upojeń, pieszczot zawierusze,
Zagrzebać w nich swe usta i upoić duszę
Dumną jak sen zwycięzcy w zdobytym namiocie!

⁵⁵ N. Etcoff, *op. cit.*, s. 154.

⁵⁶ http://www.doz.pl/newsy/a433-Wystarczy_zbadac_wlosy

⁵⁷ N. Etcoff, *op. cit.*, s. 149.

Niedawno obserwowałam młodych ludzi rzeźbiących w piasku na plaży ciało kobiety. Jeden z nich jakiś czas przyglądał się figurze. Gdy była już prawie gotowa podszedł i zaczął formować włosy dookoła jej głowy. Zapytałam, dlaczego to zrobił. Odpowiedział prawie bez namysłu: „Bo prawdziwa kobieta musi mieć piękne, długie włosy. Bez nich traci swój urok.”

Skoro materia włosa niesie w sobie siłę prowokującą seksualnie, nie dziwią zatem religijne nakazy zakrywania kobiecych włosów wśród różnych wyznań. Pismo Święte nakazuje chrześcijanom:

Każdy mężczyzna, modląc się lub prorokując z nakrytą głową, hańbi swoją głowę. Każda zaś kobieta, modląc się lub prorokując z odkrytą głową, hańbi swoją głowę; wygląda bowiem tak, jakby była ogolona. Jeżeli więc jakaś kobieta nie nakrywa głowy, niechże ostrzyże swe włosy! Jeśli natomiast hańbi kobietę to, że jest ostrzyżona lub ogolona, niechże nakrywa głowę!(1 Kor 11, 4-7).

W islamskim Koranie także znaleźć można wytyczne dla sposobu obchodzenia się z kobiecymi włosami, dotyczące jednak nie tylko momentu modlitwy, ale też życia codziennego.

Powiedz wierzącym kobietom żeby spuszczały skromnie swoje spojrzenia i okrywały części ciała; i żeby pokazywały jedynie te ozdoby, które są widoczne na zewnątrz; i niech narzucają swe okrycia głowy na piersi i pokazywały swe ozdoby jedynie swoim mężom. Qur'an, sura 24:31

Rektor Wielkiego Meczetu w Paryżu, szejk Tedjini Haddam w wywiadzie dla Le Monde (24 października 1989) komentuje ten fragment z perspektywy dokonujących się współcześnie zmian:

Islam zaleca kobiecie ubiór dyskretny, zakrywający przede wszystkim to, co prawdopodobnie jest w niej najbardziej pociągającego, czyli jej włosy. Zakres obowiązywania takiego zalecenia uzależniony jest dziś jednak od danego otoczenia społecznego.⁵⁸

⁵⁸http://www.ipdirect.home.pl/kmp/publication/Islam_jako_alternatywa/19%20Islam%20jako%20alternatywa%20-%20Orient%20spowity%20zaslona.html

Wśród muzułmanów zamieszkujących kraje Europy Północnej, czy Ameryki Północnej kobiece włosy nie rozbudzają już tak dużego pożądania, ich widok jest tam bowiem codziennością. Dlatego niektórzy teologowie uważają, że przepisy dotyczące ubioru można wypełniać także bez zakrywania głowy chustą. Zwyczaju tego nie można jednak ich zdaniem zaniedbywać tam, gdzie mężczyźni są wciąż szczególnie wrażliwi na ich widok. Siła oddziaływania kobiecego włosa jest zatem zależna od uwarunkowań kulturowych.

Rozdział 4. Habitus człowieka “cywilizowanego”.

Owłosienie cofa człowieka w czystą zwierzęcość, spycha go na stronę mrocznego życia narządów, niezależnego od woli. Obcięcie włosów i golenie znamionuje natomiast rozmaite etapy uspołecznienia człowieka, towarzyszy obrządom dojrzewania, wejścia w świat dorosłych.⁵⁹

Kultura wyznacza normy zachowania, ale też normy estetyczne związane z wyglądem i pielęgnacją naszego ciała. Normy te różnią się zarówno w poszczególnych okresach dziejów, jak i w zależności od funkcji i miejsca, jakie jednostka zajmuje w sieci interakcji. Włosy, jako jeden z istotnych, bo znaczących elementów ciała (rama dla twarzy), a jednocześnie jeden z jego najbardziej wizualnych elementów, wymagają także odpowiedniej higieny i estetyzacji. Zakład fryzjerski jest miejscem społecznego stawania się jednostki, jest miejscem umożliwiającym realizację narzucanych norm, ale też własnych pragnień. Jest zatem oznaką zmian zachodzących w procesie cywilizacyjnym.

P., fryzjerka, z którą rozmawiałam przejęła kierownictwo w zakładzie po swoim schorowanym ojcu, który jednak wciąż strzyże. Postawiła warunek, że będzie go prowadziła tylko zgodnie z najnowszymi standardami. W wyniku zmian ojciec stracił około 70% swoich klientów.

J: Czy twój tata nie żałuje straconych klientów?

Paulina: Tato przyzwyczał się do tych standardów, które my mamy, a są znacznie wygodniejsze. Kiedyś fryzjer rzadko mył głowę. Dzisiaj to jest podstawa. Strzyżenie zaczyna się od mycia. Kiedyś starsi ludzie, nie obrażając nikogo...Nie każdy klient dba o siebie, niektórzy są przyzwyczajeni, że myją głowę raz w miesiącu i nie chcą do nas przychodzić. No i ojciec już nie musi się nurzać w tym smalcu (pogardliwie), jest inaczej.

Uczucie ukrywanego, bądź nie, zażenowania, które odczuwamy myśląc bądź słysząc o osobie, która myje głowę raz w miesiącu „jest jednym z dominujących odczuć, jakie znajdują

⁵⁹ J. Clair, *De Immundo. Apofatyczność i apokatastaza w dzisiejszej sztuce*, przeł. M. Ochab, Gdańsk 2007, s.11.

wyraz w naszej ocenie tych ludzi, jako «dzikusów» lub istot «niecywilizowanych»⁶⁰. Takie zapatrywanie jest wynikiem procesu cywilizacyjnego, o którym pisze Norbert Elias.

Nasz sposób bycia zrodził się z zachowań, które nazywamy “niecywilizowanymi”. Wszakże pojęcia te ujmują rzeczywistą ewolucję w sposób zbyt statyczny i nie dość zróżnicowany. W istocie rzeczy w tym, co przeciwstawiamy jako “cywilizowane” i “niecywilizowane”, nie chodzi o przeciwieństwo między “dobrym” a “złym”, lecz o szczeble ciągu rozwojowego, który bynajmniej się nie zakończył.(...) “Cywilizacja”, którą zazwyczaj traktujemy jako coś, co jest nam po prostu dane w owej gotowej postaci, w jakiej się nam jawi, nie zadając sobie pytania , w jaki sposób doszliśmy do niej, jest procesem lub fazą procesu, w którym sami się znajdujemy.⁶¹

Higiena ciała, jako rodzaj czynności wykonywanych w celu zapanowania nad cielesnością także przybiera zróżnicowaną formę, w zależności od etapu w procesie cywilizacyjnym. Dzisiaj “niecywilizowanymi” są osoby myjące głowę raz w miesiącu, a nawet raz w tygodniu. Fryzjerka Wiesia przyznaje: “Dla mnie nie umyć codziennie głowy, to jak nie umyć zębów.”

Ale to tylko kolejny szczebel w ciągu rozwojowym. Dla tych, którzy myją głowę raz w miesiącu “niecywilizowanymi” byli ci, którzy głów nie myli wcale bądź bardzo rzadko.

Mycie włosów zastępowano smarowaniem gliną, masłem, wodą z miodem, kwasem kapuścianym, czy żurem. Środki te powodowały sklejenie włosów, utrwały kształt nadany fryzurze i likwidowały pasożyty owadzie. Dodać należy, iż na pewnych terenach Słowiańszczyzny mężczyźni głów nie myli nigdy.⁶²

Proces cywilizacyjny to ewolucja zachowań i odczuć ludzi zmierzająca w określonym kierunku. Nie jest to jednak zmiana ogólnie ustalona przez jednostkę bądź nawet grupę ludzi, zmiana “racjonalna”, jak pisze Elias. Zmiana jako całość dokonuje się bezplanowo, ale nie bez ładu. Jest ona wywołana przez postępujące zróżnicowanie społeczeństwa i podział funkcji wewnątrz niego.

60 N. Elias, *Przemiany obyczajów w cywilizacji Zachodu*, przeł. T. Zabłudowski, Warszawa 1980, s.71.

61 *Ibidem*, s.72.

62 A.Targońska, *op. cit.*, s.159.

Żeby jednostkowe działanie mogło spełnić swą funkcję społeczną, muszą być odpowiednio zharmonizowane działania coraz większej liczby ludzi.(...) I to właśnie jest charakterystyczne dla przemian aparatury psychicznej w procesie cywilizacji, że bardziej zróżnicowane i stabilne regulowanie zachowania jest jednostce od dzieciństwa wdrażane coraz bardziej jako automatyzm, jako przymus wewnętrzny, któremu nie może się ona opierać nawet gdy pragnie tego w swej świadomości.⁶³

Jeden z moich respondentów dość dobrze zobrazował to, o czym pisze, w cytowanym przeze mnie fragmencie Elias. Wprawdzie, mimo dorosłego wieku, aparat samokontroli nie działa u niego automatycznie, ale dzięki temu ma świadomość, kto i co reguluje jego zachowaniami.

M(41): Stosuję szampon, bo wszędzie używają szamponu. Mama myła mi włosy szamponem, tata wciąż powtarzał, że trzeba myć szamponem; reklamy w telewizji, bilbordy, wszystko mówi, że szampon jest niezbędny. I tak samo jest z chodzeniem do fryzjera. Jak już za długo nie pójdę to mi mówią, że muszę się wybrać. No to idę.

Spółeczny aparat zewnętrznego przymusu (rodzina, reklama, moda, itp.) swą skuteczność zawdzięcza spójności komunikatu, identycznego a dobiegającego z różnych źródeł oraz poziomowi istotności. Im bardziej wiarygodne instytucje przymusu zewnętrznego, tym stabilniejsza automatyczna aparatura samokontroli. Rodzina jest jednym z najistotniejszych punktów odniesienia. Bourdieu pisze o niej w kontekście wyuczonych schematów postrzegania własnego ciała.

Postrzeganie własnego ciała jest zasilane ze strony obiektywnych wyobrażeń ciała – deskryptywnego i normatywnego *feedback* płynącego ze strony rodziców. W interakcji tej zawiera się cała struktura społeczna, o czym zdajemy się zapominać. Jest ona wpisana w ciało podmiotu interakcji.⁶⁴

63 N. Elias, *op. cit.*, s. 371-372

64 P. Bourdieu, *op. cit.*, s.79.

To właśnie dzięki takim instytucjom jak rodzina wytwarza się habitus⁶⁵ człowieka “cywilizowanego”. Utrwała się i pogłębia, wytworzona w procesie cywilizacyjnym, granica oddzielająca człowieka od jego naturalnych popędów i cielesności.

Społeczna aparatura modelująca przyucza jednostkę od dzieciństwa do ciągłego i dokładnie regulowanego panowania nad sobą.⁶⁶

Zakład fryzjerski jest jednym z elementów owego przymusu. To miejsce, w którym jednostka uczy się, że należy panować nad swoimi włosami i odpowiednio je pielęgnować już od najmłodszych lat. Scena z filmu *Mąż fryzjerki* przedstawia taką oto sytuację. Zza rogu wyłania się elegancko ubrana kobieta. Nie jest sama. Za rękę ciągnie chłopca w mundurku, ale z “burzą” włosów na głowie. To najprawdopodobniej jej syn. Może mieć około dziesięciu lat. Chłopiec wyraźnie stawia opór. Zdenerwowana matka mówi: “Przestań Edwardzie! Pamiętaj, co obiecałeś! Pamiętaj, co tata powiedział!”. Nagle stają w drzwiach zakładu fryzjerskiego. Edward teraz już głośno protestuje: “Nie, nie, nie!” i zapiera się z całej siły. Matce udaje się jednak wciągnąć syna do zakładu. Fryzjerka próbuje ugłaskać go bajkami dla dzieci, ale jest już na to za duży. Udaje się chłopca posadzić na fotel, ale znów się wyrывa. Matka rozmawia z fryzjerką na boku. Proponuje przywiązać syna do fotela. Nagle do chłopca podchodzi mąż fryzjerki i obiecuje mu pokazać coś, czego ten nigdy nie widział. Chłopiec ulega. Daje się zaczarować magicznej muzyce i tańcu mężczyzny, nie może oderwać od niego oczu. W tym czasie fryzjerka strzyże i układa chłopcu włosy, a na końcu polewa je brylantyną. Chłopiec do końca sceny jest zahipnotyzowany i nie wie, że wychodzi już z zupełnie inną fryzurą niż wszedł. Matka chłopca puentuje: “Przynajmniej jest czystszy”.

Już pierwsze słowa matki: “Pamiętaj, co obiecałeś! Pamiętaj, co tata powiedział!” są przypomnieniem chłopcu o obowiązujących go regułach zachowania. Nie wiemy, co powiedział ojciec, ale możemy się domyślać. Groził karą, albo obiecał nagrodę. Ale tata nie jest jedynym, który pociągnie chłopca do odpowiedzialności. Za przestrzeganie bądź łamanie norm na jednostkę czekają pozytywne bądź negatywne sankcje społeczne. Wytwarzają one porządek społeczny i sprzyjają działaniom konformistycznym. Jedną z takich norm jest właśnie dbałość o włosy. Włosy zmierzwione i nieułożone są oznaką braku kontroli nad

65 Szerzej o koncepcji habitusu, aczkolwiek w rozumieniu Pierra Bourdieu piszę w podrozdziale: *Wytwórnia kobiecości, czy demokratyzacja płci?*, s. 61.

66 *Ibidem*, s. 374

ciałem, nieprzestrzegania podstawowych zasad człowieka “cywilizowanego”. Jedną z groźących sankcji za brak “panowania nad sobą” może być kompromitujący śmiech:

M(41): Włosy mogą wywołać niepowołane reakcje wśród moich rozmówców. Na przykład śmiech znaczy, że zarastam, że jestem małpą, zwierzęciem, które nie potrafi kształtować swego ciała według własnej woli.

Za brak podstawowej higieny włosa, czyli codziennego wyczesywania, jedna z moich respondentek otrzymała w dzieciństwie karę, którą pamięta do dziś.

K(52): Tylko raz ścięłam włosy na krótko. Miałam wtedy 6 lat i miałam piękne, długie włosy, ale nie chciałam ich czesać więc mama za karę zaprowadziła mnie do fryzjer i kazała ściąć moje włosy na bardzo krótko. Od tego momentu czesałam się codziennie.

Ważny jest też wymiar kary, jaka spotyka za nieprzestrzeganie reguł. Utrata włosów była tak dużym wstrząsem, że moja respondentka za wszelką cenę chciała uniknąć ponownego spotkania z nożyczkami fryzjera i bardzo szybko poddała się narzuconej normie.

Powracając jednak do sceny z filmu, kiedy słowny argument nie poskutkował matka chciała użyć siły i przywiązać chłopca do krzesła. To rodzaj fizycznego przymusu stosowany w instytucji tradycyjnej rodziny dość często. Nie zdążyła jednak zrealizować swego planu. Mąż fryzjerki zaczarował chłopca. Jednakże zablokował w ten sposób jego świadomość. Matka osiągnęła swój cel, ale chłopiec po wyjściu z zakładu miał tylko zmienioną fryzurę, wspomnienia prysły wraz z wyjściem ze stanu hipnozy, dlatego możemy domniemać, że podczas kolejnego strzyżenia będzie się zachowywał podobnie.

Trudno odnaleźć właściwą przyczynę, dla której chłopiec tak bardzo chciał uniknąć wizyty w zakładzie fryzjerskim. Mógł to być młodzieńczy bunt spowodowany niechęcią do wszystkiego, do czego zmuszają rodzice, albo lęk przed sytuacją u fryzjera, kiedy obca osoba dotyka naszego ciała i trzyma w ręku ostre narzędzie. Niezależnie od powodu, rozwiązanie problemu poprzez hipnozę nie przyniesie długotrwałego skutku w postaci zmiany postawy chłopca.

Jeden z moich respondentów wspomina swoje spotkania z fryzjerem z lat dzieciństwa .

J: Czy podczas wizyty u fryzjera odczuwa pan przyjemność, czy raczej lęk?

M(70): Może jak byłem dzieciakiem. Jak musiałem iść do fryzjera to się bardzo bałem, jak widziałem te nożyczki i on podnosił te włosy to się bałem. Jak słyszałem, że idziemy do fryzjera to płakałem, ale musiałem pójść. Mama kazała. “Wyglądasz jak dzikus” - mówiła.

Lęk z okresu dzieciństwa w przypadku mojego respondenta przerodził się poprzez powtarzalność w rutynę, która zapewnia poczucie ontologicznego bezpieczeństwa. Gdy włosy są zbyt długie włącza się automatyczny aparat samokontroli i przypomina o konieczności wizyty u fryzjera.

W dwóch wypowiedziach moich rozmówców pojawiło się odwołanie do człowieka prymitywnego, “dzikusa”, a nawet do “zwierzęcia”, “małpy”, która jest naszym praprzodkiem. Nieprzestrzeganie podstawowych zasad zachowania to ignorancja wobec osiągnięć człowieka “cywilizowanego”. Dlatego grozi wyrzuceniem poza granice społeczeństwa “cywilizowanego” i przypisaniem jednostce cech przedewolucyjnych.

Stąd radość matki i kończące całą scenę słowa: “Przynajmniej jest czystszy”. Włosy, podobnie jak fekalia, sytuują się na granicy tego, co należy i nie należy do ciała. Dlatego, jako niewygodny obiekt, który utrudnia odpowiedź na pytanie: “Kim jestem?”, “Gdzie jest granica mnie samego?” muszą zostać obwarowane świadomym, bądź nie, zakazem, tabu. W sztucznie wytworzonej opozycji czyste/nieczyste mieszczą się po stronie brudu. Dlatego należy poddać je higienie.⁶⁷

Pozostała jeszcze jedna, istotna w kontekście zakładów fryzjerskich kwestia, którą porusza Elias omawiając proces cywilizacyjny

Schemat przymusów wewnętrznych, szablon modelacji popędów jest bez wątpienia bardzo różny, w zależności od funkcji, od miejsca, jakie zajmuje jednostka w tej sieci interakcji [skomplikowana sieć interakcji, w którą wplata się każde jednostkowe działanie w zróżnicowanym społeczeństwie].⁶⁸

Każdy z tych zróżnicowanych ze względu na miejsce jednostki w społeczeństwie schematów jest zatem funkcjo-znakiem zawierającym informacje o jednostce, dla jej partnerów w sieci interakcji. Schemat przymusów wewnętrznych, a zatem habitus człowieka “cywilizowanego”

67 M. Kanabrodzki, *op. cit.*, s. 51.

68 N. Elias, *op. cit.*, s.374.

jest regulowany przez instytucje przemocy symbolicznej i ekonomicznej,. Każda zmiana wewnątrz instytucji, zarówno w jej strukturach, jak i sposobach funkcjonowania ma także znaczący wpływ na przemiany w owych schematach, a zatem także w całym procesie cywilizacyjnym. W poniższym fragmencie pracy chciałabym rozpatryć zakład fryzjerski jako jedno z narzędzi w rękach owych instytucji, które umożliwia realizację narzuconych schematów, a zatem uczestniczy w wytwarzaniu, bądź podtrzymaniu już istniejących różnic społecznych. Jednocześnie będzie mnie interesowało na ile właśnie poprzez zmiany zachodzące wewnątrz instytucji, związane głównie z demokratyzacją społeczeństwa, zakład fryzjerski niektóre różnice zaczyna niwelować.

Różnica pierwsza – status ekonomiczny

Zakład fryzjerski to, jak każda przestrzeń konsumpcji, miejsce zaznaczania się statusu ekonomicznego jednostki. Praktyki konsumpcyjne odzwierciedlają pozycję społeczną, wskazują miarę władania nad materialnymi i kulturowymi zasobami i mogą wzbudzać oburzenie lub podburzać współzawodnictwo wśród wykluczonych grup.

Na pytanie: “Dlaczego ludzie chodzą do fryzjer?” jedna z moich respondentek odpowiedziała:

K(31): A może też żeby pokazać jakiś swój status, czemu nie? W końcu musi cię być stać na dobrego fryzjera, który ma dobre farby, na dobre cięcie. Manifestujesz fryzurą swoją pozycję społeczną. To jak jeżdżenie lepszym samochodem albo noszenie markowych ciuchów.

Na potwierdzenie tych słów przytaczam historię fryzjerki Z.:

Matka i trzy córki przychodzą co 5 tygodni do balejażu mimo, że wcale jeszcze nie muszą. Są perfekcjonistkami jeśli chodzi o ich wygląd, ale też są tego typu snobkami, które się kreują na wielkie zadbanie o siebie.

Żeby móc mieć na głowie wymagającą modelowania i wyjątkowej dbałości fryzurę trzeba spełnić kilka wymogów, głównie ekonomicznych. Trzeba mieć pieniądze na odpowiednią pielęgnację włosów.

P.: Jeżeli włos jest dobrze odżywiony, są odpowiednio dostosowane kosmetyki do pielęgnacji to już jest pierwszy sukces, bo włosy są wówczas podatniejsze na ułożenie.

Trzeba mieć pieniądze na częste wizyty u fryzjera.

P.: Osoby, które mają fryzury wymagające ręki, to osoby, które stać by, przyszyły do nas dwa razy w tygodniu. I wtedy mają «fiku-miku» na głowie.

A zatem trzeba mieć także czas, który można spędzić w zakładzie fryzjerskim.

P.: Najczęściej kobiety chcą fryzurę wygodną. Ze względu na to, że wiele osób spędza cały czas w pracy. Wstają rano i wracają wieczorem. Nie byłyby w stanie jeszcze godziny poświęcić na robienie fryzury.

Doskonale wypieszczona fryzura wskazuje, że dysponuję wolnym czasem. Powiedzenie Josepha Franklina, że “czas to pieniądz” przyjmuje tu nieco odmienne znaczenie. Czas nie obraca się w pieniądź. Wolny czas manifestuje, że mam pieniędzy wystarczająco dużo, by móc pozwolić sobie na “nicnierobienie”.

Przypomina to sytuację z końca XVIII wieku, kiedy burżuazja użyła kobiet, by te manifestowały ich wysoki status ekonomiczny. Poprzez swoją działalność w polu literatury, języków obcych, czy mody zaznaczały posiadanie czasu wolnego, który mogły przeznaczać na próżnowanie.

Także Pierre Bourdieu uważa, że kobiety, kierując swoje działania na polepszenie wyglądu fizycznego (fryzjer, kosmetyczka, manikiurzystka) w obrębie panującej mody, będącej motorem życia kulturalnego, pełnią funkcję odpowiedzialnych za przemianę kapitału ekonomicznego w symboliczny.

Kobiety z klasy średniej można określić mianem uprzywilejowanych ofiar dominacji symbolicznej, gdyż ich uwaga poświęcona pielęgnacji ciała i makijażowi przybiera skrajną postać nieskazitelności etycznej i estetycznej. (...) Schwyte w pułapkę zgodności z dominującymi modelami, za wszelką cenę, a nawet na kredyt, próbują wcielić całokształt właściwości (różnic i dystynkcji) określonych przez dominujących (...)⁶⁹.

69 P. Bourdieu, *op. cit.*, s. 120.

Sytuacja dzisiaj nie zawsze przebiega w tak uproszczonym schemacie. Kobiety współodpowiadają za sytuację ekonomiczną rodziny, nie służą już tylko biernej jej reprezentacji. Z kolei mężczyźni coraz częściej wykazują zainteresowanie obowiązującymi kanonami mody.

Fryzura to nie jedyny sposób, by przy pomocy włosów zmanifestować swój wysoki status ekonomiczny. Liczy się także miejsce, w którym poddajemy nasze włosy obróbce i pielęgnacji. “Bourdieu mógłby powiedzieć, że konsumpcja odzwierciedla aspekty hierarchicznych i rywalizacyjnych systemów społecznej klasyfikacji, które czynią z rozrywek wskaźniki społeczne.”⁷⁰ Wybór zakładu fryzjerskiego wiąże się ze stopniem osobistej autonomii, na którą wpływają w dużej mierze możliwości finansowe jednostki. Świadomość takich podziałów widać wśród moich rozmówczyń o niższych dochodach. Dwie panie przyznały, że chętnie korzystałyby z usług innego zakładu bądź częściej chodziłyby do fryzjera, ale względy ekonomiczne im na to nie pozwalają. Jedna z respondentek wyraziła obawy, że zakład, który wydawał jej się atrakcyjny kieruje swoje usługi do klientów o wyższym statusie społecznym, z którymi się nie utożsamia. Dlatego czułaby się tam obco.

K(26): Czasami przechodziłam obok tego zakładu i on mnie zawsze fascynował. To, że nazywał się „Pacykarnia”, a nie właśnie Salon Fryzjerski, ani żadne inne „Hair&Beauty” i tym podobne. No ale wydawało mi się, że jest strasznie drogi. Unikałam zawsze takich miejsc. Bałam się, że to jest na tyle snobistyczne miejsce, że ja tam nie pasuję.

Ocena, której dokonała moja rozmówczyni konstruowana była na podstawie oprawy wizualnej salonu. Ostatecznie zdecydowała się na wizytę, ale tylko za namową koleżanki, która wcześniej „wybadała teren”. Miejsce to okazało się przystępne cenowo, a atmosfera „normalniejsza” niż się spodziewała.

Jako, że praktyki konsumpcyjne określają naszą pozycję w stratyfikacji społecznej ci, którzy aspirują by znaleźć się jak najwyżej muszą podlegać pewnym regułom także przy doborze zakładu fryzjerskiego. „W Warszawie w pewnych kręgach chodzić do zwykłego fryzjera to obciach. Należy chesać się wyłącznie u kogoś znanego. Takiego, który stylizuje do sesji mody

70 A. Warde, L. Martens, *Miłe spotkania przy stole*, przeł. P. Polak, s.377; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków 2008, s. 371-392.

w pismach kolorowych oraz/lub czesze Bardzo Znane Osoby.”- czytamy w nagłówku artykułu Joanny Bojańczyk: *Fryzjer: dlaczego tak drogo?*⁷¹ Autorka wyprowadza tezę, że z fryzjerami jest jak z modnymi ubraniami – liczy się metka. I to za nią płaci się duże pieniądze, niezależnie od jakości towaru. Bojańczyk sugeruje, że efekt po wizycie u pani Krysi na rogu niewiele się różni od usługi stylisty za 500 złotych. Istotne jest też kto wytycza reguły konsumpcji. W świątku warszawskim są to zazwyczaj Bardzo Znane Osoby, czyli głównie aktorzy i muzycy. “Jeżeli chodzi o zakład (atelier) Leszka Czajki na Powiśle (...) Z głową pokrytą farbą Joanna Brodzik, popijając kawę, omawia z koleżanką na fotelu obok wakacje w Kalabrii. Padają nazwiska ze środowiska filmowo-artystycznego.” Przebywanie w takim miejscu kosztuje. Bilans zysków i strat jest jednak łatwy do przewidzenia. Sława nadaje salonowi prestiż. Dla wielu jest on bezcenny. Dlatego wizyta u Leszka Czajki jest w gruncie rzeczy bardzo opłacalna. Szczególnie, że “warszawscy znawcy od razu rozpoznawali, spod których nożyczek wyszła”⁷² głowa autorki artykułu.

Wśród moich rozmówców, będących klientami nie pojawiły się jednoznaczne wypowiedzi świadczące o próbie zyskania prestiżu poprzez wizytę w odpowiednim zakładzie fryzjerskim. Dlatego też kwestią nierozstrzygniętą pozostaje dla mnie zakres w jakim moi respondenci świadomie dobierają zakłady fryzjerskie bądź fryzury z zamiarem odtworzenia statusu społecznego, któremu przynależą. Lepsza znajomość zakładów fryzjerskich i ich krytyczna ocena charakteryzuje osoby młode, o wykształceniu średnim bądź wyższym.

M(30): Samo istnienie zakładów fryzjerskich, takich nowoczesnych zakładów jest od niedawna. Na początku były zakłady osiedlowe. Po prostu się mieszkało w jakimś regionie miasta i tam były te zakłady więc się do nich szło. Mniej było zakładów powstałych pod szumnymi nazwami, bardziej rozdmuchanymi niż profesjonalnymi, typu w Poznaniu na przykład “Kenzo”. Ale tak naprawdę one wszystkie były do siebie podobne. Bo albo była przesadna estetyka, albo były zakłady osiedlowe.

J: A co oznacza dla ciebie przesadna estetyka?

M(30): Przesadna estetyka czyli nie potwierdzająca umiejętności fryzjerów. Przerost formy nad treścią, przebajerzona, a to co tam robili było standardowe, normalne po prostu. Kiedyś byłem w takim fajnym zakładzie, bardzo ładnie zrobiony, minimalistycznie, proste formy, wszystko było białe-czarne. A jak

71 J. Bojańczyk, *Fryzjer – czemu tak drogo?*, “Wysokie obcasy” 2005, nr 36, s. 21.

72 *Ibidem*, s. 22.

chciałem fajną fryzurę to dostałem taką prawie jak na osiedlu. Nie wiem, czy nie umiały, czy po prostu nie chciało im się pomyśleć nad głową. A zapłaciłem trzy dychy zamiast piętnastu.

Trudno jednak stwierdzić, czy tak obszerna widza na temat zakładów fryzjerskich w Poznaniu wynika z czystej ciekawości i chęci poeksperymentowania, czy ze skalkulowanej świadomości, że duże doświadczenie na tym polu (także zwizualizowane doświadczenie) jest społeczną oznaką wyrafinowania i pozycji społecznej – fryzjerstwo jest dzisiaj w modzie. Biorąc pod uwagę, jakie nagrody społeczne wynikają z estetycznego (cielesnego) obeznania można skłaniać się ku instrumentalnemu uzasadnieniu. To dowód posiadania odpowiedniego kapitału ekonomicznego i kulturowego. Zakład fryzjerski jest zatem zarówno narzędziem wytwarzającym funkcjo-znak w postaci fryzury, jak i samym funkcjo-znakiem.

Różnica druga – wiek

Poprzez fryzurę określamy także przynależność do odpowiedniej grupy wiekowej. Zakład fryzjerski jest zatem miejscem zaznaczania upływającego czasu, ale też konfrontacji z biologicznością ciała.

Upływający czas działa na korzyść ludzi młodych. Z niecierpliwością oczekują oni bowiem dorosłości i przywilejów z nią związanych. Dzięki odpowiedniej fryzurze mogą nawet przyspieszyć czas. Często tylko pozornie. Młode dziewczyny z pofarbowanymi włosami nazywa się nieraz: “stare-maleńkie”. Wyglądem upodabniają się bowiem do starszej kobiety, a psychicznie wciąż są jeszcze niedojrzałe.

Młodzi ludzie, w okresie adolescencji odcinają się od wzorców, które dotychczas wytwarzali ich rodzice. Dorosły człowiek ma bowiem prawo sam podejmować decyzję, jak wygląda i co czyni, a dodatkowo bierze za to odpowiedzialność. Fryzura stwarza okazję zmanifestowania nowych możliwości działania.

K(26): Po raz pierwszy byłem u fryzjera, gdy miałam 15 lat. Dopiero wtedy zaczęłam się interesować jak właściwie wyglądam. To była pierwsza klasa liceum. Nowi ludzie. Miałam dosyć bycia grzeczną dziewczynką. Wtedy ścięłam się na krótko, bardzo krótko.

Dotychczas o włosy respondentki dbała jej mama. Podcinała je i wyczesywała. Tworzyła w ten sposób silną więź, z której bardzo trudno się było wyplątać. Zamykała jej drogę do poszukiwania własnego stylu. Furtkę otworzyło jej poczucie wejścia w dorosłość.

Młodzi ludzie dzięki fryzurze mają szansę zmanifestowania swojej potrzeby wolności i niezależności. Jako osoby młode są na uprzywilejowanej pozycji. Mogą eksperymentować z włosami, a ich wiek będzie dla nich usprawiedliwieniem.

K(31): Na ekstrema pozwala sobie zazwyczaj młodzież szkolna.

K(52): Młodzież sobie robi jakieś asymetrie na przykład. To są mody, wczesne liceum, początek studiów. Potem ludzie są ugładzeni.

Dodatkowo młodzi nie muszą się martwić o stan zdrowia włosa. Fizjologia ciała to w większości przypadków jeszcze nie ich problem. "Szanowne zdrowie, nikt się nie dowie, jako smakujesz nim się zepsujesz". Dbalność o włosy przychodzi z wiekiem.

K(52): Każdy powinien myśleć, dbać o fryzurę. Młodzież raczej nie myśli, bo nie musi. Osoby w średnim wieku już tak, osoby, które gdzieś pracują też. A w starszym wieku to już trzeba mieć fryzurę.

Młody włos sam się układa. Włosowi starszemu trzeba koniecznie nadać jakiś kształt. I rzeczywiście, większość moich starszych respondentek, na pytanie, dlaczego chodzi do fryzjera, podkreślało, że "trzeba jakoś wyglądać". "Nie można tak. Trzeba wyglądać porządnie." Wygląd zewnętrzny jest nieodłącznym towarzyszem na każdym etapie naszego życia. Im ciało słabsze, gorzej się zachowuje tym więcej uwagi należy mu poświęcać.

K(52): Kiedyś w ogóle nie chodziłam do fryzjer, bo miałam długie ładne włosy, mama bądź znajoma przycinały mi tylko końcówki. (...) Ale od jakiś ośmiu lat już chodzę, ponieważ nie mogę wyglądać jak królowa śnieżka w moim wieku, z długimi, zaniedbanymi włosami, prawda? Myślę, że w chwili obecnej jestem już w takim wieku, że dobrze byłoby mieć od czasu do czasu już jakąś ułożoną fryzurę.

Stąd częstsze i regularniejsze wizyty u fryzjera. Większość pań w średnim i starszym wieku chodzi do fryzjera średnio raz w miesiącu. Młode kobiety są mniej regularne. Fryzjerzy przyznają, że jest wiele starszych kobiet, które na mycie i czesanie przychodzą raz w

tygodniu,. Wynika to z różnych powodów. Są kobiety, które nie są już na tyle sprawne, by same umyć sobie głowę. Są takie, które nie chcą stracić kontroli nad tym, co dzieje się na ich głowie. Tylko u fryzjera mają pewność, że uzyskają ten sam efekt, co zawsze, a dodatkowo, że fryzura utrzyma się przez cały tydzień.

K(65): Tylko jak pani Wiesia mi robi to wyglądam zawsze ładnie. Jak sama próbuję tak w domu to nie wychodzi.

Coraz częstsze wizyty u fryzjera nie wynikają tylko z potrzeby dbałości o włosy. Wśród osób w wieku średnim i starszym czas działa na ich niekorzyść. Zakład fryzjerski jest w tym przypadku szansą zatrzymania, bądź nawet cofnięcia czasu. Oczywiście nie dosłownie. To jedna z możliwości, które są przywilejem procesu cywilizacyjnego, charakteryzującego współczesność. Wynalazek farby do włosów, czy innych kosmetyków pozwalających zachować ich młody wygląd rozbudził opisywaną przeze mnie w rozdziale pierwszym nostalgię za młodością, jednocześnie pograżając starość w poczuciu wstydu. „Niecywilizowaną”, w rozumieniu Eliasowskim zdaje się być dziś kobieta, która w wieku 50 lat pozostawia swoje włosy siwymi, czy zaniedbanymi.

Dlatego też podczas obserwacji prowadzonych w zakładach fryzjerskich, częstą prośbą klienta kierowaną do fryzjera było: „Niech pani coś zrobi, żeby mnie odmłodzić.” Coraz więcej kobiet w wieku średnim daje się przekonać do cięć typowych dla ludzi młodych. Trudno się dziwić, skoro tuż po zabiegu strzyżenia z sali zakładu dobiegają głosy: „Wygląda pani teraz jak nastolatka.”

Jednym z podstawowych wyznaczników starzenia się są pojawiające się siwe włosy. Wskaźnik ten nie jest jednak wymierny. To, jak szybko włosy siwieją jest dziedziczone genetycznie i nie oznacza rozpoczęcia się procesu starzenia na całym ciele. Mimo to zdecydowana większość pań stara się siwe włosy ukryć pod farbą koloryzującą.

K(31): W pewnym wieku człowiek jest zmuszony żeby farbować włosy. Ja na przykład już mam siwe i muszę, czy mi się to podoba czy nie. Siwe są uważane za nieestetyczne i dlatego je farbuję. Tuszuję lata (śmiech).

Dla mojej respondentki to jest oczywiste. Siwe włosy to piętno starości, którego chce się pozbyć każda kobieta. Jeśli chcesz się liczyć, musisz się go pozbyć, musisz pofarbować włosy, czy ci się to podoba, czy nie.

Kolejną oznaką upływu czasu są wypadające włosy, ale i na nie znajdzie się u fryzjera sposób. Łysienie szczególnie dotyka mężczyzn. Jedną z pytanych przeze mnie fryzjerek, pani Wiesia radzi: “No wie pan, tu już ma pan mało włosów od góry, to starajmy się tak, żeby je zaczesać.” Jednocześnie pula możliwych wyborów zmniejsza się do zaledwie jednego, czy dwóch sposobów uczesania. Wśród młodych czas poszerzał pole możliwości, dla starszych zawęża je.

Klient pani W. opowiada:

M(70): Gdy miałem większą ilość włosów czesałem się pod górę. A teraz, jak pani widzi, na bok. Więcej włosów w lewo, mniej w prawo. Mam taką fryzurę, bo gdybym się zaczesał do góry to by było widać moje mankamenty, chociaż w takim wieku to i tak koledzy mi zazdroszczą, bo oni są łysi. «Siadaj ty byku, bo ty masz kłaki, a my jesteśmy goli.»- tak mnie koledzy witają (śmiech).

Łysienie to kłopot, ale jest on na tyle powszechny wśród mężczyzn, że, przynajmniej będąc w grupie dotkniętych tym samym problemem, można się z niego śmiać.

Wśród kobiet wypadanie włosów “kamoufluje” się w nieco inny sposób. Jest to bardzo drażliwy temat, dlatego jeśli już fryzjerzy o nim wspominają, to z dużym wycuciem: “Tu się pani troszeczkę przeredzają”. Nigdy nie używają słowa “łysienie”. Włosy przecież symbolem kobiecości. Podczas obserwacji w B zauważyłam, że większości starszych pań proponuje się tapirowanie. “Większość kobiet po 50-tce, czy 60-tce to ma już włosy słabe. Ta menopauza przychodzi. Tracimy włosy na czubku głowy.” - tłumaczy ten fakt fryzjerka. Poprzez tapirowanie zwiększa się optycznie ilość włosów na głowie. Jednakże są to stare techniki, z których podśmiewają się młodzi fryzjerzy.

P.: Ja mam problem z tapirowaniem, nie zrobię wielkiej głowy (śmiech). Tak serio, to uważam, że to nie jest skuteczny sposób, bo jest to tylko sygnał, że coś z tymi włosami jest nie tak, że jest ich za mało, albo są zbyt cienkie, skoro trzeba je natapirować.

Tapirowanie to wśród dzisiejszych technik fryzjerskich dosyć ryzykowny sposób ułożenia włosów. Paradoksalnie chcąc walczyć z wypadającymi włosami, a zatem także z upływającym czasem dodajesz sobie lat. Powszechnie wiadomo, że jest to technika stosowana już tylko wśród kobiet starszego pokolenia, które jeszcze są do niej przywiązane i wierzą w jej manipulacyjną moc.

P.: Widzisz tą panią, która tam siedzi na ławce? To stara klientka taty. Tam jest standard: trwała, tam są pasemka, tam są włosy wyczesane na wielkim tapirze. Przecież ta kobieta wcale nie jest stara. Kobieta w średnim wieku. Fajnie by wyglądała w jednym kolorze, nastroszona, fajna. Już by jej ubyło sporo lat.

Ale przekonać starszego człowieka do zmian jest bardzo trudno.

P.: Bo oni często uważają, że im nie wypada. A ja uważam, że w każdym wieku wypada.

Narzucone odgórnie schematy przymusu wewnętrznego zakreślają wyraziste granice zachowania także dla różnych przedziałów wiekowych. I w tym przypadku zakład fryzjerski okazał się bardzo skutecznym narzędziem, dzięki któremu można tę różnicę wyraźnie zaznaczyć, czasem nawet wytworzyć (choćby poprzez zrobienie tapira osobie w średnim wieku). Mam tu na myśli głównie odwagę w doborze fryzur u ludzi młodych w kontraście do powściągliwości („nie wypada”) wśród osób starszych. Jednocześnie, dzięki najnowszej technologii w dziedzinie kosmologii i sprzętu fryzjerskiego, zakład fryzjerski daje szansę walki z wiekiem biologicznym, tworząc kategorię wieku społecznego. Powstaje słynne hasło: „Mam tyle lat, na ile wyglądam”. Jednakże tu, gdzie stwarza się szansę niwelowania różnicy, silniej niż kiedykolwiek odciska się piętno na tych, którzy decydują się bądź też zmuszeni są żyć w zgodzie ze swym wiekiem biologicznym.

Różnica trzecia – płeć

W tym podrozdziale chciałabym osobno przeanalizować funkcjonowanie męskich i kobiecych habitusów związanych z ciałem, oraz dokonujące się w ich obrębie zmiany .

Wytwarzanie, czy demontaż i rekonstrukcja męskości?

Jedno ze zdjęć w książce McCrackena *Big Hair*⁷³ obrazuje małego chłopca, który wprawdzie wyprostowany, ale z miną w tzw. „podkówkę” i z zamkniętymi oczyma poddaje się zabiegowi strzyżenia włosów. Oprócz niego w zakładzie znajduje się jeszcze dwóch

73 G. McCracken, *op. cit.*, s. 34.

mężczyzn: fryzjer, który skupia swoją uwagę na tworzeniu chłopcu fryzury i najprawdopodobniej ojciec bądź opiekun chłopca, który uważnie śledzi poczynania fryzjera. Pod zdjęciem widnieje napis: "Wprowadzenie w kult męskości". McCracken zwrócił uwagę na interesujący fakt. Mężczyźni podobnie jak kobiety, już od najmłodszych lat, poddają swoje włosy pewnym reżimom, ze względu na wymagany kulturowo wzorzec, który poprzez dyscyplinowanie ciała tworzy dystynkcje płci. Rytuał postrzyżyn, opisywany już przeze mnie wcześniej, w niektórych kulturach jest odprawiany tylko na chłopcach(m.in. w Kabylii).⁷⁴

Znaczenie pierwszych postrzyżyn wynika z tego, że włosy, jako symbol kobiecości wiążą chłopca ze światem matki.(...)Proces maskulinizacji polega na przemieszczeniu chłopca ze świata kobiet do świata mężczyzn – świata honoru i walk symbolicznych.

W ten sposób chłopiec zostaje oczyszczony z tego, co kobiece.

To właśnie do mężczyzn, nie do płci przeciwnej, kierowane były początkowo usługi tzw. golibrody, który pełnił aż do XIX wieku funkcję fryzjera.

Wśród moich respondentów teza McCrackena okazuje się być całkiem słuszną. Mężczyźni chodzą do fryzjera głównie dlatego, że muszą. Włosy mają taką specyfikę, że odrastają. A prawdziwy mężczyzna, w odróżnieniu od kobiety powinien mieć włosy krótkie. Stąd potrzeba wizyty u fryzjera.

M(70): Ścinam włosy dlatego, że muszę. Jestem członkiem rady osiedla. Tych spotkań, zaproszeń jest tyle. No to wypada. Chodzi o stronę wizualną. Ścinam, żeby mi włosy nie wchodziły za kołnierzyk koszuli. To, co potrzeba.

Mężczyźni obcinają włosy raczej standardowo. Co nie znaczy, że rodzaj strzyżenia nie ma dla nich znaczenia. Większość z nich potrafi dokładnie sprecyzować jakiego cięcia oczekuje od fryzjera. "Tniemy maszynką. Góra szóstką, a boki trójką." "Grzywka nożyczkami, tył golarką, boki wycieniować." Za to lubią ich fryzjerzy. W., fryzjerka, tak opisuje swoich klientów: "Mężczyźni są konkretni. On powie czy tak, czy tak. Są tacy «raz-dwa»." Niektórzy mężczyźni nie chcą zmian ponieważ zupełnie nie znają się na tym. Boją się dyskutować z

74 P. Bourdieu, *op. cit.*, s.37.

fryzjerem o rodzaju ścięcia. Sprawiając wrażenie bardzo konkretnych i zdecydowanych od 20 lat powtarzają wciąż tę samą regułkę.

M(42): Kiedyś się bałam coś powiedzieć fryzjerowi, ona ma autorytet, w końcu to on zna się lepiej niż ja. Teraz czasem się odważę i mówię, żeby gdzieś docięła.

To z reguły nie jest dla nich zabawa własnym wizerunkiem, lecz oczywisty obowiązek, comiesięczny rytuał. Chcą mieć po prostu włosy pod kontrolą, by ani na sekundę nie stracić panowania nad ciałem.

M(25): Jak widzę, że już jestem zarośnięty, że już mi tutaj za uszy wychodzi, to idę.

M(42): Idę do fryzjera, kiedy nie mogę powstrzymać włosów przed robieniem, co im się żywnie podoba. Włosy mogą wywołać niepowołane reakcje wśród moich rozmówców. Na przykład śmiech znaczy, że zarastam, że jestem małą, zwierzęciem, które nie potrafi kształtować swego ciała według własnej woli.

Ciało absorbuje. Włosy są modyfikowalną, a zatem „niebezpieczną” z punktu widzenia mężczyzny, substancją pochodzącą od natury, której należy się czym prędzej pozbyć, by nie pozwolić jej się zmanipulować, by udowodnić, że ma się przewagę nad siłami przyrody. Im włosy mniej modyfikowalne, tym łatwiej nad nimi panować. Właśnie dlatego męskie włosy są krótkie. Ciało przestaje wówczas absorbować, zostaje „wymazane”.

Pomimo, że cel wizyty w zakładzie fryzjerskim sprawia wrażenie czysto pragmatycznego – skrócenie włosów – i nie powinno mieć znaczenia gdzie się to stanie, mężczyźni przywiązują się do konkretnego zakładu fryzjerskiego i rzadko go zmieniają. Z reguły rzadko też poddają innowacji swoje fryzury.

M(70): “Przede wszystkim zwracam uwagę na to, żeby był ten sam styl fryzury, który był miesiąc temu, rok temu, czy pięć lat temu. Mam stały zakład fryzjerski już od nastu lat.”

Tego typu wypowiedzi wśród moich rozmówców zdecydowanie przeważają. Dlaczego? Dzięki temu mogą być spokojni, że fryzjerka zrobi dokładnie to, czego oczekują i co mają na głowie już od wielu lat. Nie czują potrzeby eksperymentowania. Tłumaczą to zazwyczaj wygodą.

M(70): "To jest dla mnie wygodne, bo siadam i dosłownie nic nie mówię, pani Wiesia [fryzjerka] już wszystko wie. W innym zakładzie to bym się nagadał i kto wie, co by wyszło?"

Zachowując stały wygląd zapewniają sobie ciągłość tożsamości, wypracowywaną przez lata. Rutynowy charakter zabiegu przystrzygania włosów powoduje, że nie mają oni zazwyczaj emocjonalnego stosunku do wizyty w zakładzie fryzjerskim, ani do osoby samego fryzjera. Mężczyźni wyrażają się o fryzjerach jak o rzemieślnikach. Uważają ten zawód za jeden z wielu potrzebnych do życia, w ich wypowiedziach przeważa stosunek pragmatyczny. M(25): "Fryzjer to fachowiec od włosów, ktoś, do kogo się idzie, jak się ma za dużo na głowie." Rutyna pozwala nie myśleć o czasie spędzonym tam, jak o czasie wolnym, który w tradycyjnym rozumieniu kojarzy się z próżnowaniem, cielesnością i bezużytecznością, a jest przeciwstawiony pracy, użyteczności, umysłowi.⁷⁵ Wizytę w zakładzie traktują instrumentalnie.

Dlaczego mężczyźni raczej nie eksperymentują z fryzurami? Przecież, jak pisał Bourdieu: „Aktywność męska odnosi się do doświadczeń braku ciągłości (zerwań), działań nad-zwyczajnych, ryzykownych, niebezpiecznych(...)”.⁷⁶

Jednakże nie jest, albo nie powinna to być aktywność związana z ciałem. Poprzez uległość wobec ciała mogłaby zostać zachwiana ich stabilna pozycja, pozycja patriarchalna. Stoją w miejscu. To może być wyraz ich męskiej dominacji. Moda to strata czasu, to próżnowanie. Kobiety jako istoty słabe, jak chorągiewki sterowane zewnętrznie przez dyktatorów mody poddają się najnowszym trendom. Wzrok, dla którego dbają one o swoje ciało uprzedmiotawia je. Mężczyźni jakby zdawali się w ten sposób mówić: "Jesteśmy podmiotami naszych działań. Nie pozwolimy, by dbałość o wygląd zewnętrzny zakłóciła nasz porządek dnia. My zajmujemy się tylko poważnymi sprawami."

Mężczyźni bardzo krytycznie odnoszą się do innych przedstawicieli swojej płci, którzy mają niestandardowe fryzury. Kpią sobie z nich. Posądzają ich o problemy psychiczne, homoseksualizm, zniewieścienie, czy niedojrzałość. Wyraźnie odrzucają inność, bądź przesadną dbałość o ciało.

W jednym z pytań wywiadu poprosiłam moich respondentów o próbę zdefiniowania osoby, którą widzą na zdjęciu. Tak określili mężczyznę na zdjęciu nr 1⁷⁷:

75 E. Dunning, *O emocjach w sporcie i wypoczynku*, przeł. P. Polak; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków 2008, s. 658-677.

76 P. Bourdieu, *op. cit.*, s. 60.

M(25): O mój Boże(niepohamowany śmiech)! Szaleństwo, i to totalne(śmiech). Trochę za dużo. Gdybym go widział no to może nie wybuchnął bym tak śmiechem jak tutaj, ale gdybym szedł z jakimś kumplem to podejrzewam, że byśmy sobie chwilę o tej fryzurze pogadali. I to raczej byłoby żartobliwe.

M(70): To jest pan? Ja myślałem, że to jest pani. Nie wyobrażam sobie mieć taką fryzurę. Jest to typowo damska fryzura. Jakby chciał z mężczyzną pójść na kawę, a po kawie pójść gdzieś jeszcze(śmiech).

A to opis mężczyzny ze zdjęcia nr 3:

M(25): (śmiech) Farbnął się na pewno. Nie, no ten pan to mi się kojarzy z tymi pieskami, co mają te uszka takie długie, zwisające. On musi mieć takiego pieska i chodzi z nim na te przedstawienia, jak to pan się bardzo upodobił do swojego pieska i odwrotnie. Nie, nie pasuje mi zupełnie. Gdyby do mnie do hotelu wszedł taki człowiek, to bym sobie na pewno nie pomyślał, że to jest jakiś prezes. Już szybciej nieudany rockowiec (śmiech).

Z czego wynika taka postawa? Colin Campbell przyjrzał się stosunkowi do czynności robienia zakupów ze względu na płeć. "Zakupy" są częścią sfery usługowej, w którą to sferę także wpisuje się fryzjer. Spędzanie czasu na zakupach okazało się być postrzegane jako typowo "kobiece" zajęcie. Dlatego mężczyźni powstrzymują się przed zbytnim zaangażowaniem, bo to mogłoby kwestionować ich męskość.

Wydaje się, że ważnym czynnikiem pozwalającym mężczyznom na spędzanie czasu na zakupach bez szwanku dla ich wizerunku prawdziwych mężczyzn jest obecna w naszej kulturze męska (...) "ideologia" zakupów, czyli system przekonań i postaw, które definiują i usprawiedliwiają ową czynność w sposób zgodny z męskimi przekonaniem i postawami. (...) mogą odwołać się do tej ideologii w celu odróżnienia tego, co robią, od "kobiecej" wersji i tym samym chronić swoją tożsamość płciową.

Mężczyźni traktują tę czynność z reguły czysto instrumentalnie, kobiety ekspresyjnie (czerpią z tego przyjemność). Chodzeniem do fryzjera w celach innych, niż standardowe strzyżenie

⁷⁷ Zdjęcia dołączone na płycie.

oznacza dla mężczyzny, że poddaje się on kobiecemu porządkowi świata, stąd posądzenie o zniewieścienie.

Jednakże coraz więcej mężczyzn dystansuje się wobec takiej “ideologii”. Niektórym przychodzi to z łatwością i otwarcie opowiadają o swoich doświadczeniach. Ciało może być dla nich na przykład sposobem na walkę z nudą. W ten sposób traktuje je respondent, dla którego chodzenie do fryzjera jest czymś znacznie więcej, niż podcięciem włosów. Tak opowiada o zakładzie, do którego chodzi: “Tupet jest przykładem fryzjera, który jest już bardziej miejscem, w którym można się spotkać i odpocząć i przy okazji być ostrzyżonym.”

M(30): Dlatego chodzę do Mateusza, to już chyba ze trzy lata, bo za każdym razem mam coś innego. Jakby się przyjrzeć mojej głowie to mam tam różne powycinania. Jest asymetryczna. I to mi odpowiada. To, że nie mógłbym ciągle w tych samych ciuchach chodzić, tak nie mógłbym mieć ciągle tej samej fryzury. Nie próbuję się wybijać przez fryzurę tylko żeby mieć coś fajnego na głowie, co mnie nie będzie nudziło. Ale coś, co nie będzie krzychało, spokojnego, ale ciekawego.

Wbrew temu, co pisałam powyżej, fryzjer może być także doskonałym sposobem na przełamanie rutyny. Zaspokaja potrzebę doświadczenia czegoś niespodziewanego. Posiada zatem zdolność wywoływania ekscytacji. Pozwala na zabawę własnym ciałem. Jednocześnie każdej zmianie towarzyszy niepewność, ryzyko i napięcie, szczególnie jeśli to nie my ową zmianą kierujemy. Taka kompozycja antagonistycznych uczuć przyczynia się do emocjonalnego orzeźwienia, jakiego może dostarczyć wizyta u fryzjera i zmiana uczesania. Jednocześnie jest to zabawa, za którą nie bierzemy odpowiedzialności. Jeżeli coś się nie uda winę ponosi fryzjer. To oczywiście dość złudna droga. Konsekwencją nieudanej zabawy jest mój, a nie fryzjera chwilowo (włosy odrastają) zepsuty wizerunek.

Są i tacy mężczyźni, którzy nieśmiało wyrażają swoje przywiązanie do ciała. Na początku zaprzeczali, jakoby dbali o swój wygląd. Mieli obawy, że opinie, które wcześniej wyrażali na temat nadmiernie pielęgnujących włosy mężczyzn, mogą obrócić się przeciwko nim. Co ciekawe, w trakcie trwania wywiadu często okazywało się, że wygląd włosów ma jednak dla nich duże znaczenie. To opinia typowa wśród mężczyzn młodych.

M(25): Zawsze jak pani Wiesia kończy, to ona już wie, że ja sobie życzę żeby mi machnęła jakimś żelem. Bo ja nie lubię takich grzecznych fryzur. Takie grzeczne włoski, do przodu, bez niczego, to nie dla mnie.

J: Czyli jednak przywiązujesz wagę do włosów? [wcześniej respondent zaprzeczył]

M(25): No w sumie tak, wpływa to jakoś tam na moje samopoczucie. Przed wyjściem, zwłaszcza do pracy, kiedy wiem, że będę się dużo kontaktował z ludźmi to muszę jakoś wyglądać i zawsze coś z tymi włosami muszę zrobić. (...) Się jest atrakcyjniejszym. Jakoś tak jest, że ludzie dbają o swoją atrakcyjność. Chociażby po to, by się podobać płci przeciwnej.

Taki sposób myślenia lansują, pojawiające się w coraz większej ilości reklamy kosmetyków dla panów. Prawdziwy mężczyzna, to już nie tylko ten, który potrafi zreperować cieknący kran, świetnie zna się na samochodach(choć i to jest wciąż ważne) i wypija kufel piwa jednym duszkiem, ale także ten, który ma gładką skórę, pachnące ciało i piękne, lśniące włosy bez łupieżu. Jedna z reklam szamponu do włosów dla mężczyzn obrazuje taką sytuację:

Na pierwszym planie pojawia się mężczyzna. Za jego plecami, w tle widać kobietę, która kusząco porusza swoim smukłym, półnagim ciałem. Próbuje uwieść bohatera reklamy. On, jakby zwracając się widzowi, mówi: "Odkąd się wprowadziła poddaje próbie moją pewność siebie". Jeśli uda się jej wywołać w nim poczucie zawstydzenia będzie miała go w garści. Na to liczy. Wstyd potęguje zachowania konformistyczne i uległość. "Nie wie, że moją pewność siebie zapewniają mi moje lśniące, włosy bez łupieżu."- puentuje mężczyzna i puszcza do widza oko.

To wyraźna sugestia. Nie daj się zwariować kobiecie. To ty możesz mieć przewagę. Wystarczy, że użyjesz jej broni. Będiesz mógł spać spokojnie, pod warunkiem, że zadbasz odpowiednio o swoje ciało. To ono zapewni tobie poczucie komfortu i pewność siebie, tak ważną w życiu każdego mężczyzny. Jeden z moich respondentów już uległ takiemu stylowi życia. Zapytany jak pielęgnuje swoje włosy odpowiedział:

M(27): Poświęcam włosom około pół godziny dziennie. Myję głowę dwa razy dziennie: rano i wieczorem. Rano z tego względu, że przez cały dzień czuję się dobrze, bo te włosy układają się tak jak chcę, a przed snem no to jest podobnie jak nie umyć zębów. Budzisz się i masz w buzi "papcia", podobnie na głowie byłby chaos a włosy byłyby wysuszone. Najpierw jest mycie, potem odżywka z tej samej firmy, spłukanie tego. Potem trzeba te włosy delikatnie ręcznikiem przetrzeć i po kilku minutach, jak już jest odpowiedni stopień wilgotności to wtedy się nakłada

środek układający włosy. No i potem ułożenie, skorzystanie z grzebienia albo ze szczotki. No i tak schodzi to 20 minut.

Podobne przesłanie odnaleźć można w wielu czasopismach dla mężczyzn. Coraz więcej miejsca poświęcają one modzie i pielęgnacji ciała. Są już nawet takie, które łamy gazety całkowicie wypełniają taką właśnie treścią. Wystarczy wspomnieć choćby "Kreatora", magazyn dodawany do podstawowego wydania "Playboya" co pół roku, kolejno na sezony: wiosna/lato i jesień/zima.

Najpopularniejsze marki odzieżowe przeznaczają już na odzież męską całe piętra. Prześcigają się w gadżetach, które dodają naszemu strojowi animuszu. Kiedyś były one specyfiką tylko damskich działów. Dziś chcą stworzyć dla klienta „bazę danych”⁷⁸, z której będzie on mógł dobierać poszczególne komponenty. Poszerzają w ten sposób sferę autonomii podmiotowej. Im więcej warstw stroju, tym lepsza zabawa, tym większe prawdopodobieństwo, że stworzona kompozycja jest jedyna w swoim rodzaju, różnicuje. Aż dziw, że żadna z marek odzieżowych nie wpadła jeszcze na pomysł, by w swoich sklepach umieszczać salony fryzjerskie, które będą potęgowały jeszcze pulę możliwości, a jednocześnie gwarantowały spójną całość ubioru i fryzury.

M(27): Obcinam włosy, przede wszystkim żeby dobrze wyglądać we własnym mniemaniu. Żeby się dobrze czuć.

J: A czy takie myślenie, że chcesz się podobać sobie nie wydaje ci się naiwne?

M(27): Nie, nie. Mówiąc to miałem na myśli, że to ja oceniam, czy dobrze wyglądam, ale w oczach innych. Bo o to chodzi, żeby dobrze wyglądać w oczach innych, ale że nie wiem jak wyglądam w oczach innych, no to zakładam, że to moje widzenie jest do nich zbliżone, że mam jakiś tam zmysł estetyczny, wiem, jak dobrze wyglądam, i że to będzie się podobało.

78 Baza danych to pojęcie, którym posługuje się Lev Manovich chcąc określić jeden z modeli struktury świata, symbolizujący erę komputerową (używając słów Lyotarda, społeczeństwa informatyczne). „Jeśli po śmierci Boga (Nietzsche), upadku wielkich narracji oświecenia (Lyotard) i nadejściu sieci (Tim Berners Lee) świat wydaje się nam nieskończonym i niezorganizowanym w żadną struktur zbiorem obrazów, tekstów i innych danych, jedynym właściwym rozwiązaniem wydaje się traktowanie go w kategoriach bazy danych”. Zob. L. Manovich, *Język nowych mediów*, Warszawa 2006, s.335. Bazę danych rozumiem w kontekście mojej pracy jako zbiór elementów nie nacechowanych, w przeciwieństwie do narracji, która ma swoją logikę. Korzystając z tej samej bazy danych dwie różne osoby mogą stworzyć dwie różne opowieści. Jak zauważył w swojej pracy magisterskiej Waldemar Rapior: „Użytkownik bazy danych nawigując wykorzystuje jedne elementy inne nie, ustawia je w wymarzony sposób. Widzimy zatem jaką rolę pełni wyobraźnia w korzystaniu z bazy danych. Dlatego między innymi nasze społeczeństwo jest społeczeństwem konsumpcyjnym ponieważ, jak zauważył Campbell, kupowanie to kwestia bycia, kupowanie to poszukiwanie, kupowanie to czysta autoekspresja.”

Mężczyźni coraz częściej zdają sobie sprawę, że ciało dzisiaj jest bardzo ważną składową naszego "ja". To już nie tylko wyraz narcystycznych skłonności. Ciało jest informatorem dla naszego ewentualnego towarzysza interakcji. Może go "skusić" bądź odstraszyć od podjęcia bądź przyjęcia inicjatywy.

M(27): Kiedy ja idę do pracy to mam zamiar mieć jakąś taką fryzurę, która będzie wzbudzać zaufanie i nie spowoduje, że te osoby będą mnie miały za jakiegoś, nie wiem, zula, na przykład.

Ale jednocześnie ciało musi wyrażać to, kim się czujemy, jacy jesteśmy. W przeciwnym razie już po chwili nasz towarzysz interakcji zorientuje się, że pod maską ukrywa się ktoś zupełnie inny. Wciąż ten sam respondent opowiada o sposobie doboru fryzury:

M(27): Mam wizję, co do mnie pasuje, do mojego stylu ubierania się, do mojej twarzy. Tego jestem świadom, stąd czerpię inspiracje. Najpierw się to staram w głowie ułożyć.

Mimo, że nadal częściej występującym wśród mężczyzn schematem postępowania wobec ciała jest próba jego „wymazania” (choćby poprzez standardowe strzyżenie włosów „na krótko”), niewątpliwie, a pokazują to przytoczone powyżej przykłady, schemat przymusów wewnętrznych dla płci męskiej zaczyna ulegać zmianie. Miejsca jednostki w świecie nie rysuje już gruba, nienaruszalna kreska przynależności do odpowiedniej płci, choć wciąż jest ona widoczna. Nie należy zatem poprzestać na potraktowaniu zakładu fryzjerskiego jako wytwórni męskości, lecz spróbować na ten problem spojrzeć z szerszej perspektywy. Nasuwa się pytanie, czy przemiany zachodzące w postrzeganiu i traktowaniu ciała, a zatem także interesujących mnie włosów, przez mężczyzn są wynikiem szerszych przeobrażeń dokonujących się w procesie cywilizacyjnym, w społeczeństwie współczesnym? Niemożliwym jest odpowiedzieć na to pytanie bez przeanalizowania zmian jakie zapisują się także w habitusie kobiecym.

Ciekawą wskazówką, a jednocześnie łącznikiem dla powyższych rozważań może okazać się postępujący zanik podziału zakładów fryzjerskich na męskie i damskie. Kiedyś to była norma. Wówczas nie tylko powstająca w nich fryzura, ale także ich wystrój i atmosfera wyraźnie rysowały granice, tego co męskie i kobiece. McCracken opisując męskie zakłady fryzjerskie z lat pięćdziesiątych zauważa w nich wiele symboli męskości. Wymienia między

innymi: radio zawsze przełączone na stację sportową, bądź relacjonujące policyjne pościgi, gazety polityczne, ekonomiczne i obowiązkowo Playboy. Zwraca też uwagę na sposób konwersacji. Rozmowy składają się z krótkich, urywanych zdań, o jak najmniejszym nacechowaniu emocjonalnym (uleganie emocjom to oznaka słabości). Nagromadzenie tego typu elementów nie było bezpodstawne. Budowało bowiem mur obronny przed organiczną, trudną do okiełznania, niebezpieczną substancją włosów z jaką przychodziło im walczyć w zakładzie fryzjerskim⁷⁹.

Zakład kierujący swoje usługi tylko do jednej z płci przechodzi już do lamusa. Dlaczego, spróbuję znaleźć odpowiedź w kolejnej części rozdziału.

Wytwarzanie kobiecości, czy demokratyzacja płci?

Równie trudno jest dziś znaleźć tradycyjny zakład fryzjerski damsko-męski z wyrazistym podziałem na część męską i część damską, która kiedyś zapewniała intymność jednej jak i drugiej stronie. Udało mi się jednak trafić do jednego z nich. Stojąca po środku zakładu ściana wyraźnie zaznaczała dwa światy: świat gospodarstwa domowego i świat życia publicznego, polityki i ekonomii. Łatwo rozpoznać taki, dość stereotypowy sposób myślenia o kobietach i mężczyznach. Po jednej ze stron na stoliczku pięła się w górę sterta tygodników dla pań: *Tina, Naj, Pani Domu* i *Życie na Gorąco*, po drugiej pachniało świeżutką *Gazetą Wyborczą*, a w skromniejszej ilości można było znaleźć też: *Politykę, Oblicza Historii, czy Wędkarstwo*. Nie sposób, wobec nagromadzenia tylu symboli, nie przyznać racji Bourdieu, który zakłady fryzjerskie wymienił jako jedne z podstawowych miejsc wytwarzających i podtrzymujących znaki różnicy płci. Właściciele zakładu tłumaczyli taki stan rzeczy tradycją. Ich zakład fryzjerski obchodzi w tym roku 50-lecie. Są dumni, że przez tak długi czas niewiele się zmieniło. Dodatkowo krytycznie wyrażają się o nowoczesnych zakładach, w których tuż obok męzczyzny obsługiwana jest kobieta i odwrotnie.

Nasi klienci, w szczególności kobiety, narzekają na brak podziału: męskie – damskie. Sytuacja u fryzjera jest dla nich intymna i krępuje ich, że mężczyźni mogą obserwować je we wszystkich stadiach fryzury. Czasem wygląda się bardzo komicznie a nawet upokarzająco.

79 G. McCracken, *op. cit.*, s. 33.

Przebywając u fryzjera dłuższy czas, zarysowuje się już sfera liminalna, czyli stan pomiędzy “przed” i “po” zmianie, w którym jesteśmy niedefiniowalni, w którym nie należymy do żadnej z kategorii. Wizualność płci jest tu zamazana. Taka sytuacja staje się niezręczna głównie dla kobiet. Potęguje poczucie zakłopotania, szczególnie w obecności męskiego wzroku, który jest dla nich, zdaniem Bourdieu, jednym z elementów konstytutywnych. Dopiero efekt końcowy jest bowiem przeznaczony do oglądania.

Skutkiem męskiej dominacji stwarzającej kobietę jako przedmiot symboliczny, którego bycie (*esse*) jest przede wszystkim bycie-widzianą (*percipi*) jest stan związanej z własnym ciałem ciągłej niepewności. Stan ten można inaczej nazwać zależnością symboliczną. Kobiety istnieją bowiem przez i dla spojrzenia – są więc przedmiotem – dostępnym, przykuwającym wzrok, gotowym do użycia – pisze Bourdieu.⁸⁰

Jego koncepcja opiera się na habitusie, czyli dyspozycjach cielesnych i mentalnych człowieka, traktowanych jako naturalne i obiektywne, ale tak naprawdę przypisywanych jemu społecznie poprzez kulturę symboliczną oraz stałe schematy postrzegania i oceny. Podobnie wytwarzane są znaki różnicy, które tworzą dystynkcje: męskie/kobiece. Habitus kobiety to “ciało-dla-innego”, które przekłada się na jej umiejętność wywoływania zainteresowania, czy podobań się, potocznie zwane kokietowaniem. Proces utrwalania się różnic rozciąga się na wiele sfer życia. Zakłady fryzjerskie są jedną z nich. Dla mężczyzn są narzędziem “wymazywania” ciała, dla kobiet są sferą upiększania się, które jest językiem uwodzenia. To tradycyjne postrzeganie tego miejsca. Dlatego doskonale wpisuje się w napotkany przeze mnie zakład fryzjerski, którego najlepszym symbolem jest stojąca pośrodku ściana, przypominająca mur. Mur jest wizualizacją dwóch odrębnych światów, a może mur wytwarza owe światy tam gdzie różnica wcale nie istnieje obiektywnie? Sztucznie dzieli na tych po jednej i po drugiej stronie. Mur jest zmysłowy i swoją obecnością wciąż przypomina o opozycji, którą wyznacza. Jednocześnie blokuje nasze zmysły wobec tego, co zewnętrzne, nie dopuszcza do poznania. Mur jest wytworem człowieka.

Mur w większości zakładów fryzjerski runął. Ciekawe, czy wraz z nim runęła męska dominacja, wytwarzająca kobiece habitusy? Czy zmiany w sposobach czesania i w relacji fryzjer – klient można potraktować jako jeden ze wskaźników w tworzeniu świata

80 P. Bourdieu, *op. cit.*, s. 82

demokratycznego, świata, w którym liczy się człowiek, a nie jego płeć? Częściowo na to pytanie odpowiadam we fragmencie dotyczącym zakładu fryzjerskiego jako wytwórni męskości. Jak to jest w przypadku kobiet?

Jeżeli, jak twierdzi Bourdieu, “ciało-dla-innych” jest/było podstawą kobiecości, długie, piękne włosy są jednym z najistotniejszych jego elementów. Dlatego zakład fryzjerski to ważne miejsce w życiu kobiety. Na Zachodzie do połowy lat 80-tych, a w Polsce jeszcze w latach 90-tych kobiety były zależne od swoich fryzjerów, ponieważ wymagały tego od nich ich fryzury. Włosy długie, element kobiecości, należało jakoś okiełznać. Ciężki tapir, pokryty dużą ilością lakieru, wykonywany starannie przez fryzjera starczał na cały tydzień. Ale gdy ów tydzień dobiegał końca wizyta w zakładzie fryzjerskim stawała się koniecznością. Paulina wspomina: “Po tygodniu przychodziły do przeczesywania, a po dwóch dopiero myły tą głowę.” Włosy były stabilne, wręcz nieruchome, jak na manekinie. Włosy były zdyscyplinowane. Każda szanująca się kobieta musiała wyrażać swoją powściągliwość poprzez fryzurę. Włosy były zniewolone, jak zniewolona była kobieta przez patriarchalną władzę. Fryzury miały dobrze wyglądać, a to jak bardzo kobiety musiały się dla nich poświęcać nie było aż tak istotne. Włosy kobiety były doskonałym materiałem dla fryzjera-artysty, który tworzył z nich dzieła sztuki. Kobięce ciało było tylko manekinem prezentującym umiejętności fryzjera. Jednakże kobiety nie protestowały, wręcz przeciwnie, były z tego dumne. Nie były świadome, że takie oddzielenie kobiety od jej włosów świadczyło o jej uprzedmiotowieniu, potraktowaniu jej za ledwie jako zlepka kilku elementów ciała. Kobieta była wówczas głównie “do oglądania”, jeśli w ogóle pojawiała się w sferze publicznej.

Tym wyrazistsze były symboliczne momenty obcięcia włosów przez kobietę w celu zaznaczenia swej męskiej siły (władzy), dojrzałości i niezależności. Takie akty należały jednak do rzadkości. Królowa Elżbieta, w filmie *Królowa*, przejmując władzę w Królestwie obcięła swoje włosy, chcąc odciąć się od niewinności i słabości kojarzonej z kobietą, by stać się nie zniewieściałą następczynią, lecz prawowitym następcą tronu. Nie oznaczało to wyrwania się spod męskiej dominacji, ale wejście w jej szeregi. I właśnie do takich konsekwencji prowadziły próby zmanifestowania emancypacji kobiet w latach 70-tych i 80-tych XX wieku. To kolejny etap w historii kobiecości zaznaczony poprzez włosy. Brenda, prawniczka opisywana przez McCrackena w jego książce *Big Hair*, nosiła fryzurę, którą autor nazywa “przystojną”, już nie “cudną”, “słodką” czy “boską”. Perfekcyjnie przycięte,

przefarbowane na ciemny brąz, raczej stonowane, nie narzucające się, zdyscyplinowane włosy przewodziły nową wiadomość, jaką kobiety chciały przekazać światu. “Nie chcemy być więźniami waszych seksistowskich oczekiwań. Nie jesteśmy ugodowe, miłutkie i delikatne. Jesteśmy bezkompromisowe i bezbłędne”. W upodobnieniu się do mężczyzn, przypisaniu sobie cech, tradycyjnie postrzeganych jako męskie widziały jedyną drogę, by przedostać się do świata pracy, profesjonalizmu, odpowiedzialności. Zamazując swoją płęć nieświadomie poddawały się regułom przez męski świat narzuconym. Męski wzorzec był synonimem społecznie poprawnego, do którego dążyli wszyscy. Ważnym jest jednak fakt, że w odróżnieniu od wcześniejszej relacji z fryzjerem kobiety same zaczęły decydować o tym, jak będzie wyglądała ich fryzura, i co chcą przez nią wyrazić. Era zależności od fryzjera i dyktowanych przez niego sposobów czesania powoli dobiegała końca.

Pierwszym fryzjerem, który odważył się wprowadzić zmiany był Vidal Sassoon. To był koniec lat 60-tych. Zadał podstawowe pytanie, które obróciło relację klient – fryzjer o 180 stopni. Pytanie brzmiało: a co z klientką? Jak wygląda jej twarz, jaki rodzaj włosów posiada, a co najważniejsze kim jest i dokąd ma prowadzić zmiana, której chce się poddać? Fryzurę można dopasować dopiero uzyskując odpowiedź na wszystkie z powyższych dylematów. Takie podejście pozwoliło na upodmiotowienie kobiety. Wygląd zewnętrzny od tego momentu stał się jej własną, suwerenną decyzją, a do tego wynikiem wielu składowych, zależnych niekoniecznie od męskiego wzroku, lecz częściej od jej wewnętrznych potrzeb, czy zachcianek. To nie jest już próba wymuszenia równości między płciami, a bardziej wyobrażenie sobie rzeczywistości opartej na różnych definicjach kobiecości, a może po prostu człowieka. Wygląd, jak już pisałam, jest dzisiaj jednym z istotnych elementów refleksyjnego projektu “ja”. Dotyczy on zarówno kobiet jak i mężczyzn (co starałam się dowieść powyżej).

Z.: Długie włosy są symbolem kobiecości, przyciągają uwagę zarówno mężczyzn jak i kobiet. Ale problem polega na tym, że ich jakoś nie pozwala często, by były długie. Dodatkowo ich długość nie będzie uwypuklała urody twarzy. Każda kobieta powinna zdać sobie sprawę z tego, co jej pasuje, a nie, co jest stereotypem kobiecości. Dzisiaj mogą się przecież czuć bardziej kobieco w krótkich włosach.

Nie chodzi bowiem o całkowite wyzbycie się seksualności (zgodnie z teorią ewolucjonizmu robimy wszystko, by podobać się drugiej płci), lecz o wyzwolenie ciała spod panujących

stereotypów, tak by móc działać w zgodzie z samym sobą (czuć się kobieco mając krótkie włosy i nie tracić poczucia męskości zapuszczając je).

Do polskich zakładów fryzjerskich taki sposób traktowania klientów wprowadzony został stosunkowo niedawno.

P.: W tej chwili fryzjerstwo zaczęło być modne. Od jakiś może ośmiu lat. Nie idę do fryzjera tylko dlatego, że mam za długie włosy czy odrost. Są klientki coraz bardziej odważne i wymagające. Najważniejsze jest chyba gdzie klientka pracuje, jaki prowadzi styl życia, czy fryzura będzie pasowała do jej sposobu bycia, charakteru, do jej ubioru.

Liczy się całością. Kobieta nie jest już tylko swoim ciałem. Ma charakter, upodobania, określony styl życia, zawód, a jak się okazuje, nawet odpowiednią temperaturę głosu. Fryzjer jest od tego, by dopełnić całości.

Z.: Jeżeli siada przed tobą osoba na fotelu i ty widzisz w tej osobie rzeczy, które już są w niej fajne to widzisz kontynuację tego i możesz po prostu dopełnić obraz. Te fajne rzeczy w obrazie wiążą się ze sposobem zachowania się tej osoby, z tym jak ona do mnie mówi, z temperaturą jej głosu, temperamentem, to się wszystko składa na całość. I albo widzę wtedy coś absolutnie szalonego na jej głowie albo po prostu poprawiam to, co jest.

Większość kobiet deklaruje, że chodzi do fryzjera by dobrze wyglądać. Część z nich dodatkowo potwierdza, że to szczególnie istotne właśnie z faktu bycia kobietą, kobietą czującą na sobie męskie spojrzenie. Jednakże wśród moich rozmówczyń tylko kobiety starsze, powyżej pięćdziesiątego piątego roku życia, wygłaszały podobny osąd.

K(65): No to jest podstawowa rzecz żeby jakoś wyglądać. No włosy muszą być uczesane, obcięte i tak dalej. Po to, żeby kobieta jakoś tam wyglądała, wiadomo. Jeśli chodzi o kobietę to najważniejsze są: głowa, włosy i nogi. Pierwszy rzut oka na kobietę to właśnie głowa. Każdy mężczyzna właśnie na włosy zwraca uwagę. No, może nie w przypadku kobiety w moim wieku(śmiejch).

Także starsi mężczyźni podkreślają, że kobiety są od tego, by ich fryzury zachwycały.

M(70): Wy, panie jesteś pod tym względem lepsze. Kobiety większą uwagę zwracają na ubiór, a co się z tym wiąże, żeby dobrze wyglądać, trzeba jeszcze zadbać o włosy.

Jednakże większość kobiet młodych i w wieku średnim deklaruowało, że robią to ze względu na siebie, a nie opinię zewnętrzną.

J: Czym się kierujesz przy doborze fryzury?

K(24): Tym, co mi się podoba. Nie zwracam uwagi na modę. Ważne żebym to ja siebie akceptowała w tej fryzurze. Wtedy dobrze się czuję. (...) Opinie innych specjalnie mnie nie interesują.

K(48): Odczuwałabym dyskomfort jeśli wyszłabym nieuczesana. Nawet jeśli to są wakacje w zabitej dechami wsi, gdzie jest dwóch mieszkańców na krzyż to ja mam taki nawyk i robię to niemalże odruchowo. (po chwili zastanowienia) No może tam bym się skusiła, ale jest jeszcze warunek, że tam nie będzie żadnego lustra, bo ja to robię dla siebie. Ja mam taki komfort, że ja mam te włosy zrobione. I tu nie chodzi o to, że może a nuż kosmici wylądują albo wystąpię w telewizji.

K(51): Poza tym lubię po prostu dbać o włosy i dobrze wyglądać.

J: Dlaczego?

K(51): Bo muszę się sobie podobać.

Trudno powiedzieć, czy takie wypowiedzi to próba wyparcia uzależnienia od wzroku innego poprzez głośne manifestowanie potrzeby samoakceptacji, czy autentyczna wiara, że chcę się podobać właśnie sobie a niekoniecznie komuś innemu. Niezależnie od przyczyny, przez takie wypowiedzi przebija się silne poczucie podmiotowości kobiet. Robię coś dla siebie, bo ja tak chcę. Możliwość zdefiniowania własnych pragnień wiąże się bowiem z subiektywnym doświadczeniem, z odkrywaniem siebie. “(...) inni są zawsze w stanie określić nasze potrzeby. (...) Nikt jednak nie ma prawa decydować o tym, czego chcemy, czego pragniemy. Kiedy kwestia dotyka pragnienia, jedynie „pragnący” może czuć się «ekspertem»”.⁸¹

Niewątpliwie jednak subiektywne wyobrażenia (poprzedzone z reguły momentem spojrzenia w lustro, jak u mojej rozmówczyni), tworzące obraz własnego ciała, nie są jedynymi

81 C. Campbell, *Kupuję, więc wiem, że jestem: metafizyczne podstawy nowoczesnego konsumeryzmu*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, „Kultura popularna” nr 4 (18).

czynnikami warunkującymi samoocenę. Na postrzeganie własnego ciała mają wpływ także wyobrażenia, które zdają się być obiektywne, bo pochodzą od innych, jednakże są określone przez narzucone kulturowo schematy postrzegania i oceny.

Nie bez wpływu na kształtowanie owych schematów percepcyjnych pozostaje reklama. W tym kontekście chciałabym przywołać jedną z reklam szamponu do włosów. Kobieta myje swoje włosy. Dokładnie wciera szampon. Rozczesuje włosy, suszy je i układa. Wszystkie czynności wykonuje z błogim wyrazem twarzy. Nagle widzimy ją na samym szczycie schodów sali balowej. Ubrana w wieczorową suknię, w świetle reflektorów, uśmiecha się i przerzuca swoje piękne, lśniące włosy z jednego boku na drugi. Po chwili rusza dostojnym krokiem w dół. Już na nią czekają. Setki par oczu zwrócone tylko na nią. I ty możesz je spotkać na swej drodze. Wystarczy, że użyjesz szamponu marki X, który nada twoim włosom olśniewający wygląd i niepowtarzalny blask.

Kobieta – obiekt pożądania. Wiele się zmienia w kulturze wobec sytuacji kobiet, ale reklamy wciąż przywołują te same schematy, opisywane w *Męskiej dominacji* Bourdieu. Momentem kluczowym w tej reklamie jest właśnie spojrzenie, uprzedmiotawiające spojrzenie widzów. Teatr jednej aktorki.

Większość moich respondentek nie ma zaufania do reklam i nie traktuje ich jako wiarygodne źródło informacji dotyczące produktów do pielęgnacji włosów.

K(45): Reklamom nie zawieram, bo szampon przeciwłupieżowy już rok używam, bezskutecznie.

K(51): Nie, nie wierzę reklamom. Ja raczej wolę rzeczy sprawdzone, polecane przez kogoś, komu pomogło.

Jednakże reklama coraz częściej popularyzuje nie produkt, a pewną postawę, która służy użytkownikowi owego produktu. Nie pamiętam już nawet, jakiej firmy szampon promuje opisana przeze mnie reklama. Ale obraz pięknej, uśmiechniętej kobiety, która skupia na sobie spojrzenia wszystkich zapisał się w mej pamięci bardzo wyraźnie.

K(48): Jeśli chodzi o wybór kosmetyku to idę do sklepu i czytam, co jest napisane na opakowaniu. Niczym więcej nie muszę się kierować. Odżywek zazwyczaj nie używam. O, ale czasami reklama inspiruje. Jak jest coś takiego super, to aż się chce.

Reklama inspiruje. Reklama pobudza marzenia. Reklama kusi. No bo któż nie chciałby być podziwiany przez tak wielu? Wydaje się, że wystarczy tak niewiele. Wyglądam pięknie, a zatem mogę podbić świat.

Kobiety chodzą do fryzjera, by poprawić sobie humor. Ładny wygląd zapewnia im lepsze samopoczucie i dodaje pewności siebie. Czyżby właśnie ze względu na spełnione oczekiwania, jakie wytwarzają reklamy? I tu powracamy do punktu wyjścia. Kobiety bowiem zgodnie twierdzą, że robią to z myślą o sobie.

W.: Dla lepszego samopoczucia. Dla samych siebie. Na przykład dużo klientek miało chandrę, coś im się nie układa, coś w domu jest nie tak i przychodzą do fryzjera. No to proszę, podyskutujemy, uzgodnimy co robimy, jak robimy. Albo przechodziła i czuła potrzebę. Dużo jest takich sytuacji. Wystarczy, że umyję i na szczotkę zrobię im włosy i już jest lepiej. Nie dla ludzi, tylko siebie. Mówią, że lepsze to niż kupienie bluzki.

K(26): Przede wszystkim dlatego, żeby jakoś wyglądać. Ale jest też coś takiego, że jak coś zmieniam, jak wychodzę od fryzjera i mam poczucie, że dobrze wyglądam to się naprawdę rewelacyjnie czuję. Taka trochę terapia jakby. Wtedy wychodzę, przeglądam się we wszystkich witrynach sklepowych(śmiech) i jestem taka inna.

W parze z atrakcyjnym wyglądem zazwyczaj musi iść dzisiaj wygoda. To chyba najczęściej słyszana z próśb w zakładach przeze mnie obserwowanych.

P.: Nowoczesne metody to już jest zupełnie coś innego. To są fryzury już bardziej luźne.(...) Najczęściej kobiety chcą fryzurę wygodną. Ze względu na to, że wiele osób spędza cały czas w pracy. Wstają rano i wracają wieczorem. Nie byłyby w stanie jeszcze godziny poświęcić na robienie fryzury. Coraz więcej klientów uprawia sporty. Korzystają z różnego rodzaju siłowni, basenów, aerobiku. No i tu jest potrzebna wygodna fryzura.

Rodzaj uczesania jest bowiem także odbiciem zmian, jakie dokonały się w jakości i stylu życia kobiet. Wybór wygodnej fryzury można odczytywać przynajmniej na dwa sposoby. Od kiedy kobiety weszły w sferę pracy zawodowej usamodzielniały się ekonomicznie. To pozwala im na większą swobodę w podejmowaniu decyzji. Nastawienie emancypacyjne sprawia, że kobiety coraz częściej orientują swoje działania na samorealizację, czyli jedną z wartości

postmaterialistycznych. Wybierają wygodne fryzury, które nie będą ich absorbowały, pozwolą im zaoszczędzić wolny czas na bardziej rozwijające, niż dbałość o włosy zajęcia.

K(26): Gdybym miała dłuższe włosy to kwestia układania ich, prostowanie to jest w ogóle strata czasu dla mnie. I nawet nie to, żebym go nie miała, tylko po co? Wolę książkę poczytać.

Wykorzystanie czasu wolnego na samorealizację możliwe jest także dzięki demokratyzacji sfery życia prywatnego. Dotychczas przynależące do kobiety obowiązki domowe uległy podziałowi na wszystkich członków rodziny.

Jednocześnie kobiety nie wyrzekają się cielesności i atrakcyjnego wyglądu.

Wiesia: Kobiety chcą dobrze wyglądać, żeby umyć i żeby się super układał ten włos. Nie żeby ta fryzurka była na tydzień. Bo też mam takie klientki. Ale ma być tak zrobione i wycieniowane, że jak umyje w domu to ma się super układać, żeby nie mieć problemów.

Starają się połączyć przyjemne z pożytecznym. Szczególnie, że najnowsze techniki strzyżenia bardzo sprzyjają ich potrzebom. Coraz modniejsze stają się cięcia zgodnie z kierunkiem, w którym włos się naturalnie układa. Przy czym fryzura wcale nie traci na atrakcyjności. To też jeden z postulatów Vidala Sasoon'a.

T.: Ktoś może naprawdę dobrze obciąć, zachować odpowiednią linię cięcia, ale co z tego skoro włosy się nie chcą układać. Nie chodzi o to, żeby było prosto, równo i dobry kąt cięcia, tylko "pod włos". Trzeba obcinać pod konkretny typ wlosa, a każdy włos jest inny, każdy. Ja biorę pod uwagę naturę, nigdy nie będę się przeciwstawiał włosom. Zawsze wykorzystuję atut, który dane włosy posiadają, a każdy włos posiada taki atut. I one się wtedy bardzo dobrze układają same. No ale nie wszyscy klienci się na to zgadzają.

Naturalny, zdrowy wygląd włosa niesie informację: "Nic specjalnego nie robię, a wyglądam pięknie". Dodatkowo czas poświęcony urodzie jest traktowany jako czas stracony, czas dla zdrowia ciała to czas dobrze spożytkowany.

Jednakże dla wielu kobiet zrezygnowanie z pięknej, czasochłonnej fryzury to przymusowe wyrzeczenie, a nie akt woli. Nie w każdym gospodarstwie domowym dokonuje się

demokratyzacja. Potocznie mówi się, że, od kiedy kobiety weszły w sferę produkcji dóbr i usług mają podwójną pracę: zawodową i prowadzenie gospodarstwa domowego. Jak zauważyła fryzjerka: “Nie byłyby w stanie jeszcze godziny poświęcić na robienie fryzury”. Taki stosunek do swoich włosów wyraziła tylko jedna z moich respondentek.

K(45): Kiedy przychodzę po pracy do domu, a zdarza mi się posiedzieć nawet do 17.00 od samego rana, a tam dzieci już czekają na obiad, to mi się nie chce nawet myśleć, czy ja ładnie wyglądam czy nie. Specjalnie zostawiam sobie taką długość włosów, żeby móc upiąć je sobie w kok i o nich za dużo nie myśleć.

Respondentka cytowana powyżej, jest pomocą przedszkolną. Cały dzień spędza z małymi dziećmi, które nie są dla niej istotną grupą odniesienia. Dlatego nie zwraca szczególnej uwagi na fryzurę.

Jednakże atrakcyjny wygląd włosów, mimo coraz powszechniejszego dążenia do wygody, ma bardzo duże znaczenie właśnie ze względu na wykonywany zawód. Włosy to rama twarzy, element współtworzący twarz. Wejście na rynek pracy otworzyło kobiecie furtkę do przestrzeni publicznej, a z nią wiążą się pewne oczekiwania wizualne. W przestrzeni publicznej jesteśmy zdani na spojrzenie innego, ale nie jest to już spojrzenie uprzedmiotawiające, lecz bardziej spojrzenie zapoznawcze. Spojrzenie nie dystansuje. Spojrzenie, według Simmla, to „unikatowe «osiągnięcie socjologiczne» (...) Według niego właśnie patrzenie na siebie tworzy związki i interakcje pomiędzy jednostkami (...) Wskutek ekspresyjnego znaczenia wyrazu twarzy odwzajemniamy spojrzenie.”⁸² Dlatego twarz jest ważna podczas spotkań, dlatego tak ważny jest wzrok. Spojrzenie pozwala nam istnieć. „*Bycie-dla-spojrzenia*” drugiego człowieka to nie pokaz, nie jest to spektakl, zewnętrzność. Bycie dla spojrzenia jest naszą normalną kondycją.

K(66): Myślę, że panie teraz więcej chodzą do fryzjera.

J: Czym to jest spowodowane?

K(66): Myślę, że coraz więcej kobiet teraz pracuje i to coraz dłużej pracują, a w pracy trzeba jakoś wyglądać. To obliuguje.

K(60): Trzeba dbać o siebie. Między ludźmi człowiek pracuje to też musi ładnie wyglądać. Nie można tak.

82 J. Urry, *Życie za kółkiem*, przeł. P. Polak, s.417; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków 2008, s. 411-429.

Aparycja, jak już pisałam, jest informacją dla drugiego człowieka. W miejscu pracy, ale nie tylko, jest informacją o pełnionej roli. Erving Goffman pisze, że „pojęcie *twary* można zdefiniować jako pozytywną wartość społeczną przypisywaną osobie w danej sytuacji spotkania, gdy inni przyjmują, że trzyma się ona określonej roli.”⁸³ Będąc w interakcji jesteśmy współodpowiedzialni za jej trwanie i jej przebieg. Dlatego ważne jest spostrzegawczość. Oprócz pracy mózgu w interakcji ważne jest kierowanie fizycznym działaniem. Często to ono dostarcza wskazówek, ale raczej reagujemy na doznania fizyczne niż je kontemplujemy. To nie kompetencje i wiedza wpływają na utrzymanie roli. Odpowiednie wykonanie roli podtrzymuje spotkanie, ale także zapewni gratyfikację w postaci zadowolenia z dobrze wykonanej pracy, czyli dobrze odegranej roli. Zachowanie twarzy swojej i innych jest kluczowe dla trwania interakcji.

K(51): Człowiek dbając o swoją powierzchowność stara się w życiu jakoś wyglądać. Element dbałości o swój wygląd, o zdrowie jest integralną częścią naszego życia, tego, co nas otacza, co robimy i jacy jesteśmy.

Chcąc być profesjonalistą należy także jak profesjonalista wyglądać. Bycie eksponuje się w ciele. Wspomniana już wcześniej Brenda, prawniczka z książki *Big Hair* takiej strategii użyła w kreowaniu swojego wizerunku, jako pracownika godnego zaufania, bo rzeczywiście czuła się kompetentna. Zmiana odkształcona na ciele w postaci “przystojnej” fryzury pomogła jej odnieść sukces. Brenda dokonała transformacji siebie, nie tylko swojego ciała.

Zburzona ściana w zakładzie fryzjerskim oznacza uwolnienie spojrzenia z jego uprzedmiotawiających konotacji. Patrzymy na siebie jak przysłowiowy “równy z równym.” Płeć nie ma znaczenia, nie przenosi bowiem tak wielu informacji jak kiedyś. Patrzymy na siebie dla poznania. Mur zasłaniał człowieka, a wytwarzał dystynkcję. Demokratyczna relacja odrzuca „po pierwsze, założenie dystansu, po drugie, dystrybucję ról, po trzecie, granice między terytoriami”⁸⁴ W społeczeństwie demokratycznym zaufanie opiera się właśnie na jawności i szczerości. Spoglądając na kogoś wierzę, że ta osoba jest tym, kogo widzę, wierzę też że ten ktoś wie, kim jest. Jak mówią angielscy teoretycy aktów mowy- „*You mean what you say*”. Spotykając się wierzę, że mój rozmówca wie, co mówi. Tak samo jest z tym, co widzą moje oczy. Słuch i wzrok współoddziałują. Jak to ujął trafnie i zwięźle John

83 E. Goffman, *Rytuał interakcyjny*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa 2006, s. 5.

84 J. Ranciere, *Widz wyemancypowany*, “Krytyka polityczna” 2007, nr 13, s.318.

Berger: „widzenie poprzedza słowa”⁸⁵. Wzrok ma dostęp do osoby wcześniej niż słuch. To wstępne przekonanie, że widzę kogoś kto wie, kim jest i wizualizuje to poprzez ciało sprawia, że wchodzę w sytuację z nastawieniem, że nie mam do czynienia z oszustem. Zasada szczerości pozwala zniwelować dystans między nami. Ale zasada szczerości odnosi się nie tylko do „materialnej szczerości”, ale też do pokazywania i mówienia tego co się czuje wewnątrz. Zosia, gdy strzyże, jak sama mówi:

(...)oferuje także całą moją osobowość, która jest absolutnie zakręcona i nigdy nie wiem co się może wydarzyć. Nie potrafię sterować sobą na przykład gdy mam ochotę być negatywna to jestem negatywna a gdy mam ochotę być pozytywna to jestem pozytywna. Jak nie mam humoru to mówię, że nie mam humoru i ścinam i mówię cały czas że nie mam humoru dzisiaj. Liczę się z tym, że klient może do mnie już nie wrócić ale nie umiem tego wszystkiego w sobie ukryć, nie lubię się kamuflować, wolę być szczerą.

Celem demokracji jest „zapewnienie «swobodnych i równych» stosunków między jednostkami”⁸⁶, to realizowanie idei autonomii. To warunki dla rozwoju ludzkich zdolności; to udział jednostek w podejmowaniu decyzji, które mają charakter kolektywny, zatem jednostki muszą brać pod uwagę decyzję innych; to także ochrona przed arbitralnym stosowaniem władzy(także przemocy symbolicznej) oraz jej kontrola. Jednostka może rozwijać swój potencjał wówczas, gdy jej materialne potrzeby zostaną zaspokojone. Demokracja może się realizować dzięki poszerzeniu dostępności zasobów. To między innymi wspomiana już przeze mnie niezależność ekonomiczna kobiet. Ta swoboda i równość pozwala na samorealizację jednostek. Refleksyjne jednostki, które opierają swoją wiedzę o świecie już nie na tradycji lub wierzeniach, ale na systemach eksperckich, są także refleksyjne w stosunku do swojego ciała i ciał innych. Demokratyzacja sfery, przede wszystkim prywatnej, nie jest tylko projektem, ale realizującą się praktyką. Mur runął. Prawdą jest, że ta demokratyzacja z różnym skutkiem i z różną szybkością obejmuje poszczególne miejsca w sensie geograficznym jak i w sensie społecznym. Przedszkolanka nie mogła liczyć na współpracę z mężem, co blokowało jej autonomię. Demokratyzacja jest jednak ważnym dokonaniem procesu cywilizacyjnego, które w społeczeństwach rozwiniętych jest realną właściwością życia osobistego i zawodowego.

85 J. Berger, *Sposoby widzenia*, przeł. M. Bryl, Poznań 1997, s.7.

86 A. Giddens, *Przemiany intymności*, s.218.

Relacja jaka tworzy się między fryzjerem a klientem pozwala na autonomię oraz rozwój potencjalności obu stron. Fryzjer sam musi się rozwijać, rozwijać umiejętności techniczne, czy swoją wyobraźnię. Fryzjer uczy się wiele od swoich klientów. By fryzura pasowała ważne jest, aby kogoś, kto ma ją nosić dobrze poznać. Wystarczy przypomnieć sobie zestaw pytań Vidala Sassoon'a. Jak wygląda twarz jednostki, jaki rodzaj włosów posiada, a co najważniejsze kim jest i dokąd ma prowadzić zmianą, której chce się poddać?

Czyżby zatem Bourdieu mylił się pisząc:

Przekonanie, że przemoc symboliczną można by przezwyciężyć orężem świadomości, jest złudne, ponieważ warunki jej skuteczności zostały głęboko wpisane w ciało jako trwałe dyspozycje.

Zadane przez Sassona pytania dotyczące, zawartej w ciele klientki, tożsamości, to był tylko akt świadomości. Jednakże z czasem jego pytania stały się praktyką dnia codziennego, materializującą idee demokratyczne w ciele. Wpisane w ciało dyspozycje okazały się modyfikowalne, jak włosy. „Żywioł materialno-cielesny”⁸⁷, jak nazywa włosy Kanabrodzki, jest polem nieograniczonych tożsamości. Może dlatego mężczyźni uznają je za tak niebezpieczną substancję?

Indywidualizacja – tożsamość ucieleśniona

Relacja fryzjer-klient pozwala na autonomię i rozwój potencjalności. Jest to wynik przemian, które dokonały się zarówno w schematach postępowania obu płci (są coraz mniej nakierowane na wytwarzanie znaków różnicy), jak i w sposobie prowadzenia coraz bardziej różnorodnych interakcji, które mają jednak wspólny mianownik: demokratyczna relacja. Mężczyzna już nie musi mieć krótko przystrzyżonych włosów, zaczesanych na brylantynę. Kobieta wyzwoliła się od tapirów i nocy z włosami na wałki. Fryzjer nie traktuje już klienta przedmiotowo, a jego włosów jako odrębnego od reszty ciała materiału rzeźbiarskiego. Na tym zasadza się w dużej mierze przyjemność “wizyty” u fryzjera – możliwość wyrażenia siebie w ciele, realizacja projektu “ja”.

Świadomość jest zamknięta w ciele. Poczucie granic i własności ciała leży u źródła pierwotnego rozeznawania się w świecie, kiedy dziecko uczy się właściwości

87 M. Kanabrodzki, *op. cit.*, s. 21.

rzeczy i innych osób. Dziecko nie wie, że “ma” ciało, ponieważ to samoświadomość bierze się z cielesnego zróżnicowania, a nie odwrotnie. (...) Dziecko uczy się własnego ciała przede wszystkim dzięki praktycznym kontaktom ze światem rzeczy i ludzi. Poznaje rzeczywistość przez codzienną *Praxis*. Ciało nie jest więc jedynie “bytem”, ale – jak to również podkreśla Merleau-Ponty – jest doświadczane jako praktyczny sposób radzenia sobie z zewnętrznymi sytuacjami i zdarzeniami. Wyraz twarzy i inne gesty są zasadniczą częścią owej kontekstualności, czy też indeksalności, która stanowi warunek codziennej komunikacji. Aby być kompetentnym uczestnikiem życia społecznego, to znaczy takim, który na równi z innymi bierze czynny udział w procesie wytwarzania i odtwarzania relacji społecznych trzeba skutecznie panować nad swoją twarzą i ciałem. Kontrola ciała jest głównym aspektem tego, “czego nie daje się wyrazić słowami”, ponieważ tworzy niezbędne ramy dla tego, co wypowiedalne.⁸⁸

Kontrola ciała, ale nie w kontekście jego dyscyplinowania wobec odgórnie narzuconych reżimów, ale kontrola jako potrzeba demokratycznej szczerości, czyli kontrola autentyczności, wyrażania prawdziwego “ja” w ciele. Twarz ma tu ogromne znaczenie.

J: Czym się sugerujesz przy doborze fryzury?

Z.: Bardzo ważna jest budowa czaszki, budowa twarzy. Patrząc na twarz możesz widzieć poszczególne jej elementy i stąrasz znaleźć to co jest w tej twarzy najładniejszego. Często jest tak że przychodzą ludzie za jakimiś ciężkimi okularami, ich twarz jest absolutnie bez wyrazu, prostokątna. (...)Cechą dobrego fryzjera jest więc umiejętność obserwowania tego, co można wyciągnąć z twarzy ładnego.

Włosy jako rama twarzy nie są elementem oddzielnym, osobnym. Jak rama w obrazie, która nie tylko oddziela płótno od ściany, ale jest jego elementem składowym, tak włosy są także elementem, nie tyle dopełniającym, ale tworzącym twarz. Dlatego Zosia zwraca uwagę na twarz, na budowę czaszki. Obcięte włosy mają coś z pustej ramy, ramy w której zawieszony był portret. Ta rama, włosy jako rama, współzależność twarzy i włosów, ważna jest zarówno dla klienta i fryzjera. Klient może zmaterializować potencjalność wyobrażeń związanych z własną osobą. Z. przywołuje:

88 A.Giddens, *Nowoczesność i tożsamość*, s.81.

Ostatnio miałam taki przypadek, że przyszła taka kobieta i nagle jak zdjęła okulary to się okazało że ma piękne, okrągłe oczy; piękne, okrągłe łuki brwiowe, które w połączeniu z kością policzkową i z podbródkiem dawały taki piękny efekt. Ale co jeszcze psuło jej obraz to źle obcięte włosy, obcięte a'la przeciętna Poznanianka, czyli długie blond pasemka i postrzępione przy buzi, które zasłaniały całe kości policzkowe i linię szczęki, która była atrakcyjna. I jak ja ją ścięłam a'la Vidal Sassoon to zaczęła być... Wcześniej ja ją postrzegałam jako bardzo poważną i nobliwą osobę, chociaż była młodsza ode mnie. A jak zdjęłyśmy te okulary i zrobiłam jej nową fryzurę to od razu wyglądała na dwadzieścia parę, na osobę pełną radości, światła i słońca, bo odstoniła się jej buzia. I jak na nowo założyła te okulary to twarz znowu spoważniała, ale już znacznie mniej niż wtedy.

Okulary, włosy, linia szczęki, kość policzkowa te elementy są współzależne i to one tworzą gotowy obraz. Zmiana przed lustrem to nie tylko zmiana wyglądu. Dlatego w zależności z twarzą także wchodzi wyobrażenia własnej osoby. McCracken wspomina o fryzjerze, który przygotowywał się razem z klientką prawie cały rok, aby ściąć jej długie włosy. Michael, fryzjer wiedział, że długie włosy nie są idealne dla światła prawniczego. Klientka tego nie wiedziała, dlatego zmiana nie mogła nastąpić szybko. Zmiana wyglądu to nie tylko krótsze włosy.

K(31): Zmiana wyglądu jest bardzo trudna do przyzwyczajenia się samemu. Nauczyłeś się siebie jak wyglądasz inaczej i patrzysz teraz w lustro i widzisz kogoś innego i pytanie teraz czy chcesz?

Zmiana, jaka się dokonuje to nie tylko korekta, maska, którą można ściągnąć w każdej chwili. Przyzwyczajenie się do swojej twarzy, która jest inna polega na akceptacji inności, innego, który jest w nas, który jest nami. Zosia opowiada, o tej zmianie. Opowiada też o umiejętności, którą nabyła:

Umiejętność obserwacji klienta. Nie doceniłam kiedyś, że klientka miała w sobie tyle strachu. Obcięłam ją bardzo odważnie a ona mi się rozplakała na fotelu. Widocznie nie była gotowa na większą zmianę. No a wyglądała ładnie. Umiejętność wniknięcia w klienta. To jest trudne bo ludzie nie dążą do tego żeby być sobą, tylko żeby kreować swój obraz, a w momencie kiedy go kreują to ty rozmawiasz nie z nimi tylko z osobowością, którą oni wykreowali, która może być inna niż to, co mają w

środku. Tak jak ta dziewczynka co mi się rozplakała. Sprawiała wrażenie silnej dziewczyny, która wie, że jest piękna, chciała zostać modelką, a okazało się że jest małą dziewczynką która przyjechała do dużego miasta na studia. I nagle jakby dotarło do niej co zrobiła zgadzając się na to cięcie, że straciła tyle włosów, bo tu o długie włosy chodziło.

Fryzjer nie tylko słucha, ale też musi empatycznie „wniknąć w klienta”. Taka relacja opiera się na wzajemnym zaufaniu i rozumieniu. Transformacja twarzy to transformacja osobowości. Dwa przykłady Zosi tylko to potwierdzają. Vidal Sassoon zwrócił uwagę na grę nie tylko twarzy, ale całej osoby jak i osobowości. Jak to ujmuje McCracken „przed Sassoonem strzyżenie dla kobiet było, jak wiele innych rzeczy, zewnętrznym dodatkiem do własnego «ja». Po Sassoonie stało się czymś z własnego «ja».”⁸⁹ Wygląd współbrzmi z osobowością. Przyjmuje się, że w życiu miejskim, w zglobalizowanym i wyspecjalizowanym świecie, powoduje, że nasza osobowość jest fragmentaryczna. Przyjmujemy różne role, w różnych sytuacjach, z różnymi znajomymi. Będąc u fryzjera, przygotowując się na spotkania, okazuje się, że sfragmentaryzowana osobowość jest jednym kawałkiem a raczej siecią splecioną z różnych przekonań. Odmłodzona klientka w okularach, która była gotowa na zmianę, która gotowa była na śmiały wybór. Z. dodaje:

Jak obcięłam jedną stronę to poprosiłam by przyjrzała się, i stwierdziła, która strona wygląda atrakcyjniej i ładniej. Jeszcze jej poleciłam jak ma się malować żeby dopełnić obrazu.

Z drugiej strony pewna siebie klientka, młoda i atrakcyjna, z marzeniami na przyszłość: „chcę zostać modelką!”. Nożyczki fryzjera obcięły w jej przekonaniu szanse na karierę. Ogarnęło ją poczucie wstydu, wstydu związanego z wyższym stopniem prestiżu i uznania⁹⁰. W tym przypadku młoda studentka dostarczyła sobie naddatku prestiżu. Zgodziła się na śmiałe ścięcie. Poczym porównała to, co widzi w lustrze ze swoją koncepcją „ja”. Wyobrażenie nie zgadzało się z rzeczywistością. J.M. Barbalet nazywa ten typ wstydu narcystycznym. „Ponieważ ten rodzaj wstydu wzbudza u doświadczającej go osoby wątpliwości, co do zgodności wytworzonego przezeń autowizerunku z rzeczywistością, wstyd ów odczuwany jest jako szczególnie bolesny, a nawet toksyczny”⁹¹. Stąd płacz. Dlatego też relacja między

89 G. McCracken, *op.cit.*, s.60.

90 J.M. Barbalet, *Konformizm i wstyd*, przeł. M. Korzewski; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków 2008, s. 828-855.

91 *Ibidem*, s. 852.

fryzjerem a klientem jest tak istotna. Dlatego Zosia mówi, że „obliguję moich klientów do tego, żeby do mnie dzwoniли i mówili jak się czują w nowej fryzurze, czy włosy się układają.” Klient musi czuć się w nowej fryzurze jak w dobrze dopasowanym ubraniu. Musi czuć się swobodnie a ta swoboda jest możliwa, gdy to, co na zewnątrz zgadza się z tym co w środku. To dialog nożyczek, lustrzanego odbicia, wyobrażeń, autokreacji i osoby fryzjera.

Ta interpretacja to konsumpcja swojego wizerunku w myśl tego, co o konsumpcji pisał Colin Campbell⁹². Obserwowanie siebie w lustrze, postępujących zmian to reagowanie na ten wizerunek. Czasami płaczem, czasami wstydem, czasami zadowoleniem. Obcinanie włosów nie jest tylko nakładaniem znaków na ciało. To już nie tylko kreowanie ciała, aby wpisywało się w role i statusy społeczne, ale przede wszystkim „odkrywanie” tożsamości poprzez to, czego pragnę. Przemiana przed lustrem to reakcja na ułożenie grzywki, kolor włosów, ich długość. To poznawanie tego co się lubi, w czym się dobrze czuje, czego się pragnie; to określanie swojego gustu; to odkrywanie siebie.

Uważam raczej, że «odkrywamy» ją [tożsamość] wystawiając się na bogactwo produktów i usług, a uświadamiając sobie swoje reakcje, dochodząc do tego, co lubimy, a czego nie, odsłaniając przed samymi sobą to, „kim naprawdę jesteśmy.”⁹³

Ciało to miejsce konsumpcji siebie; to miejsce pytań dotyczących metafizycznych kwestii „istnienia i poznania”. Poznania siebie. Jak w przypadku studentki, która chciała zostać modelką. Wizyta u fryzjera miała potwierdzić jej pragnienia i uczynić krok w stronę wielkiej sceny. Końcowy efekt fryzjerskiej pracy jednak przyniósł zupełnie nieoczekiwany finał: płacz. Fryzjer umożliwia nam odkrycie siebie, także to, że nie jesteśmy gotowi na pewne zmiany, przynajmniej jeszcze nie teraz. Zosia mówi, że „równowaga musi dotyczyć zawsze każdego aspektu siebie”. Tą równowagę pozwala uzyskać fryzjer. Jak w historii przytoczonej przez McCrackena: młodej prawniczki z długimi włosami. Fryzjer przez prawie rok przygotowywał ją do zmiany. Fantazje czasami roztrzaskują się po zetknięciu z odbiciem w lustrze. Dlatego konsumpcja u fryzjera to konsumpcja z kimś, z partnerem w demokratycznej relacji. To testowanie pragnień w towarzystwie.

92 C. Campbell, *op. cit.*, s.

93 *Ibidem*, s.

Rozdział 5. Spotkania.

3 typy kultur.

(...) najprostszą z punktu widzenia metodologicznego formacją społeczną jest układ dwóch elementów. On sam jest takim typem istnienia socjologicznego, który w czystej i charakterystycznej postaci realizuje wiele rodzajów form.⁹⁴

Demokratyczna relacja, jaką buduje w zakładzie fryzjerskim spotkanie „dwóch elementów”: fryzjera i klienta przybiera „wiele rodzajów form”. Różnorodności nadają jej wchodzące w jej skład jednostki. W poniższym rozdziale chciałabym bliżej przyjrzeć się, co decyduje o konstytuowaniu się owej relacji w odpowiednich konfiguracjach „dwóch elementów” oraz jej funkcjonowaniu i znaczeniu, w zależności od danej „formy układu”.

McCracken w bardzo prosty, a jednocześnie trafny sposób opisuje podstawy konstruowania się owego demokratycznego „układu dwóch elementów”. W cytowanej w poprzednich rozdziałach książce, *Big Hair*, przywołuje rozmowę między Bernardem, fryzjerem, a Cynthia, klientką. Jego zdaniem jest ona kluczowa, toteż przywołuje jej spory fragment. Bernard zaczyna od pytania „Co nowego, Cynthia?”. Po tym pytaniu Cynthia rozpręży się a rozmowa z tematu włosów przenosi się dalej. Bernard nie zadaje zbędnych pytań; pamięta, że Cynthia nie lubi Milwaukee. Jak powiedziała J., klientka:

94 G. Simmel, *Socjologia*, przeł. M. Łukasiewicz, Warszawa 2005, s.91.

Oczywiście są rozmowy o włosach. T. to jest taki trochę psycholog, bo ty marudzisz na swoje włosy, a on Ci zawsze, że nie jest tak źle, nie przesadzaj, takie komplementy ci sprawia. Człowiek się po prostu taki dopieszczony psychicznie czuje.

Cynthia i J. czują się rozluźnione, zauważone, dopieszczone. Fryzjer pobudza zmysły. Zapachy szamponów mile pobudzają węch, dłonie pobudzają receptory na skórze, czesane włosy uspokajają. Towarzystwo w postaci fryzjera, który skupia uwagę tylko na tobie, to rozmowa bez skrępowania czasem, rozmowa, w której żadna ze stron nie uzyskuje przewagi. Pomimo skrępowania peleryną okrywającą ciało siedzące na fotelu fryzjer nie ma przewagi. A i rozmowa nie toczy się tylko wokoło włosów. Jak ujmuje to McCracken: „Bernard pomaga Cynthi stać się Cynthią przez stawanie się samemu Cynthią”. Co oznacza, że Bernard staje się Cynthią i dzięki temu odbiciu Cynthia widzi siebie i przez to, że Bernard staje się Cynthią pozwala jej powiedzieć to, czego ona sama by nie powiedziała. Pozwala podjąć jej decyzję, której by nie podjęła.

Siedząc przed lustrem i patrząc na transformację twarzy, która rozjaśnia się przez grzywkę lub jej brak, która poważnie przez usztywnienie włosów patrzymy na siebie. Nie widzimy w odbitym obrazie kogoś innego lub maski. Fryzjer ścinając nożyczkami włosy nie czyni tego w sposób autorytarny. W ruchach pomiędzy włosami pojawiają się słowa. Język przychodzi z zewnątrz, aby połączyć wyobraźnię z wyglądem. Fryzjer jako ktoś zewnętrzny dla naszej wyobraźni umożliwia ten język. Tak jak dziecko, wchodząc w świat symboliczny, robi to dzięki i poprzez Innego, zazwyczaj Ojca, tak dzięki tej zewnętrzności fryzjera możliwa jest transformacja; nie tylko redundantna zmiana. Przekształcenie włosów jest nie tylko przekształceniem wyglądu. To przejawianie się wyobraźni będącej zanurzoną w habitusie. To, co na zewnątrz nie jest tylko prostym odwróceniem. Wygląd nie jest maską, ale nie jest też „ja”. To, co mamy na głowie ostatecznie jest splotem, plecionką przekładania się własnych fantazji i pragnień, ruchów ręki fryzjera, jego wyobraźni i twarzy innych, tych którzy tworzą naszą sieć społeczną.

„Bernard pomaga Cynthi stać się Cynthią przez stawanie się samemu Cynthią”. Taka demokratyczna współobecność, bliskość wzrokowa między nimi, umożliwia poznanie. By Bernard mógł stać się Cynthią musi zdobyć jej zaufanie. Cynthia musi zostać upewniona w tym, że jej pragnienia, są także pragnieniami Bernarda. Spotkanie klienta z fryzjerem to spotkanie dwóch osób, z których każda ma swój *Lebenswelt* – subiektywny obraz rzeczywistości i jej funkcjonowania. Im bliższe są sobie ich „małe światy”, tym szybciej

buduje się zaufanie. Mary Douglas polemizując z koncepcją konsumpcji jako formy manifestacji indywidualnych wyborów, pisze:

Kultura stanowi rezultat niezliczonych jednostkowych wyborów. Nie chodzi tu jednak o wybory dokonujące się między towarami, ale tymi dotyczącymi międzyludzkich relacji. Podstawowy wybór jakiego dokonuje człowiek dotyczy tego, w jakiej społeczności pragnie on żyć.(...)Wszystkie kolejne wybory są konsekwencją tego najważniejszego, dokonanego na samym początku – deklaracji przynależności do określonej formy społecznej.⁹⁵

Usługa fryzjerska jest skomplikowanym wyborem. Konsumujemy tu bowiem umiejętności fryzjera, atmosferę, którą tworzy w zakładzie, jak i *nasze* ciało (włosy). Fryzura to nie jest gotowy produkt, który kupujemy po ówczesnej przymiarce. Fryzura to *nasze* włosy, część *naszego* ciała. *Nasze* ciało to część *naszego* świata, to rama dla tego, co wypowiedalne; „(...)bierze czynny udział w procesie wytwarzania i odtwarzania relacji społecznych”.⁹⁶ Fryzura staje się na *naszych* oczach. To pewien proces, którego produkt końcowy nigdy nie jest pewny. Usługa fryzjerska materializuje się poprzez *nasze* ciało. Nieefektywna praca hydraulika raczej nie wyjdzie poza granice naszego mieszkania, nie będzie nas reprezentować w relacji z drugim człowiekiem. Fryzura, jako efekt pracy fryzjera, owszem. Twarz jest najważniejsza w interakcjach *face to face*, włosy są jej ramą dlatego grają w interakcji równie kluczową rolę. Interakcja bezpośrednia może zajść tylko dzięki bliskości wzrokowej. Jednostki muszą się widzieć. Pomiedzy nimi przepływają informacje. Znajdują się w lesie znaków, ale tylko poprzez ten las znaków mogą się porozumieć. Tworząc znaki dystansują się od siebie jednocześnie przybliżając. Tymi znakami są słowa, „spojrzenia, gesty, ułożenia ciała i wypowiedzi, jakie ludzie bez przerwy, celowo bądź nie, wnoszą do sytuacji.”⁹⁷ Ciało, a szczególnie twarz to jeden z pierwszych znaków dostępnych, aby zniwelować ten dystans, a „dystans nie jest jakimś złem, które należałoby usunąć. To normalny warunek wszelkiej komunikacji.”⁹⁸ Definiujące nas *nasze* ciało, oddajemy w ręce drugiego człowieka. To „dzieło” czyichś rąk będzie informowało *naszego* rozmówcę, kim jesteśmy. Dlatego tak ważne w relacji z *naszym* fryzjerem jest zaufanie. Jeżeli wyborami człowieka kieruje, jak mówi Douglas, „deklaracja przynależności do określonej formy społecznej” musi on

⁹⁵ M. Douglas, *W obronie zakupów*, przeł. M. Bogunia-Borowska, s.338; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków 2008, 334-356.

⁹⁶ A.Giddens, *op. cit.*, s.81.

⁹⁷ E. Goffman, *op. cit.*, s.5.

⁹⁸ J. Ranciere, *Widz wyemancypowany*, „Krytyka polityczna” 2007, nr 13, s.315.

poszukiwać produktów, które ową formę społeczną wyrażają. U fryzjera nie kupujemy produktu. Jedynym naszym wyborem jest zakład fryzjerski, a w szczególności osoba, której powierzamy ważny element naszego „być albo nie być” w upragnionej społeczności. Jeżeli zatem fryzjer i wytworzone przez niego miejsce spełniają cechy kultury, którą uznajemy za nasz *Lebenswelt* istnieje duże prawdopodobieństwo, że dzięki stworzonej przez niego fryzurze zostanie zachowana nasza twarz, jako członka społeczności, wobec której kierujemy nasze konsumpcyjne wybory.

Mary Douglas wymienia cztery typy kultur: hierarchicznego stylu życia, indywidualnego stylu życia, egalitarystów i eklektyczną. Ja chciałabym skorzystać z trzech i do każdego z nich dopasować jeden z badanych przeze mnie zakładów fryzjerskich. Ostatni typ kultury pomijam, gdyż jak definiuje go Douglas, jest „zamknięty w sobie, a tym samym trudny do przewidzenia. Jest to styl życia charakteryzujący się wycofaniem i wyizolowaniem”⁹⁹. Mnie natomiast interesuje tworząca się między fryzjerem a klientem relacja, którą trudno byłoby zbudować wobec jednostki wyalienowanej i obojętnej na wszelkie formy życia społecznego. Moim zadaniem będzie zatem próba przeanalizowania wybranych zakładów pod względem wytworzonej przestrzeni, która jako pierwsza przekazuje pewne znaczące informacje dla klienta. Zastanawia mnie bowiem, na ile określone wnętrza wizualizuje dany typ kultury i współgra z pracującymi w nim fryzjerami. Szczególnie ciekawym wydaje się także wspomniana wyżej relacja klienta z fryzjerem, w której odzwierciedlają się i współgrają, bądź nie, normy i wartości charakterystyczne dla danej kultury. Poniżej zamieszczam opisy wyodrębnionych przez Douglas trzech interesujących nas typów kultur.

Kultura hierarchicznego (*hierarchical*) stylu życia, dość sformalizowanego, trzymającego się i przestrzegającego tradycji oraz od dawna ustanowionych instytucji. To kultura, w której ludzie utrzymują stały kontakt z rodziną i gronem dobrych, tych samych od lat przyjaciół i znajomych. Używając jeszcze raz metafory drogowej można rzec, że jest to kultura „wolniejszego pasa ruchu”: bardziej oszczędnego, wydawałoby się, stylu życia.

Kultura indywidualnego (*individualist*) stylu życia, podążania za reklamowanymi nowinkami i trendami, robieniem tego, co sugeruje przekaz reklamowy. To wybór życia pełnego rywalizacji, otwartej sieci komunikacji, radości i umiejętności

⁹⁹ M. Douglas, *op. cit.*, s.340.

korzystania z dostępnych nowoczesnych technologii, wysportowanego i wypielegnowanego ciała, zręczności, przebiegłości, ryzykownych i ekstremalnych rozrywek oraz swobody w ciągłej zmianie zobowiązań i własnego zaangażowania. To styl życia ludzi pędzących „drogą szybkiego ruchu”, niecierpliwych i ciekawych świata.

Kultura egalitarystów (*egalitarian*), preferująca równość, prostotę, szczerłość, kameralne i prawdziwe przyjacielskie relacje, a także wartości duchowe. Nieuznająca zbyt dużego sformalizowania niektórych aspektów życia ludzkiego, przepychu, pompy i sztuczności, odrzucająca autorytarne instytucje.¹⁰⁰

Każdemu z wyżej zdefiniowanych typów kultur przyporządkuję jeden z wybranych przeze mnie zakładów fryzjerskich, w których prowadziłam 1-tygodniowe obserwacje. Próbuję odczytać jego funkcjonowanie poprzez pryzmat powyższych definicji, korzystając jednocześnie z wypowiedzi osób to miejsce współtworzących (pracowników oraz klientów).

„B” – kultura hierarchicznego stylu życia

Wchodzę do zakładu pani W., po schodkach w dół, jak do piwniczki. Zakład mieści się w podwórzu przy ulicy G.. Już sama nazwa, widniejąca na ustawionym przy skřęcie w bramę „potykaczu”, „B” nadaje temu miejscu cieplej, domowej atmosfery. Dlatego po przekroczeniu progu salonu nie powinno dziwić to, co zastaje się w środku. A jednak zadziwia. Wnętrze jest inne od zakładów, które mijają się na co dzień, na ulicach miasta, jakby ktoś, aranżując je zupełnie pominął trendy w „estetyce nowoczesnego kapitalizmu”¹⁰¹. Jasne, beżowe ściany, nienajlepiej współgrają z żółto-brązowymi kafelkami, którymi pokryta jest podłoga. Dwa lustra przy stanowiskach fryzjerskich nie mają ram i nie są zbyt duże. Na ścianach wiszą plakaty modeli i modelek w anty-ramach. Przypominają czasy, kiedy na polski rynek zaczęły przebijać się z Zachodu czasopisma młodzieżowe, takie jak *Popcorn*, czy *Bravo*, w których najważniejszym elementem był plakat z idolem (zazwyczaj gwiazdą muzyki pop). To była jedna z niewielu dostępnych wówczas możliwości, by zapłacić białą ścianę w pokoju, a jednocześnie zmanifestować swoje muzyczne upodobania. Na parapecie stoją króliczki wielkanocne, a z okien zwisają

¹⁰⁰ *Ibidem*, s. 340.

¹⁰¹ R. Drozdowski, *Obraza na obrazu. Strategia społecznego oporu wobec obrazów dominujących*, Poznań 2006, s. 175-182.

malowane wydmuszki. Dekorator wewnątrz nie przyłożył do tego miejsca ręki. To właścicielka i jednocześnie jedyna (oprócz uczennic) fryzjerka w zakładzie zadbała o wszystkie szczegóły. Każdy element ma tu swoje zastosowanie. Jasne ściany rozświetlają wnętrze, a do tego glazurowa nawierzchnia ułatwia utrzymanie czystości. Podobnie z doborem kafelków podłogowych, nie widać na nich śladów po butach. Fotele fryzjerskie też mają określony wygląd nie bez przyczyny. „Lubię wesołe kolory, dlatego kupiłam te czerwone fotele, żeby ożywiły zakład.” Plakaty to słabość pani W.. Dostaje je regularnie, od producentów kosmetyków do włosów. „Lubię często zmieniać coś w zakładzie, a one doskonale spełniają tę funkcję.” Niezbędny jest także akcent świąteczny, żeby podtrzymać atmosferę. Kiedy pytam o zajaczki na parapecie pani W. się śmieje: „Malutkie, skromniutkie, ale sympatyczne. I przypominają o ważnym wydarzeniu.” Te wszystkie drobne elementy, mimo, że nienajlepiej się ze sobą komponują, tworzą swoisty bricolage, który jest cechą *zadomowionej ikonosfery*, jak nazywa tego typu estetykę Rafał Drozdowski. Charakteryzuje ją zdroworozsądkowe podejście i próba zastąpienia profesjonalnego przygotowania pomysłowością. Ale, co dla zakładu pani W. najistotniejsze, taka estetyka, uciekając od obcych (bo pochodzących z Zachodu) stylów i konwencji przywołuje poczucie prowincjonalnej „swojskości” i sprawia, że tradycjonalista czuje się tu bardzo swobodnie.¹⁰² „Ważne, żeby było przytulnie, żeby było jak w domu, to jest w końcu moje miejsce pracy.” – podsumowuje pani W.. Ten zakład jest jej „małym światem”. Każdy jego element opowiada o jakiejś cesze fryzjerki. To ważne informacje dla wybierających jej zakład klientów. Pani W. wpisuje się w typ kultury, który Mary Douglas nazwała hierarchicznym. Nagromadzenie tych wszystkich przedmiotów wywołuje atmosferę tradycyjnej przytulności i zadomowienia. Rozbudza nostalgię za dawnymi zachowaniami i przyzwyczajeniami w świecie pełnym ustawicznych zmian i nowości. Tego właśnie oczekują klienci, że będzie jak zawsze, „po staremu”. Bo i dla nich kultura hierarchiczna jest tą, która steruje ich wyborami.

J: Czym się pan kieruje przy doborze zakładu?

M(70): Przede wszystkim zwracam uwagę na to, żeby był ten sam styl fryzury, który był miesiąc temu, rok temu, czy pięć lat temu.

Zmiana, której klienci dokonują na swoich włosach podczas wizyty u pani W., jest zazwyczaj tylko rutynowym podcięciem, tak by ich fryzura powróciła do stanu identycznego,

¹⁰² *Ibidem*, s. 175-182.

jak przed miesiącem. Zmiana ta *nie przenosi* ze sobą nowych *znaczeń*; dzięki stryżeniu nie powstaje „nowe” ze „starego”, to nie ociosanie marmuru, lecz jakby odkurzenie już istniejącego, gotowego Dawida.

K(45): Trwałą to już robię od 25 lat.

J: I nie szuka pani zmian?

K(45): Jakoś tak nie. Kiedyś nawet chciałam nie zrobić, ale nie wytrzymałam i z powrotem przyszłam do pani Wiesi. Nie czuję się w prostych. Jak po miesiącu przestają się układać to wizyta jest konieczna.

Takie poprawienie fryzury wiąże się z przyzwyczajeniem. Zgodnie z tym, co mówi Giddens, „poczucie ontologicznego bezpieczeństwa bierze się przede wszystkim z samej rutyny, stąd gdy tylko zostaje ona złamana, jednostka traci komfort moralny i psychologiczny.”¹⁰³ K(45): „Jak włosy zaczynają się prostować to czuję się wtedy jak Łysek z pokładu *Idy* i mam wrażenie, że inni się ze mnie śmieją”. Niekontrolowane odkształcanie się fryzury sprawia, że jednostka nie czuje się sobą we własnym ciele. To rozbudza poczucie niepewności wobec własnej tożsamości społecznej oraz jej odczytania przez innych. Tak jakby od idealnej rzeźby Dawida zaczęły nagle odpadać części definiujące postać. Dawid bez nosa, czy oka nie wzbudzałby już zachwytu, a raczej pożałowanie, a nawet śmiech. To się wiąże z ryzykiem, którego tradycjoniści wolą unikać. Gwarancję stabilizacji zapewnia im właśnie fryzjer. Ale nie pierwszy lepszy, tylko ten, który zdążył ich już poznać, któremu zaufali. Gdyby renowacji Dawida podjęła się osoba, nie widząca wcześniej oryginału, ale też nie znająca historii bohatera, którą on przedstawia, nie umiałaby oddać tego, co w nim najistotniejsze: koncentracji wiedzy i siły w ciele. Takiej sytuacji na własnej skórze doświadczyła jedna z klientek pani W..

K(60): Kiedyś poszłam tak szybko, szybko do takiego zakładu i taka babka była. Tak mnie ścięła, że powinna mi za to zapłacić. Wydaje mi się, że to kwestia nieporozumienia, fryzjer mnie nie zna, to nie wie jak ściąć.

U pani W., jeśli jest się wiernym klientem, nie trzeba się obawiać nieporozumień.

¹⁰³ Giddens, *Przemiany intymności...*, s.208.

K(25): Pani W. już wie, już mnie zna, już wie jak mnie obstrzyc. Zawsze mi się pyta na wszelki wypadek, bo może gust mi się zmienił, albo sobie jakąś fryzurę upatrzyłem, czy coś. Ale wiadomo, ja zawsze mówię: „A, po standardowemu”.

Pytanie o fryzurę to po prostu element niezmienionego od lat rytuału; moment, w którym fryzjer zawiązuje relację, odnawia więzi, ale też sprawdza, czy wszystko u klienta „po staremu”, nie tylko w kontekście włosów. Łączy się tutaj funkcja fatyczna języka, czyli podtrzymanie kontaktu, z funkcją referencyjną języka, czyli przekazaniem informacji. Odpowiedź: „po standardowemu” jeszcze zacieśnia ich relację. Klient wyraża w ten sposób zaufanie do fryzjerki, wierząc, że wciąż istnieje zapisany w jej pamięci, że znają się już na tyle dobrze, by móc się porozumiewać prawie bez słów. Stały fryzjer zapewnia jednostce stały wygląd. Stały wygląd zapewnia jej ciągłość tożsamości.

Dlatego klienci pani W. to osoby korzystające z jej usług zazwyczaj od wielu lat.

M(70): Oj, jestem wierny pani W.. Chodzimy już do niej z żoną od nastu lat. W.: No ja już lata pracuję. Mam klientki, których dzieci czesałam jak były małe, a teraz je na przykład do ślubu czeszę i już mają dzieci, one są już babciami. Czasem przychodzą już dorosłe kobiety i pytają „Pani W., a pamięta pani jak mnie po maturze ścinała?”. Ja aż nie chcę myśleć, że to tyle lat już jest(śmiech).

Często wspomniane, bo rzadkie i jedyne w swoim rodzaju *znaczące* zmiany (fryzura ślubna, obcięcie włosów po zdaniu egzaminu dojrzałości), których dokonują klienci pani Wiesi plasują się w polu między osią biologiczną(kultura podporządkowana naturze), a potencjalnością zahamowaną(jednostka podporządkowana kulturze, nakazom społecznym). *Znaczące* obcięcie włosów jest w ich przypadku najczęściej obrzędem przejścia, który wizualizuje przemianę tożsamości społecznej, a nie jednostkowej. Zawarcie związku małżeńskiego, czy wejście w dojrzałość przez zdanie matury nie wynika z nagłej, jednostkowej potrzeby, Campbellowskiego „pragnienia”, ale jest kolejnym etapem życia, wyznaczonym przez porządek społeczny. Poprzez zmianę wyglądu nadają zdarzeniu powagi oraz okazują szacunek wobec tradycji i od dawna ustanowionych instytucji.

Pani W. doskonale rozumie, co to znaczy szanować tradycję. Wystarczy przypomnieć sobie wielkanocne zajaczki, stojące w „B” na parapecie. Dlatego z chęcią wstanie chwilę wcześniej, by uczesać swoją stałą klientkę do ważnej uroczystości rodzinnej.

W.: Jak przychodzi ktoś i mówi: “Pani W. znamy się już tyle lat, w sobotę córka wychodzi za męża, o ósmej rano bym przyjechała?” „Nie ma sprawy”- mówię. W końcu niecodziennie wydaje się córkę za męża, prawda?

Ich relacje zawężają się także w tym przypadku; pani Wiesia staje się świadkiem ważnych wydarzeń w życiu swoich klientów, a co bardzo istotne, potrafi docenić wyjątkowość chwili: „W końcu niecodziennie wydaje się córkę za męża, prawda?”. Jedna z klientek powiedziała, że ma ona niesamowitą zdolność empatyczną. Towarzyszy klientom w chwilach dużych emocji i wzruszeń. Jej fizyczna współobecność, wręcz namacalność (dotyk podczas obcinania, czy układania włosów) w takich momentach pomaga załagodzić napięcie, ale też zbliża. Pani Wiesia wpisuje się w ich pamięć o tym wydarzeniu. W tym przypadku posługiwanie się ekonomicznym pojęciem „klient” nie jest adekwatne. Sfera usługowa staje się drugorzędna. Między panią W. a odwiedzającymi jej zakład osobami powstają zaciśnione więzi na wzór Cooleyowskich grup pierwotnych. Mimo to w mojej pracy dalej posługuję się tym terminem, ale chciałabym by czytelnik nie odbierał relacji fryzjer-klient tylko poprzez pryzmat ekonomii.

Więzi stają się coraz silniejsze także, gdy pani W. kolejno poznaje członków danej rodziny.

M(25): Mama powiedziała mi kiedyś, że widziała, że jej fryzjerka, pani W. bardzo fajnie obcięła chłopaka za 10 złotych i, że może bym się do niej przeszedł, bo jest bardzo fajna. Spróbowałem i tak już zostało.

K(45) Nie tylko ja tu przychodzę, mój mąż, moja mama, dzieci. Polecam znajomym. Nawet moja siostra z Osiedla Rusa tu przyjeżdża. Cała moja rodzina.

Rodzina jest bowiem najważniejszą instytucją, w którą angażują się jej klienci. To zdecydowanie najczęściej podejmowany temat w B.

J: Rozmawia pan z fryzjerką? Jeśli tak, to o czym?

M(70): Oczywiście, rozmawiamy. Z cyklu: co się dzieje, jak rodzina, jak tam córka?

W.: Zdarza się, jak jest chwila, że jest wolne to usiądziemy i o dzieciach na przykład rozmawiamy, o szkole. Jak każda matka. Bo ja też mam dwóch synów. I ja jej mówię: “To usiądź kobieto, zrobimy sobie kawę”. Są klientki, które bez niczego przynoszą paczkę kawy: “Ja już tyle razy piłam u pani kawę muszę teraz ja

zapropnować”. “Nie musi pani”- mówię jej. “Ale ja chciałam. Proszę, tu jest kawa dla pani.”

Rodzina jest tu rozumiana według tradycyjnego porządku, w którym kobiety zajmują się domem i wychowywaniem dzieci, a mężczyźni zarabiają pieniądze. Chociaż i tu coraz częściej słyhać z ust kobiet prośbę o fryzurę wygodną, ze względu na brak czasu spowodowany nadmiarem obowiązków: połączenie pracy zawodowej z prowadzeniem gospodarstwa domowego. Mimo, że kobieta zaczęła pracować, podział prac domowych nie uległ zmianie.

K(45): Trwała to jest wygoda. Jak mi pani W. ułoży to mam przez tydzień i nic nie muszę robić. Bo nie mam czasu; praca, dom. Wie pani jak to jest?

Wokół takiego modelu rodziny pani W. buduje swoją rozmowę z klientami. Mężczyzn częściej podpytuje, co nowego w pracy.

M(25): Ostatnio jak byłem to jej opowiadałem, że zacząłem nową pracę. Teraz jak pójde to opowiem jej coś o tej pracy i będę mógł powiedzieć też, że z tobą mam wywiad.

Z kobietami dyskutuje głównie o dzieciach, problemach rodzinnych, czy problemach emocjonalnych, no i oczywiście o fryzurach.

To jednak duże uproszczenie. Obserwując jej relacje z klientami nie odniosłam wrażenia jakby to ona narzucała owe dystynkcje. Po prostu „małe światy” pani W. i jej klientów, w kwestii podziału ról społecznych ze względu na płeć, są raczej zgodne. To, jak przebiega interakcja zależy od oczekiwań, jakie mają wobec niej oboje partnerzy. Pani W. a jest wierna tej zasadzie, nie narzuca swojego zdania, ma poczucie taktu, za co bardzo cenią ją klienci. „Poczucie taktu” to nieodzowny element sytuacji towarzyskiej opisywanej przez Georga Simmla. Wizytę u fryzjera trudno nazwać towarzyskością w jej czystej postaci. Towarzyszy jej bowiem treść, która nadaje całemu spotkaniu cel inny niż tylko wspólne spędzenie czasu. Owo wspólne bycie wymuszone potrzebą skorzystania z usług “specjalisty od włosów” stwarza dopiero sytuację społeczną, która zawiera w sobie pewne cechy towarzyskości w rozumieniu Simmla. Jedną z tych cech, *poczucie taktu*, kieruje procesem

przystosowania się jednostki w stosunkach z innymi”¹⁰⁴. W sytuacji towarzyskiej indywidualne różnice osobowości, czy różnice społeczne nie powinny wpływać na jej przebieg. Pani W. zdaje się dobrze rozumieć tę zasadę.

W.: Dobry fryzjer nie może być taki zaborczy, musi umieć się zachować, zarówno wobec osoby, która jest lekarzem jak i wobec sprzątaczkę, nie urazić nikogo, zawsze być dyskretnym i uśmiechniętym.

Czytamy dalej u Simmla:

Wprowadzenie czysto osobistego nastroju, braku humoru, podniecenia, depresji (...) jest nietaktem, gdyż przeciwdziała panującemu tam niepodzielnie czynnikowi wzajemnego oddziaływania.¹⁰⁵

W.: Czasem mam gorsze dni, jak każda kobieta, trochę boli głowa. Wtedy biorę prochy(śmiech), biorę tabletki. Staram się rozmawiać, nie dać po sobie poznać, ale klientki czasem wtedy mówią: “Coś Wiesia jesteś zmęczona.” “Nie jestem zmęczona tylko mnie głowa boli.”- mówię. Ale wciąż się uśmiecham i pomaga.

Treść rozmowy powinna być pozbawiona zbędnego ciężaru. Świadomość pracy z bólem głowy mogłaby wprowadzić klienta w zakłopotanie. Właśnie owo *poczucie taktu* zatrzymuje u pani W. tak wielu klientów. Jeśli zachodzi potrzeba, tematy rozmów wślizgują się w jej usta, jak włosy klientów pod nożyce fryzjerskie. Z taką samą łatwością wycofuje się z rozmowy, gdy wyczuwa, że jej klientka nie życzy sobie konwersacji. Klienci starszego pokolenia, sami żyjący zgodnie z nakazami praw społecznego otoczenia, cenią w pani W. przede wszystkim dobre wychowanie. To kobieta z zasadami: jest słowna, punktualna, kulturalna, zawsze używa form grzecznościowych, dba o czystość w zakładzie. M(70): „Na takie osoby rzadko już dziś można trafić”.

M(70): Pani W. jest jako fryzjerka naprawdę zawodowa, fryzjerką jest doskonałą. A jako kobieta jest bardzo sympatyczna również. Nie zwraca uwagi, nie mówi, że tu usiąść. Zawsze: proszę, dziękuję.

K(65): Jako właścicielkę zakładu cenię panią W. jest miłą, kulturalną kobietą, miło przyjmuje klientów no i czesze też pięknie. Fryzjer musi być słowny, a tu jakęsi umawiam to jestem przyjmowana. (...) Miła atmosfera, czyściutko.

¹⁰⁴ G. Simmel, *op. cit.*, s.36.

¹⁰⁵ *Ibidem*,s.36

Zarówno pani W., jak i klienci, z którymi rozmawiałam przestrzegają jeszcze jednej z zasad Simmlowskiej towarzyskości.

W ramach życia towarzyskiego nie ma miejsca dla intymnych spraw życiowych, przymiotów charakteru i usposobienia. (...) Nadużycie dyskrecji powoduje, iż sztuka życia towarzyskiego przeradza się w naturalizm.¹⁰⁶

K(60): O różnych rzeczach rozmawiamy. Ale o prywatnych sprawach nie. To jest moja tajemnica. Przecież to nie spowiedź.

K(65): A rozmawiamy sobie o różnych rzeczach, o rodzinie, o sytuacji, zależy na jaki temat się nawiąże rozmowa. No ale to jest w pewnym sensie obca osoba, więc wiadomo, kontroluję rozmowę i to, co mogę powiedzieć. Intymnych rzeczy nie poruszam, bo niby dlaczego? Jest pewna granica.

Simmel nazywa tę granicę „progiem towarzyskości”. Z chwilą, gdy zostanie ona przekroczona towarzyskość i jej fatyczny charakter przestaje definiować sytuację, a staje się tylko formalistyczną zasadą. Dominować zaczyna interes jednej ze stron.

Pani W. stwarza miejsce i sytuacje, które budują zaufanie wśród klientów. Pozwala im bowiem uwierzyć, że ich kultura i wyobrażenie rzeczywistości są bliskie jej światu. Z jednej strony przestrzega od dawna ustanowionych, grzecznościowych zasad w relacji towarzyskiej, która buduje się podczas wizyty w B. z drugiej strony pozwala czuć się klientom, jak na spotkaniu w domowym zaciszu, bezpiecznie i bez skrępowania, gdzie rodzinne wspomnienia i zachowanie tradycji zatrzymują pędzący dziś czas. Kiedy po raz pierwszy weszłam do B, zobaczyłam cztery śmiejące się kobiety. Każda z nich była w zupełnie innym wieku. Pani Wiesia myła właśnie głowę najstarszej z nich. Druga, w wieku średnim popijała kawę. Najmłodsza miała włosy nakręcone na wałki, przygotowywała się do balu maturalnego. Przypomniała mi się stara, ludowa tradycja. Wszystkie kobiety z wioski zbierały się raz na jakiś czas w jednej z chat i wzajemnie wyczesywały sobie włosy, w akompaniamencie śpiewu i rozmów.

„A” – Kultura indywidualnego stylu życia

¹⁰⁶ *Ibidem*, s.37

Salon Fryzjerski B, mieści się na pierwszym piętrze pasażu handlowego przy ulicy X Zakład sprawia wrażenie bardzo profesjonalnego. Jest najprawdopodobniej dziełem projektanta wnętrz. Został bowiem urządzone zgodnie z najnowszymi zaleceniami specjalistów w tej dziedzinie.

Jeśli mamy możliwość wynajęcia lokalu na piętrze, będzie to o tyle dobre rozwiązanie, bo unikniemy sytuacji, gdzie klientka nie będzie czuła się komfortowo w sytuacji kiedy przechodnie z ulicy będą zaglądać do wnętrza salonu a ona będzie siedziała na fotelu z mokrymi włosami. (...) Salon w centrum handlowym pozwala nam na dość swobodne i otwarte wnętrze, dostosowane do klimatu panującego w centrum np. nowoczesnego, bardzo ascetycznego i minimalistycznego.¹⁰⁷ - radzi architekt.

Taki też jest wystrój B. Nie służy wytworzeniu intymnej atmosfery. Ma być profesjonalny. Przechodząc przez szklane drzwi znajduję się od razu w poczekalni, gdzie stoi skórzana kanapa-narożnik i szklany stolik z półeczką na gazety. Tuobok męci się stanowisko recepcjonistki, niewielkie. Pani jest tylko częściowo widoczna zza ekranu komputera, w którym zapisuje i sprawdza terminy wizyt. W salonie jest bardzo jasno. Światło pada głównie z okna, dużego na całą ścianę, oraz z zapalonych lamp. Vis a vis poczekalni, prawie na całą długość salonu, rozciągają się stanowiska fryzjerskie. „Lustro, siedzonko, lustro, siedzonko, lustro, siedzonko, i tak rządkiem. Trochę, jak w McDonalddie. Seryjna robota”. – opisuje zakład jedna z moich respondentek. Nie ma tu prawie żadnych zbędnych elementów, które mogłyby rozpraszać wzrok, skupiony tylko na swoim odbiciu w lustrze. Nawet fryzjerski sprzęt fryzjerzy noszą przy sobie, umieszczony w przewieszonym przez biodra pasie. Skojarzenia na ich widok nasuwają się dwa: z artystąrzeźbiarzem, który korzysta z wielu rodzajów dłu podczas tworzenia swego dzieła; bądź z mechanikiem samochodowym, którego narzędzia pozwalają mu szybko dotrzeć do uszkodzonej części auta i zreperować ją. Jednak w obu przypadkach obiektem ich pracy jest przedmiot, aczkolwiek zazwyczaj traktowany z dużą wrażliwością. To tylko skojarzenia. Fryzjerskie nożyczki biorą wprawdzie na warsztat włosy, ale będące przecież częścią ciała i osobowości człowieka. Wystarczy przypomnieć sobie zestaw pytań Vidala Sasoon'a. Czasem trudno się jednak od tych skojarzeń oderwać obserwując życie zakładu.

Nienagannie puste wnętrze (*minimal-design*), prawie brak śladu ludzkiej obecności, tylko włosy opadające na podłogę zdradzają, że jest to miejsce bardzo bliskie człowiekowi. Choć i

¹⁰⁷ <http://www.fryzjer.edu.pl/projektujemy-wnetrze-salonu-fryzjerskiego.html>

te bardzo szybko usuwa się z pola widzenia. To zadanie praktykantki, która średnio raz na 20 minut zmiata podłogę.

Zakład odwiedza bardzo duża ilość klientów. „W godzinach szczytu, czyli między 12.00 a 18.00 funkcjonuje wszystkie 7 stanowisk” – opowiada mi jeden z fryzjerów. „Stałych klientów ma właściwie głównie A., no i może jeszcze M. Oni pracują tu już długo, około 3 lat. Co do reszty jest dość duża rotacja.” – podsumowuje recepcjonistka. Nie potrafi mi jednak wyjaśnić dlaczego. Kiedy dzwoni telefon łączy ktoś osobiście przychodzi umówić się na wizytę, mniej więcej co trzecia osoba wymienia imię fryzjera, przez którego chce być obsługiwana. Pozostali wybierają tylko salon, B. „Przyszłam tu, bo to modny salon wśród moich znajomych, a oni mają fajne fryzury, zawsze na czasie. Mi też na tym zależy. A konkretny fryzjer? Spodziewam się, że wszyscy mają tu podobne umiejętności. Właściciel musi robić selekcję.” – tłumaczy mi jedna z klientek, siedząca w poczekalni. Osoba fryzjera nie ma dla klientów zakładu specjalnego znaczenia. Liczą się głównie jego ręce (wytrenowane kwalifikacje) i oko (odpowiedni dobór fryzury do kształtu twarzy), to one zapewniają bowiem profesjonalną obsługę. Fryzjer zostaje przydzielony niezdecydowanemu klientowi zgodnie z wolnymi terminami.

Kiedy przyglądam się sytuacji w zakładzie zaczynam rozumieć dlaczego głównie A. ma stałych klientów. Przy jej stanowisku dosłownie tętni życiem. A. dużo się śmieje, ruch jej nożyczek przeplata się ze spojrzeniem, które kieruje w stronę lustrzanego odbicia swego klienta. Kontakt wzrokowy jest ważnym komponentem rozmowy. Rozmowa, niekoniecznie związana z sytuacją u fryzjera, i spojrzenia pozwalają poznać się bliżej, budują relację wykraczającą poza ramy sfery usługowej. Tworzy się więź, dzięki której klienci wracają do A. na kolejne wizyty. A. okazuje się być tu jedynym fryzjerem, który konwersuje podczas tworzenia fryzury. „Jak A. ma urlop to zakład jakby przycicha. Nikt nic nie mówi”. – komentuje recepcjonistka. Ale nawet wtedy klientów w T. nie brakuje. „Gdybym wdał się w rozmowę z klientem, to nic bym nie zrobił. Wolałbym się skupić na jednej rzeczy i wykonać ją porządnie”. – tłumaczy swoją postawę M., pracownik z najdłuższym stażem. A tą rzeczą jest fryzura klienta. Takiej właśnie postawy oczekują jego klienci.

Moja fryzura też stała się jego dziełem. Kiedy weszłam do zakładu pani standardowo zapytała mnie: „Do kogo jest Pani umówiona?”. Poprosiła, bym sobie usiadła i zaproponowała mi coś do picia. Po chwili przyszedł M.. Uścisnął mi dłoń, przedstawił się i zaprosił na fotel.

K(25): Oni tak chyba mają odgórnie narzucone, bo byłam już w trzech Trendy i w każdym procedura wyglądała tak samo. Pani pytała, czego się napiję, potem fryzjer się przedstawiał, rozmowa o tym, czego chcę, mycie i strzyżenie.

„Procedura” i w moim przypadku została zachowana. Najpierw ustaliliśmy fryzurę, jeszcze na suchych włosach. M. rozczesał je i zapytał: „Co robimy?”. Ja odrzekłam, że nie mam sprecyzowanej wizji mojej fryzury i zaproponowałam grzywkę dwuwarstwową. Resztę pozostawiłam do jego dyspozycji. M. pokiwał głową, przeczesał moje włosy, przyglądając się im bardzo dokładnie, jeszcze dwa razy i stwierdził, że już wszystko wie. Jak poszliśmy umyć mi głowę zapytał, czym się zajmuję. Opowiedziałam mu pokrótce o mojej pracy magisterskiej i zapytałam, czy mógłby poświęcić mi chwilę czasu po pracy. Nie zgodził się. „W salonie mamy teraz strasznie dużo roboty, a po całym dniu tutaj jestem bardzo zmęczony.” – odpowiedział. Rozmowa ucięła się, gdy przeszliśmy z powrotem na stanowisko fryzjerskie. M. widział już tylko moje włosy. Jego wzrok dosłownie w nich utkwiał. Był bardzo skoncentrowany. Podczas całego, bardzo długiego strzyżenia spojrzał na moją twarz trzy razy. Nie utrzymywał ze mną kontaktu wzrokowego. Na początku próbowałam go jeszcze podpytywać o interesujące mnie kwestie dotyczące funkcjonowania zakładu, ale z czasem zorientowałam się, że moje pytania rozpraszały go i blokują jego pracę. Zrezygnowałam. Odprężyłam się i przypomniały mi się słowa Morrisa:

Żyjąc w coraz większym tłoku, coraz bardziej troszczymy się o swoją nietykalność. Wrodzonej nam potrzeby dotyku nie jesteśmy jednak w stanie się wyrzec. Staramy się ją więc zaspokajać, coraz tłumniej odwiedzając rzemieślników specjalizujących się w dbaniu o różne obszary cielesnej intymności. Czy udajemy się do kosmetyczki, fryzjera, czy masażyisty, idziemy tam po to, aby powierzyć nasze ciała zręcznym rękom zawodowych dotykaczy¹⁰⁸.

To jednak nie zmysł dotyku okazał się tym, który zostaje tu pobudzony najbardziej. Gdy rozejrzałam się dookoła, na stanowiskach w pobliżu mnie sytuacja układała się podobnie, ale tylko podobnie. Fryzjerzy skupiali swoją uwagę na włosach klienta, ale klienci nie sprawiali wrażenia odprężonych dzięki dotykowi. Patrzyli na swoje odbicie w lustrze. Przyglądali się temu, co nowego rzeźbi na ich ciele fryzjer. Byli tylko oni i tworzące się na ich oczach fryzury. Pojawiał się świeży obraz ich samych, „tu i teraz”. Dzięki ascetycznemu wnętrzu

¹⁰⁸ Cyt. za: M. Kanabrodzki, *op. cit.*, s.13.

zakładu nic ich nie rozpraszało. Wzrok pracował najintensywniej ze zmysłów. Oczy podziwiała ciało, którego były częścią. Koncentracja na sobie i swojej aparycji, a w konsekwencji wygląd zgodny z najnowszymi trendami, to jeden z warunków przynależności do kultury indywidualistów.

Minimalistyczne wzornictwo zastosowane w A pozwala zdystansować się wobec semantycznego przeładowania wnętrza. Nie dąży do otaczania się przedmiotami, które tworzą społeczną historię ich właściciela, jak to było w „B”.¹⁰⁹ Właściciel A staje się anonimowy. Sam nie pracuje w zakładzie, tylko nim zarządza. Ale habitusy zatrudnionych przez niego fryzjerów także przestają być istotnym punktem odniesienia dla klienta.

Po pierwsze fryzjer liczy się tu na tyle, na ile jest profesjonalistą. Jego życie prywatne mogłoby negatywnie wpływać na wykonywaną usługę. Profesjonalizm przejawia się w braku zaangażowania emocjonalnego, a zatem obiektywizmie, racjonalnym podejmowaniu decyzji, uporządkowaniu. Minimalizm sprzyja ascetyzmowi skojarzeniowemu. Profesjonalizm to także bycie ekspertem w swojej dziedzinie, zatem wiedza i umiejętności zdobywane systematycznie na dodatkowych szkoleniach. Dlatego fryzjerzy z A regularnie uczestniczą w organizowanych przez firmy kosmetyczne, czy kreatorów mody kursach. „Jeździmy co najmniej raz w miesiącu. To ważne by być ze wszystkim na bieżąco”. – tłumaczy częste wyjazdy M.. Właśnie na takich zasadach buduje się tu relacja między fryzjerem a klientem, oczywiście profesjonalna, wystandaryzowana („procedura” przyjmowania klientów jest podobna w każdym z salonów sieci A). Ich spotkanie rozpoczyna się od uściśnięcia sobie dłoni. Nieobecności przedmiotów mających „coś znaczyć” towarzyszy skonwencjonalizowany obyczaj, w którym zatarła się już jego znaczeniowa funkcja. Sposób podania ręki nie służy tu zasygnalizowaniu przynależności do odpowiedniej grupy społecznej. Jest tylko sygnałem wejścia w nową, krótkotrwałą relację, która tworzy się dla zrealizowania określonego celu, tutaj nowej fryzury. Jest jednak okazją, by przedstawić się sobie. Partnerzy interakcji przestają być wówczas anonimowi. Stają się podmiotami swych działań, za które biorą odpowiedzialność. Buduje się podstawowe zaufanie, co ułatwia określenie, a potem wykonanie wspólnego zadania. To kolejny etap „procedury”. Klient musi sprecyzować swoje oczekiwania, fryzjer uważnie słucha. Nie próbuje odnaleźć prawdziwej twarzy klienta, nie pyta o jego życie prywatne. Przygląda się

¹⁰⁹ R. Drozdowski, *op. cit.*, s. 213.

tylko jego włosom i kształtowi twarzy. Racjonalnie kalkuluje. Sugeruje (zazwyczaj) drobne bądź większe zmiany w koncepcji klienta, tłumacząc jak jego typ włosów może zachowywać się przy odpowiedniej fryzurze lub przedstawiając nowości na rynku fryzjerskim i w świecie mody. W ten sposób podtrzymuje swą wiarygodność jako ekspert. Tego oczekuje klient. Chce wyglądać dobrze, a jednocześnie zgodnie z najnowszymi trendami.

Relacja trwa, dopóki nie zostanie zrealizowane zadanie. Potem urywa się. Relacja „tu i teraz” to wygodne rozwiązanie dla indywidualistów. Dzięki niej mogą czuć się swobodnie, nie mają żadnych zobowiązań wobec chwilowego partnera. Jeśli będą mieli ochotę, następnym razem umówią się do innego fryzjera.

Po drugie, poprzez minimalizm, jak można by przypuszczać, wcale nie ignoruje się wzrokocentryzmu. Redukcja przedmiotów-znaków, wypełniających wnętrze salonu, odwraca uwagę od niego samego oraz od osób w nim pracujących. Dzięki temu obrazy, które pozostają w zasięgu wzroku obdarza się specjalnymi względami. Tu w centrum zainteresowania stawia się klienta.

Po trzecie, minimalizm wraz z odcięciem się od przedmiotów-znaków odcina się także od ich przeszłości. Wizualna *pustka* jest afirmacją „tu i teraz”, w którym wszystko jest możliwe. Ucieczka od habitusu daje nam wolność wyboru, która jest najwyższą wartością w konsumpcyjnym świecie indywidualistów. Odcięcie się od tradycji jest szansą bezustannych poszukiwań, dążenia za nowinkami w modzie, albo też kreowaniem siebie na tego, kim się chce być. Dla kultury indywidualistów podstawą jest ciągła aktualizacja i życie w zgodzie z własnymi pragnieniami.

Próba uniknięcia „nadinformacyjności” i nadobecności przedmiotów mających coś znaczyć jest tylko pozorna. Kreując w ten sposób przestrzeń zakładu i relacje fryzjera z klientem, właściciel Trendy daje wyraźny znak indywidualistom, że zakład ten jest skierowany właśnie do nich. Odpowiada bowiem ich potrzebom: „podążania za reklamowanymi nowinkami i trendami”, „wysportowanego i wypielegnowanego ciała” oraz „swobody w ciągłej zmianie zobowiązań i własnego zaangażowania”¹¹⁰.

¹¹⁰ M. Douglas, *op. cit.*, s. 340.

„C” – kultura egalitarystów

Wchodzę do C. Zza mosiężnych drzwi ukazuje się duża, brązowa kanapa, a na niej dwie panie popijające kawę i dyskutujące. Jak większość gości, przekraczających próg Tupetu po raz pierwszy, dałam się nabrać. M(25): „Ja miałam wrażenie, że nie weszłam do fryzjera, a do kawiarni.” Szybko jednak przypominam sobie porady architekta dotyczące aranżacji wnętrz w salonach fryzjerskich, które znalazłam na stronach internetowych. Dedukuję, że to kolejny zakład w stylu Hair & Beauty, który szczeni się nienaganną estetyką, powstały z ręki zawodowego projektanta wnętrz, na zlecenie właściciela. Ale mój wzrok nagle zatrzymuje się na starym radiu z drewnianą obudową. Wprawdzie to radio już nie gra, ale jak najbardziej może pamiętać muzykę dobywająca się z głośników. Śpiewa Billie Holiday. Rozglądam się. W oddali, na ścianie wiszą stare, czarno-białe fotografie. Są niewielkich rozmiarów, ale kilkadziesiąt lat temu to był standard. Wieszak na płaszcze też nie wygląda na najnowszy trend w modzie. Te drobne elementy nie komponują się idealnie z bardzo współczesnymi kanapami. To nie jest miejsce raz stworzone, i tak pozostawione samo sobie; gotowy, kupiony projekt. To miejsce wciąż się dzieje, żyje i rozwija się razem z jego właścicielem. Topiący się wosk w rozstawionych w salonie, palących się świeczkach sygnalizuje upływ czasu. Patrząc na te wszystkie drobne przedmioty ma się wrażenie jakby ktoś, kto ma słabość do zbieractwa staroci dokładał je tu co jakiś czas; wynajdywał gdzieś „eksponat” i szukał dla niego odpowiedniego miejsca tu, w zakładzie. Jak się potem dowiem od Zosi, fryzjerki tu pracującej, „szef dużo czasu spędzał w demobilach”. Nawet on sam przyznaje, że starocie to jego fetysz. „Kocham się w starociach”. – mówi. Stare przedmioty nadają temu miejscu życie, bo mają swoją przeszłość, swoją opowieść. Przeszłość ich jest jednak nieznaną, co dodatkowo zawiązuje atmosferę tajemnicy. Taką tajemnicą, zagadką, z którą trzeba się zmierzyć jest dla M., właściciela zakładu każdy klient. „Uważam, że w tej branży trzeba mieć wyczucie do ludzi, trzeba ich próbować zrozumieć i tutaj jest sukces. Je śli dobrze rozgryziesz człowieka, jego osobowość i charakter to mu dobrze zrobisz fryzurę.”

Zakład fryzjerski jest niezwykle zmysłowym miejscem. John Berger, próbując dotrzeć do tego, co sprawiło, że malarstwo Josepha Mallorda Williama Turnera jest tak niepowtarzalne wpadł właśnie na trop zakładu fryzjerskiego. „Turner był synem londyńskiego cyrulika znad Tamizy.” Bódźce dochodzące z zakładu musiały silnie działać na wzrok oraz węch dziecka: „woda, piana, para, świecący metal, zaszłe parą lustra, biała miseczka lub miednica, w której

pędzłem golibrody wzburzany był mydlany roztwór i osadzał się na jej brzegach”¹¹¹. W C. przeżywa się swoisty szturm na zmysły. Kiedy tylko uruchomi się kolejne z nich (a właściwie pozwoli się im dojść do „głosu” zaraz po wzroku) w powietrzu miesza się zapach świeżo zaparzonej kawy, z orientalnym kadzidełkiem. „Zapach tworzy miejsce” – tłumaczy mi Mateusz. Im bardziej wyostrzony, tym łatwiej zgłębić charakter tego miejsca i zachować go w pamięci. Zmysły ułatwiają poznanie. Kiedy poznaje się C. poznaje się jego właściciela. Muzyka, dźwięki unoszące się w powietrzu to kolejny ważny komponent układanki pt. „C”.

Zawód cyrulika wywodzi się z medycznych praktyk opartych na doktrynie medycyny humoralnej. Wiązała ona w system elementy mikro- i makrokosmosu. Za mikrokosmos uchodziło ciało człowieka. Wyróżniano cztery jego składniki: wytwarzaną przez serce krew, wytwarzany przez mózg śluz, wytwarzaną przez wątrobę żółć, wytwarzaną przez śledzionę czarną żółć. Odpowiadały im cztery elementy makrokosmosu: ogień, woda, powietrze i ziemia. Przewaga jednego z cielesnych humorów znamionowała określony typ charakterologiczny. (...) Zdrowie było harmonią humorów, choroba ich dysharmonią. Idealny zestrój harmoniczny tworzyły odpowiadające czterem elementom mikro- i makrokosmosu cztery podstawowe tonacje muzyczne. Wychodząc z tych przesłanek medycyna humoralna proponowała więc dwa zasadnicze sposoby leczenia. Pierwszy polegał na przywróceniu równowagi humoralnej przez fizyczne usunięcie będącego w przewodzie humoru lub humorów [poprzez zabieg upuszczania krwi]. Drugim sposobem była kuracja muzyczna – iatromuzyka. Ze względu na domniemane strukturalne powiązanie skal muzycznych z cielesnymi humorami uważano, że w chorym, który słucha harmonicznych zestrójów muzycznych, zestrzajają się też buzujące w jego ciele humory.¹¹²

Zgodnie z zaleceniami doktryny humoralnej oba te zabiegi powinny odbywać się równocześnie. Zabiegi cyruliczne musiały łączyć w sobie oczyszczającą magię i iatromuzykę. Dlatego cyrulicy musieli z taką samą sprawnością posługiwać się brzytwą, puszczadefłkiem do krwi i instrumentem muzycznym. M. nie zna filozofii humoralnej, ale jakby intuicyjnie mówi: „Posłuchać fajnej muzyki, dobrej muzyki to też dla mnie bardzo ważne.” Muzyka to część terapii zapominania o tym, co na zewnątrz, oderwania się od świata konsumpcji, materializmu. „Żyjemy w coraz większym pędzie. Za kasą, pierdołami, telewizorami,

¹¹¹ J. Berger, *O patrzeniu*, przeł. S. Sikora, Warszawa 1999, s. 194.

¹¹² M. Kanabrodzki, *op. cit.*, s. 102-103.

samochodami i innymi za przeproszeniem bezsensownymi gównami. A po co to? Czy nie lepiej odprężyć się przy dźwiękach jazzu?” M. zawsze sam wybiera płyty. To współczesny muzyk – didżej. Kiedy przyglądałam mu się, w trakcie pracy potrafił kilkakrotnie zmienić wykonawców muzycznych. Jak wirtuoz przemykał między fotelem fryzjerskim a odtwarzaczem płyt wciąż poszukując „kawałka”, który idealnie wpasowałby się w sytuację, typ klienta, czy nawet pogodę za oknem. „Tak szaro dzisiaj. Włączę coś weselszego”. Lubił dzielić się z klientami swoimi muzycznymi odkryciami. „Puszczę pani coś. Znalazłem to ostatnio wśród moich starych płyt. Perełeczka.” Jednocześnie podkreśla, „Puszczam to, co ja lubię. Ja tu pracuję. (...) Spędzam tu 10 godzin dziennie i muszę się tu dobrze czuć. Jeśli ja się będę dobrze czuć i moi pracownicy, to klienci też się będą dobrze czuli.” To demokratyczny sposób budowania relacji. Ja zapraszam cię do siebie, nie będę cię mamił tym, czego potrzebujesz, jestem szczery, pokazuję ci, kim jestem i co mam do zaoferowania. Jeśli spodoba ci się, możesz wejść. O układzie równości w C. i burzeniu zasady: „klient nasz pan”, w której usługodawcy cierpią niejednokrotnie upokorzenie, mówi Z.: „U nas jest taka przyjacielska atmosfera. Wymieniają się płytami, kasetami, filmami. To jest salon, w którym się nie podchodzi do klienta na paluszkach i nie nosi się go na rączkach. U nas generalnie jest luz”. Takie podejście nie odstrasza klientów, wręcz przeciwnie. Wchodzą w proponowany układ i są zadowoleni: K(45): „Po prostu atmosfera jest super. Dobrze się tutaj czuję. Sam klimat tego pomieszczenia robi swoje. To, że nie przychodzisz, siadasz, nie ma tak, że cię robią, wkładają w kąt i siedź”. K(31): „Bardzo mi się podoba atmosfera tego miejsca i wystrój.” Jak pisała Douglas w tym typie kultury brak jest akceptacji dla „przepychu, pompy i sztuczności”. Podejście: „Jeśli ja się będę dobrze czuć i moi pracownicy, to klienci też się będą dobrze czuli” powinno też definiować nasz stosunek do własnego ciała, które jest naszą reprezentacją, pośredniczy w kontakcie ze światem zewnętrznym. Jeśli będę się czuł dobrze we własnym ciele, także inni będą mnie akceptować. A będę się czuł dobrze i swobodnie, jeśli będę się czuł sobą.

M.: Jeśli jest ktoś klasyczny, ktoś zamknięty w sobie, a będzie miał pojechałą fryzurę, jakieś różne kolory na przykład, to nawet jeśli ty mu technicznie zrobisz dobrą fryzurę, to on będzie niezadowolony, nie będzie mu się podobało, bo on się nie będzie w tym czuł, nie będzie sobą.

W świecie kultury egalitarnej markowanie prawdziwej twarzy jest nieopłacalne. Jak pisze Goffman „spotkanie z ludźmi, z którymi jednostka nie będzie mieć więcej do czynienia, daje

jej swobodę, by sięgać wysoko bez obaw, że przyszłość zdemaskuje bluff”.¹¹³ Taka sytuacja od razu wyszłaby na jaw w kulturze przyjaźni, w której trudno się obejść bez stałego kontaktu fizycznego, a dokładniej wzrokowego. Komunikat niewerbalny ma tu ogromne znaczenie. Dlatego fryzjerzy, sami ceniący przyjaźń bardzo wysoko, chcą w tworzonych przez siebie fryzurach zawierać prawdę o człowieku.

Z.: Fryzjerstwo jest to możliwość wyciągnięcia na wierzch tego, co jest fajne w człowieku, w budowie jego twarzy, w osobowości, stylu, charakterze.

M.: Ja myślę, że szkoła fryzjerska przez pierwszy rok powinna się zająć psychologią człowieka. To jest najistotniejsze. Dopiero później powinna być technika. Na tym to polega, żeby zrobić komuś fryzurę musisz poznać jaką ma osobowość.

J: No i jak poznajesz tą osobowość?

Mateusz: Nawet jak się rusza, jak chodzi, jakie ma dodatki, jakie ma buty, koraliki, wszystko!

Goffman tłumaczy takie podejście.

W bezpośrednich kontaktach osobistych dominują jedyne w swoim rodzaju warunki wymiany informacji, (...). Fakt, że ludzie chętnie posługują się symbolami i znakami, oznacza, że nawet drobiazgi będą zawierały wzajemne oceny uczestników(...).¹¹⁴

M. puentuje jednak swoją wypowiedź tak: „Ale przede wszystkim [poznaj osobę] jak się rozmawia, czasem wystarczy kilka słów”.

Zosia: Rozmowa moim zdaniem jest konieczna, inaczej tak naprawdę nie wiesz kto przed tobą siedzi, nie wiesz na kogo patrzysz, nie masz możliwości dotarcia do tej osoby.

Przytaczana przeze mnie na początku rozdziału historia Cynthii i Bernarda najlepiej wpisuje się właśnie w ten typ zakładu fryzjerskiego. Towarzystwo w postaci fryzjera, który skupia uwagę tylko na tobie, to jest rozmowa bez skrępowania, rozmowa, w której żadna ze stron nie uzyskuje przewagi. Na fotelu fryzjerskim droga przez las znaków, z którego muszą się wydostać partnerzy interakcji przemywana jest za każdym spojrzeniem w lustro. Dystans

¹¹³ E. Goffman, *op. cit.*, s. 8.

¹¹⁴ *Ibidem*, s.34.

między wiedzą a niewiedzą jest niwelowany w tej demokratycznej drodze przez las znaków. Klient dzięki nożyczkom, które odcinają znakowy las zaczyna widzieć siebie. Podobnie fryzjer poznaje klientkę. W ruchach między włosami zaczynają pojawiać się słowa. W C. słowa nie ograniczają się tylko do cech włosa i sposobu cięcia.

M(30): Pierwszy raz poszedłem do T., ale było zbyt “po Bożemu”, więc zapisałem się do M., *no i jak to u fryzjera – rozmowa*, a w rozmowie zaczęło wychodzić, że mam tak samo zryty beret. Coraz bardziej podobało mi się chodzenie do fryzjera. Nie pamiętam od kiedy zaczęła się nasza zażyła znajomość.

Zażyła znajomość przyszła z czasem. Każde nowe, proste, aczkolwiek naprawdę szczere pytanie M.: „Co nowego?”, rodziło nowe, coraz ciekawsze opowieści. Na fotelu fryzjerskim budowała się narracja ich wspólnych zainteresowań. W demokratycznej relacji, szczególnie, jeśli jest ona w ten sposób rozumiana przez obie strony, rodzi się zaufanie. Zaufanie delikatnym ruchem zdejmuje maskę i odkrywa kolejne elementy. Za pokonanym lasem znaków odsłania się twarz, ta prawdziwa. Mateusz może wtedy dać z siebie wszystko. Dopełnia całości obrazu człowieka, bo zna jego pozostałe komponenty.

M(30): W przypadku M. to jest to. On wie, co ja lubię. Że jak mi wytnie tu z boku jakąś asymetrię to się będę z tego cieszył. Dlatego chodzę do M., to już chyba z trzy lata, bo za każdym razem mam coś innego. Jakby się przyjrzeć mojej głowie to mam tam różne powycinania. Dodatkowo jestem leworęczny więc zrobił mi po tej stronie dłuższe, żeby móc sobie za to ciągnąć. Niby taki niuans, ale idealnie dla mnie. Chodzi o to, żeby wysłuchać i zrozumieć, nie wiem czy poznać, bo to już nie takie proste. Ale chyba można. Jak się bywa częściej, staje się stałym klientem, to się zna jego sposób bycia i życia.

Nie w każdym przypadku częste przebywanie u fryzjera oznacza efemeryczność ciała, ciągłą transformację. Jednakże za każdą, nawet tą nieznaczącą zmianą czai się repetycja. By posłużyć się słowami Arjuna Appaduraia, „jeśli rdzeń praktyk konsumpcyjnych stanowi ciało, to nawyk, który wymaga uwieńczonych sukcesem cielesnych ćwiczeń pociąga za sobą wzory konsumpcyjne, które zawsze będą miały tendencję do repetycji”¹¹⁵ Oznacza to, że cielesne formy dyscypliny: jedzenie, ubieranie albo uczesanie, sprawiają, że jednostka popada w stan

¹¹⁵ A. Appadurai, *Część I. Globalne przepływy*, s.101; [w:] *idem, Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, przeł. i wstęp Z. Pucek, Kraków 2005,.

przyzwyczajenia. Wizyty u fryzjera strukturyzują czas klientów. WC. klienci zaraz po obcięciu umawiają się w recepcji na następną wizytę. Są do tego niejako zmuszeni, bowiem czas oczekiwania na termin to minimum miesiąc. W ten sposób wizyta u fryzjera staje się przyzwyczajeniem. Nawet jeśli jesteśmy gotowi na fryzurę, której jeszcze nikt na świecie nie nosił lub fryzurę, która sprzeciwia się naszemu otoczeniu, to wizyty rytmizują i organizują te wzory konsumpcyjne. Często wizyta u fryzjera nie ma na celu zmiany swojego wyglądu, zmiany siebie. Wizyta u fryzjera oczywiście wiąże się ze ścinaniem włosów, ale takie wizyty mogą mieć jeszcze inny wydźwięk niż tylko poprawienie fryzury. Oba przypadki, innowacyjność jak i niewielka zmiana fryzury, **wiążą się z przyzwyczajeniem**. Powtórzę raz jeszcze za Giddense, „poczucie ontologicznego bezpieczeństwa bierze się przede wszystkim z samej rutyny, stąd, gdy tylko zostaje ona złamana, jednostka traci komfort moralny i psychologiczny.”¹¹⁶ Zapisana wizyta w kalendarzu to stały, rutynowy punkt, który pozwala huczeć do woli w innych formach konsumpcji. Sama wizyta jest **zniejsza od obciążenia** włosów. Repetycja jest wzmocniona zmianą fryzury. Transformacja **możliwa jest tylko jeśli** czujemy się bezpiecznie. Dlatego Z. nie dziwi, że „ludzie często opowiadają jakieś rzeczy, które ich dotyczą, są to często bardzo prywatne rzeczy, które mogłyby nigdy nie wyjść na światło dzienne i wtedy jedyne co możesz, to słuchać. W większości te osoby nie chcą byś im pomógł, chcą się wygadać, by ktoś pomógł im usłyszeć i przeanalizować własne myśli, bo rozmowa często do tego służy.” Z jednej strony jest to funkcja fatyczna języka. Podtrzymujemy kontakt, możemy się wygadać, zostaliśmy dostrzeżeni, zauważeni, docenieni. Z drugiej strony sytuacja ta umożliwia „przeanalizowanie własnych myśli”. Jest to interpretacja siebie, swoich myśli w rozmowie i swojego wyglądu w lustrze. Bo, jak mówi Z.: „Równowaga musi dotyczyć zawsze każdego aspektu siebie. Dla mnie upośledzeniem osobowości danej osoby jest to, że ona zaniedbuje wygląd i siebie. To znaczy, że nie do końca siebie lubi i siebie akceptuje. Ma wtedy taki odruch autodestrukcji, zamiast autokreacji”. Klienci C. realizują swój refleksyjny projekt „ja”. Jedną z nich jest właśnie opisywane przeze mnie w rozdziale drugim 31-letnia kobieta. Autokreacja jest ciężką **pracą**, dlatego otoczenie musi sprzyjać wyciszeniu. Pisałam o szturmie na zmysły po przekroczeniu progu C Przeżywa się go tylko za pierwszym, ewentualnie drugim razem. Powtarzające się, wyraziste impulsy dopływające z zewnątrz, zarysowują mapę tego miejsca. Są jakby drogowskazami, które pozwalają nam poruszać się po omacku. Uspokajają, pobudzone w zewnętrznym natłoku zdarzeń i obrazów, zmysły.

¹¹⁶ Giddens, *op. cit.*, s.208.

Jednakże nie wyłączają ich zupełnie, nie tłumią wrażliwości na otoczenie. Nie pozwoliłoby to na kontemplację siebie w towarzystwie drugiego człowieka. Interakcja *face to face* koncentruje się bowiem właśnie na poznaniu zmysłowym.

Opisując wnętrze C. utknęłam w pierwszej sali, kawiarnianym zaułku. Interpretacja siebie przychodzi jednak w drugiej części salonu, na fotelu fryzjerskim, twarzą do lustra, w którym odbija się także twarz fryzjera. Z. wydobywa sedno sprawy: „Ze względu na specyfikę ułożenia zakładu trudno jest się komunikować z innymi klientami. Nawet trudno się kontaktować z nimi w lustrze. Siedzenia są tak przemyślane byś czuł, że jesteś sam na sam z fryzjerem”.

W C. znajdują się cztery stanowiska fryzjerskie. Dwa przodem i dwa tyłem do okna. Stanowiska, stojące w tej samej konfiguracji do okna są od siebie oddalone o około 2 metry. Każde stanowisko składa się z wielkiego lustra, w którym można zobaczyć się w całości. Fryzura jest bowiem tylko częścią całości, którą jest nasze ciało. Przed lustrem stoi fotel. Duży, głęboki i bardzo wygodny mebel był w XVII wieku przywilejem warstw rządzących. „Żeby zasiadać w fotelu, trzeba było być ważną osobą – nieważni siadali na ławach”.¹¹⁷ Gdy zasiada się w fotelu w Tupecie staje się nagle w centrum uwagi, ma się swoje pięć minut. Opisując funkcjonalność fotela Sennett pisze: „to mebel ofiarujący wytchnienie od trosk tego świata”¹¹⁸. Ciało zatapia się w fotelu, ogarnia je relaksujący bezwład. I tu ponownie potrzebne jest zaufanie do fryzjera. Ciało w fotelu nie ma szansy obrony, dodatkowo ruchy krępuje chroniąca nasze ubranie przed włosami, peleryna. My jednak nie mamy się czego bać, fryzjer zapewnił nam intymną sytuację spotkania. Zarówno on, jak i ja wiemy, że uczestnictwo w nim jest tu źródłem zadowolenia i tylko przez *dawanie*, a nie przez egoizm, można czerpać przyjemność z bycia w towarzystwie. Rozmowa toczy się swobodnie. Pamięamy słowa Z.: „U nas generalnie jest luz”. Swoboda wypływa ze stworzonych warunków spotkania. Na stałe opuszczone rolety blokują przedostanie się do wnętrza niepożądanych spojrzeń. Nawet trudno podsłuchać tu rozmowę. Podczas prowadzenia obserwacji miałam z tym duży kłopot. Grająca w tle muzyka, często saksofonowa, zagłuszała słowa, które zamazywały się już zupełnie przy dodatkowym akompaniamencie suszarki. Pozostało mi zatem przyglądać się komunikacji niewerbalnej, mimice twarzy i gestom. Każda z tych relacji tworzyła osobny obraz. Bo owe gesty i mimika w demokratycznej relacji stwarzają się na nowo, w zależności od partnera interakcji. A partnerzy są różni, ale w kulturze egalitarystów każdemu trzeba dać szansę.

¹¹⁷ W. Rybczyński, *Dom. Krótka historia idei*, przeł. K. Husarska, Gdańsk, Warszawa 1996, s.34

¹¹⁸ R. Sennett, *Ciało i kamień. Człowiek i miasto w cywilizacji Zachodu*, przeł. M. Konikowska, Gdańsk 1996, s. 269.

M.: Niektóre osoby tak na ciebie działają, że niby nic nie robią, ale cię drażnią. Ale z nimi trzeba porozmawiać i dowiedzieć się, o co chodzi, czemu one są takie, a nie inne. Mamy taką klientkę grubszą, co się z niej wszyscy śmieją. Ty wiesz, jaka ona się okazała fajna. Zawsze myślałem, że jest z głową do góry, taka zadufana, i troszkę się jej bałem, czy sobie z nią poradzę. Ale się okazuje, że się świetnie gadało i że to fajna, wartościowa, inteligenta osoba. Więc nie ma osób, które są męczące. To zależy od ciebie, czy dasz im szansę

Relacja *face to face* z drugim człowiekiem staje się potwierdzeniem naszego istnienia. „Istnieję tylko o tyle, o ile ktoś ciągle na mnie patrzy.” mówi Žižek¹¹⁹. Demokratyczna relacja jest potwierdzeniem naszej podmiotowości.

Z.: Każdy człowiek potrzebuje uwagi. Większość kobiet potrzebuje uwagi, a szczególnie uwagi mężczyzn. Przychodzi taka pani do salonu, i nagle jakiś mężczyzna poświęca jej tyle uwagi, myje jej głowę, rozmawia z nią, pyta o nastrój, o film który ostatnio widziała. I ona się nagle okazuje atrakcyjna jako rozmówca, ktoś przez godzinę daje jej swój czas i poświęca jej swoją uwagę. Przychodzisz do fryzjera, który Cię obcina tak, jak chcesz i z Tobą nie rozmawia to czujesz się przedmiotowo. A przychodzisz do miejsca gdzie ktoś Cię traktuje jak partnera godnego rozmowy i pokazuje Ci że jesteś interesującą osobą. I wracasz tutaj ponieważ czujesz się doceniona.

Fryzjer pozwala na powolne, stopniowe uzewnętrznianie marzeń. Ich „nieszczera materializacja” wywołuje płacz po przejrzeniu się w lustrze. Wciąż pamiętamy opisywaną w trzecim rozdziale klientkę Z., która marzyła o karierze modelki. „Owe odruchy i miny” wcielania się w inne ciało to odkrywanie siebie. Nasze ciała, szczególnie nasz wzrok, nie jest czasami gotowe na „owe odruchy i miny”. Wcielenie się pragnień to odkrywanie tożsamości. Dlatego cięcie fryzjera w C. pozwala być sobą; gwiazdą estrady, maklerem giełdowym, rockmanem, ekspedientką, hydraulikiem, sprzątaczem; kobietą, mężczyzną; kotlikiem, Żydem, buddystą. Włosy nie są wskazówką do rozszyfrowania, nie są maską, pod którą kryje się prawdziwe „ja”. Wzrok odbiera materialną widoczność znaczenia. To nie zagadka, ale

¹¹⁹ S. Žižek, *Lacrimae rerum: Kieślowski, Hitchcock, Tarkowski, Lynch*, przeł. G. Jankowicz, J. Kutyla, K. Mikurda i P. Mościcki, Kraków 2007, s.127.

czysta obecność. Przed oczami jawi się nie *pokaz* albo *spektakl*, ale bezpośrednia obecność jednostki. Mamy przed sobą nie kogo innego jak właściwą osobę.

Brak, na pierwszy rzut oka, przedmiotów związanych z fryzjerstwem odrywa skojarzenia z zakładem usługowym. Tworzy przestrzeń relaksu, która za grubymi, rzeźbionymi drzwiami zatrzymuje nowoczesny świat w ukryciu.

K(31): W TC. jest to dla mnie chwila relaksu. Jak tam idę to wyłączam telefon i mam cały świat w nosie.

M(30): C. jest innym miejscem, tak trochę knajpą zionie. Można sobie odpocząć od tego, co się dzieje na zewnątrz. Można posiedzieć, pogadać, muzyka, można w ogóle się nie ruszać tylko sobie popatrzeć i pomyśleć.

Największe marzenie M. zdaje się powoli realizować: „Pierwszą rzeczą ma być kawiarnia, a dopiero potem fryzjer. Jeszcze mi się tu marzy gorąca czekolada i menu z różnymi rodzajami kaw i herbat. I dojdę do tego.”

Kawiarnia to miejsce spotkań przyjaciół, tworzy intymną atmosferę, która sprzyja zacieśnianiu się więzi. Nawet jeśli wciąż pamiętamy, że do C. przychodzi się w celach usługowych, by konsumować swoje ciało i umiejętności fryzjerskie, tu relacja klient-fryzjer nie ogranicza się do wymiany: włosy za umiejętności. Bo nie tak funkcjonują „małe światy” przychodzących tu klientów i pracujących tu fryzjerów. I właśnie to miejsce zdaje się podkreślać tak ważne w relacjach egalitarystów „prostotę, szczerłość, kameralne i prawdziwe przyjacielskie relacje”. Miejsce publiczne staje się miejscem prywatnym.

Usieciowienie

Wizyta w zakładzie fryzjerskim to nie tylko spotkanie fryzjera z klientem, ale także realizowanie już istniejących, bądź też tworzenie się nowych sieci społecznych. Opisując sieć społeczną charakterystyczną dla współczesnego społeczeństwa, John Urry łączy ją z mobilnością. Przemieszczanie się kształtuje zarówno fizyczną jak i społeczną przestrzeń. W wielkim mieście natłok obrazów i zdarzeń, ich niejednorodność i zmienność, powoduje, że, zgodnie z spostrzeżeniem Simmla, reakcja na nie zachodzi „nie w sferze uczuć, a w sferze

intelektu”¹²⁰. Każde zdarzenie, jak choćby przejście przez ulice, naładowane jest wielością zapachów, od dymu papierosowego do perfum; widoków, od szyldów reklamowych i lusterek do twarzy ludzi; dźwięków, od silników i klaksonów do rozmów; dotyku, od chodnika do kurtek i płaszczy; i smaku, od powietrza chemicznego do fizycznego. Taką różnorodność, której krótki spis unaocznia zaangażowanie zmysłowe ciała, ciało z wielkiego miasta dystansuje poprzez ogląd intelektualny. W ten sposób otwarta zostaje praca wyobraźni, która tworzy scenariusze ulic, którymi jednostka się porusza. Tak przyswojone otoczenie traci swą obcość, to w tej przestrzeni jednostka czuje się dobrze; jej zmysły są rozprężone. Intelktualne doświadczenie wielkich miast wiąże się zatem z momentami przejścia przez gąszcz znaków, przedmiotów i ludzi do narracyjności tych znaków, przedmiotów i ludzi. Taka mobilna przestrzeń tworzy sieci społeczne. John Urry¹²¹ zwraca uwagę na dwa aspekty owych sieci: uspołecznienie oraz materialność społecznych spotkań. Pierwsze z nich odnosi się nie tyle do ilości znajomych wpisanych w książeczkę adresową naszego telefonu a wielością spotkań, wymianie informacji, poziomowi fatyczności i przyjemności z prowadzonych rozmów, stopnia zaufania oraz możliwości rozszerzenia sieci. W drugim aspekcie zwraca uwagę na pośrednictwo fizycznej przestrzeni; zarówno mieszkań, kawiarni, pokoi hotelowych, lotnisk oraz sal konferencyjnych do przestrzeni przemieszczających się wraz z trwającym spotkaniem, czyli transportu zarówno prywatnego jak i publicznego.

Weźmy jako przykład stację metra. Może ona dostarczać możliwości spotkań w postaci kawiarenki lub krzeseł ustawionych tak, aby możliwa była swobodna rozmowa. Z przestrzeni rozproszonej staje się wówczas przestrzenią zwartą, tworzy enklawę rozmowy, która jest stała względnie, to jest zależy od czasu trwania rozmowy, od wielości i znajomości osób w niej uczestniczących, sposobności przedmiotów znajdujących się w tej przestrzeni, jaki i umiejętności interlokutora do wejścia w rolę i jej utrzymania. Po takim spotkaniu przystań stacji metra, która jest przyjazna, nie tylko umożliwia szybkie przedostanie się do innego miejsca, ale też przez to, że została oswojona przez rozmówców, jest narracyjnie przetwarzana, staje się częścią ciała a ciało się na niej odciska.

Taka przestrzeń tworzy węzeł sieci. To tu odbywa się wymiana interakcyjna. Węzły sieci społecznej są związane ze zobowiązaniami i możliwościami osób uwikłanych w daną sieć. Aby ją podtrzymać trzeba się spotykać, aby się spotykać potrzebna jest przestrzeń, która to umożliwi oraz formy mobilności, które umożliwiają przemieszczanie. Spotkania odbywają się zwykle w bliskości fizycznej. To co jest charakterystyczne dla takich spotkań to

¹²⁰ Simmel, G. *Mentalność mieszkańców wielkich miast*, s.307

¹²¹ Urry, J. *Sieci społeczne, podróże i rozmowy*

zaangażowanie spojrzenia. Po pierwsze sama materialna przestrzeń wymaga oglądu i interpretacji, dzięki czemu staje się swojska. Po drugie sama interakcja wymaga spostrzegawczości. Interakcja odbywa się twarzą w twarz. W zależności od sieci takie spotkania angażują w różnym stopniu osoby biorące w niej udział, ale każda jednostka jest odpowiedzialna za trwanie spotkania oraz sieci. Dlatego spotkania to rozmawianie, spoglądanie, uśmiechanie, czyli sterowanie swoją twarzą, o czym już nie raz przekonywałam we wcześniejszych fragmentach pracy. Urry uważa, że społeczeństwa rozwinięte są coraz bardziej usieciowione, a takie sieci przybierają różne konwencje i są związane z różnymi formami mobilności.

Jednym z węzłów sieci, funkcjonującym podobnie jak opisywana powyżej kawiarnia, jest także zakład fryzjerski.

„B.” to przestrzeń zawierająca się tradycyjnego usieciowienia, którego czynnikiem konstytutywnym jest jedność miejsca zamieszkania. To jeden z najprostszych, najmniej wymagających rodzajów sieci, bo nie angażuje żadnej z form mobilności, a zatem nie pochłania dużej ilości czasu. Jednocześnie jest dość ciasny i zawęża swoją liczebność w wąskim obszarze terytorialnym. Lokalne światy Axhausen nazywa „małymi pudełkami”¹²². W takim układzie istnieje duże prawdopodobieństwo przypadkowego spotkania, interakcji *face to face*, która sprzyja podtrzymywaniu więzi. Jednakże odpowiednio wydzielona przestrzeń ma tu wciąż ogromne znaczenie. Tam, gdzie, na rzecz nowo powstałych banków, likwiduje się dziś miejsca, w których „dokonywała się” rutyna (przydomowe sklepy spożywcze, czy niewielkie prywatne drogerie), zakład fryzjerski pani W. jest jedną z niewielu szans na podtrzymanie kontaktu z osobami, z którymi łączy nas właśnie wspólnie dzielone „małe pudełko”.

M(70): Zdarza mi się spotykać tu starych znajomych, i panie i panów, czasem jeszcze z lat szkolnych. I wtedy sobie mówimy: “O, ile to już lat chodziliśmy na tą X.” (śmiech). Fryzjer to miejsce przypadkowego spotkania, ale miłego.

Poczucie swojskości, nie tylko wobec właściciela, ale także wobec pozostałych klientów „B”, jest zaraz za wygodą (nieoceniona bliskość od domu), głównym argumentem „za”, przy podejmowaniu decyzji o wyborze zakładu fryzjerskiego.

¹²² J.Urry, *Sieci społeczne, podróże, rozmowy*, s. 265.

M(25): Zawsze jak wchodzę to zawsze z klientką [pani W.] o czymś sobie gaworzy. I zawsze jest tak, że jak coś tam robi jakieś klientce, na przykład farbę nakłada, czy coś i ta klientka musi gdzieś usiąść z boku i wtedy mnie strzyże, to zawsze się zaczyna rozmowa także z tą klientką. Takie kółko wzajemnej adoracji. Zawsze o czymś można sobie tam poplotkować. Odprężam się wtedy.

„C.” natomiast tworzy współczesny typ sieci, o jakim pisze Urry. Jedną z jej podstawowych cech jest mobilność, do której zmusza zwiększająca się odległość między członkami sieci. Umieszczenie „C.” jakby zupełnie na odludziu wobec centrów konsumpcji, nie sprzyja przypadkowym klientom. To miejsce, do którego trzeba chcieć dotrzeć, a taką podróż trzeba zaplanować. Planowanie wymaga zaangażowania, co znacznie zawęży relację (o tym poniżej). „C.” może być zarówno celem podróży dwóch przyjaciół, a zatem przestrzenią fizyczną umożliwiającą ich spotkanie i bliskość, jaki i miejscem „doświadczanym dla niego samego”¹²³, jednocześnie jednak przestrzenią dzieloną z innymi, która może służyć tworzeniu się rozproszonych kontaktów, o słabej więzi (gdzie węzłem jest właśnie „zobowiązanie wobec miejsca”¹²⁴). Na tym też zależało właścicielowi salonu:

M.: Otwierając to miejsce zastanawiałem się nad klientami jacy będą tu przychodzić. Koniec końców zgromadziłem tu po prostu ludzi normalnych, fajnych, wyluzowanych, nie żadnych tam „a, e” tylko otwartych na życie i innych ludzi. O to mi właśnie chodziło, dlatego to jest na Owsianej gdzieś skitrane, że nie każdy może tu trafić. Ja nie chcę każdego klienta. Mogę uderzać w reklamę, rozdawać ulotki i mogłoby tu przychodzić dużo rozjaśnianych blondynek, ale nie w tym rzecz.

Oprócz umiejscowienia są jeszcze co najmniej dwa istotnie powody, dla których możemy mówić o zakładzie fryzjerskim jako przestrzeni wytwarzania się sieci społecznej, które jednak częściowo pokrywają się z wyżej przytoczoną argumentacją.

Po pierwsze zakład fryzjerski staje się miejscem spotkań klientów, którzy mogą spędzić czas ze sobą jednocześnie pielęgnując fryzurę. „Często jest tak, że o tej samej godzinie umawiają się 4 osoby i każda idzie do kogoś innego, no ale sobie między sobą rozmawiają, to jest na przykład matka i dwie córki, koleżanki z pracy czy przyjaciółki” – opowiada Z.. Po chwili

¹²³ *Ibidem*, s. 271

¹²⁴ *Ibidem*, s. 271

dodaje: „Ja też chodziłam do fryzjera z koleżanką, żeby ona widziała jak mi się zmienia fryzura.” Zmiana fryzury wspólnie ze znajomym to zacieśnianie więzi społecznej, gdyż pozwala mu się brać udział w procesie przemiany. Sama podróż do fryzjera nie jest tylko przemieszczeniem się z punktu A do punktu B, to nie tylko transport. Podróż ma społeczne znaczenie. Jeden z klientów, Piotr, jeździł do fryzjera z kolegą. „Na początku jeździłem tam z tym moim kumplem. Stwierdzaliśmy, że już tacy zarośnięci jesteśmy. «No to jedziemy?» «No, jedziemy.» I jechaliśmy.” Taka wspólna podróż organizuje czas. Po pierwsze decyzja o ścięciu włosów zależy od obu stron. Po drugie obcinanie włosów odbywa się zazwyczaj rytmicznie. Włosy rosną i trzeba je ścinać. Dlatego czas, którym dysponujemy jest zależny od innych. To przejście od jednej fryzury do innej, od długich włosów do krótkich, nie wyznaczone jest przez naturalny proces rośnięcia włosów. Jest ono wytworem decyzji kolektywnej i to ta decyzja nadaje znaczenie włosom. Po trzecie podróż jest czasem wymiany, przyjaźni, informacji, plotek: „a co do naszych wspólnych wizyt, to była taka fajna okazja, bo musieliśmy tam dojechać, żeby się spotkać i trochę popsioczyć, na przykład na dziewczyny.” To także miejsce wymiany materialnych przedmiotów, o czym mówi Z. „z reszta u nas jest taka przyjacielska atmosfera. Wymieniają się płytami, kasetami, filmami.” Zakład fryzjerski jest też miejscem budowania wspólnoty doświadczenia, zarówno między klientami i fryzjerami jak i samymi klientami. W ten sposób budowane jest też zaufanie. Rozmiar sieci zależy między innymi od liczby węzłów. Recepcja jest miejscem ich zawiązywania, jest węzłem komunikacyjnym. Z. mówi że „mamy taką wygadaną recepcjonistkę, którą znają wszyscy klienci bardzo dobrze, łącznie z jej szczegółami życia prywatnego.” Węzeł zaplata się w osobie recepcjonistki. „Jak się wchodzi do zakładu to najpierw trzeba przejść przez jej miejsce, które jest najważniejsze”. Recepcja to miejsce spotkań i wymiany; to tu klienci wpisują się na kolejne strzyżenie. Po obcięciu włosów „wracasz do jej miejsca, które wciąż jest najważniejsze bo możesz się tam umówić na kolejną wizytę”. Przestrzeń recepcji jest gęsta od połączeń, zarówno zawiązanych znajomości i jak i tych potencjalnych. „Jest trochę tak, że ludzie się spotykają i tam nawiązują kontakty, bo któryś raz z rzędu się widzą”. B., tak jak fryzjer B. pamięta szczegóły z życia klientów zakładu. Każda osoba personalizowana jest już na samym wstępie. „Osoby, które przychodzą bardzo często znają się najlepiej z B. bo ona pamięta każdego człowieka. Nie czujesz się anonimowa. Jesteś tam już znana, jesteś przyjaciółką, koleżanką”. Następuje wymiana informacji jak rozwiązać dany problem, rodzą się plotki i pogłoski, przyjaźń, a przede wszystkim zaufanie. „B. pamięta interesy każdego człowieka.” Wartość sieci społecznej zwiększa się wraz z przyrostem węzłów. Osoby, które się nie z nają zostawiają

informacje, które B. dystrybuuje. „I ona łączy potem te osoby ze sobą. «A to Ty masz taki problem to musisz iść do tego i tego to ja Ci dam numer», «A skoro Ty musisz załatwić to, to ja Cię zaraz skontaktuje z tym i z tym» I Be B. łączy te osoby chcąc nie chcąc poznają się przez fryzjera.” Sieć się rozwija.

Natomiast jedna z klientek zwraca uwagę nie tylko na wymianę informacji, ale też nieformalnych przyjemności. K(31): „Człowiek siedząc w poczekalni nie jest w ogóle skrepowany, jest tak na luzie, i osoba tej babeczki, B.to jest pełen luz, nie czujesz że ktoś Cię obcina, że jesteś na świeczniku. I to jest bardzo przyjemne.” Jak mówi Urry: „Centralne dla sieci są formy i charakter «uspotkaniowienia»” a „«uspotkaniowienie» różni się w zależności od tego, jak często spotyka się sieć lub niektóre podsieci, różni się wymianą informacji, plotek i nieformalnej przyjemności”¹²⁵. Zakład fryzjerski jest przestrzenią, która umożliwia rozwój sieci. Jest przestrzenią o wysokim stopniu „uspotkaniowienia”. Transformacja, która odbywa się na fotelu fryzjerskim jest połączona z transformacją w recepcji, choć rolę B. może też pełnić fryzjer. To zarówno przekształcenie swojego ciała, osobowości oraz społecznych znajomości. To zmiana jednostkowa i społeczna.

Po drugie fryzjer i fryzura może pojawić się w rozmowie jako temat. Fryzura, która przykuwa wzrok kieruje także rozmowę a dalej spotkaniem z fryzjerem. Z. wspomina, że „przychodzą do nas klientki, których ktoś się pyta gdzie one były u fryzjera bo fajnie wyglądają.” J. natomiast wspomina, że przy wyborze fryzjera kierowała się marką. Nie zmieniła zakładu nawet po przeprowadzce. „Znalazłam ją nawet w swojej małej miejscowości.” Dopiero zamknięcie zakładu zmusił ją do zmiany. „To był fryzjer z polecenia. Nie ta marka tylko inna ale kilka osób z naszej firmy tam chodzi i miałam tak jakby gwarancję, że się tam mną dobrze zajmą. I wcześniej niż tam poszłam widziałam efekty tego, co ci ludzie robią z innymi osobami i to miało taki wpływ.” Fryzura przybiera postać dyskursu. Rozmowa „cementuje” sieć.

Spotkanie jako konieczność usieciowionego społeczeństwa także zapewnia ontologiczne bezpieczeństwo. Spotkanie jako interakcja twarzą w twarz pełni rolę fatyczną. Nie tylko poprzez rozmowę, ale przede wszystkim poprzez możliwość bycia widzianym. Podobnie jak obserwowanie siebie w lustrze zakładu fryzjerskiego oraz jak wzrok fryzjera, jego dotyk, czesanie i strzyżenie, tak bycie widzianym podczas spotkania wiąże się z drugim pytaniem metafizycznym, pytaniem o „istnienie”. Poznawanie siebie przed lustrem jest związane z

¹²⁵ Urry, s.268

istnieniem w takim względzie, że odkrywając siebie „wiem, że jestem”. Natomiast bycie widzianym wiąże się z potwierdzeniem przez innych tego istnienia. To zobjektywizowanie wyglądu i wiążące się z nim gustu. Wyobrażenia i pragnienia przestają być tylko subiektywnym wymysłem, ale obiektywnym faktem dostrzeżonym przez innych. „Konsumpcja może dodawać otuchy w tym sensie, że dostarcza nam dowodów na to, iż jesteśmy rzeczywistymi, autentycznymi istotami – że naprawdę istniejemy. W świetle takiego rozumowania, slogan «kupuję, więc jestem» nabiera prawdziwe dosłownego znaczenia.”¹²⁶ Konsumpcja odbicia w lustrze to ciągle stawanie się, to proces, który dzieje się za każdy ruchem nożyczek. Wzrok może dodawać otuchy, zwłaszcza wzrok innych. Fryzjer dba o to, aby nasze wyobrażenia mogły się spełnić, urzeczywistnić w takiej postaci w jakiej chcielibyśmy być zobaczonymi przez innych. Wzrok innych nie tylko obiektywizuje nasze subiektywne pragnienia, ale także obiektywizuje naszą przynależność do sieci społecznej. Przynależąc do sieci społecznej zobowiązani jesteśmy do podtrzymywania jej, do podtrzymywania jej istnienia. W zależności od sieci mamy zatem różne zobowiązania (prawne, ekonomiczne, rodzinne, związane z miejscem lub wydarzeniem), jak na przykład „wobec konkretnych osób (pan młody wobec panny młodej), bądź wobec ogólnych typów ludzi (wszystkich, którzy znali śp. Pana Kowalskiego).”¹²⁷ Obowiązek podtrzymywania sieci wiąże się dla niektórych z katorżniczą pracą; uśmiechania się, prezentowania, z dwuminutowymi rozmowami. Jednak ten obowiązek wiąże się z metafizycznym pytaniem o „istnienie”. Przynależność do sieci jest potwierdzana wzrokiem, wzrok też potwierdza istnienie sieci. W tym spojrzeniu spełnia się funkcja fatyczna: podtrzymany jest kontakt i sieć, osoba zostaje zauważona i wpleciona w węzeł, zostaje usieciowiona.

¹²⁶ C. Campbell,

¹²⁷ J. Urry, s.270

Zakończenie

Wpisałam w Google Maps hasło: “Fryzjer, Poznań”. Na mapie pojawiło się pierwszych dziesięć salonów fryzjerskich z “około 1215 dla **fryzjer** w pobliżu **Poznań**”¹²⁸ Każdy salon jest oznaczony nazwą ulicy, przy której się znajduje, oraz numerem. Jest też podany numer telefonu oraz opcja “Pokaż trasę”. Z dotarciem do celu nie ma żadnego problemu. Zapewne nie są to wszystkie salony fryzjerskie, które znajdują się w Poznaniu. Często pojawiają się nowe salony, rzadziej natomiast znikają. Liczba reklam, dostępnych kosmetyków oraz cennik usług powoduje, że fryzjerstwo jest znaczącą branżą we współczesnych społeczeństwach rozwiniętych. Kiedyś cyrulik spełniał przede wszystkim rolę symboliczną. Jego funkcja zmieniła się: po pierwsze zdemokratyzowała, po drugie profesjonalizowała, po trzecie dotyczy estetyki ciała oraz kształtowania refleksyjnej tożsamości.

W poszczególnych rozdziałach poruszyłam kilka szczegółowych problemów związanych ze znaczeniem społecznym fryzjera. Była to po pierwsze czasowość związana z nostalgią za wiecznie młodym wyglądem, która wiązała się z pojmowaniem czasu jako elastycznego oraz z zanegowaniem biologicznych podstaw życia jednostki i ich wpływu na jednostkę. Powiązałam ten problem z realizacją lub zahamowaniem potencjalności człowieka. Drugą kwestią było wytwarzanie różnic społecznych oraz kształtowanie tożsamości w relacji z fryzjerem. Poruszyłam też problem płciowości. Po trzecie przedstawiłam trzy typy kultur w ujęciu Mary Douglas i przeanalizowałam jak wpisuje się w nie fryzjer. Na koniec przyjrzałam się także spotkaniu klienta z klientem, jakiemu sprzyja zakład fryzjerski, uznając to miejsce za przestrzeń wytwarzania się sieci społecznej w rozumieniu Johna Urry'ego.

Spoglądając na powyższą listę oraz ekonomiczne znaczenie fryzjerstwa nietrudno zgadnąć, że to właśnie ten typ usługi będzie nadal rozwijał się w szybkim tempie. W mojej pracy pominęłam kwestie ekonomiczne, aby skupić się na tych społecznych. Jak twierdzi McCracken to właśnie relacja między fryzjerem a klientem pozwoli stawić czoła technologicznym i biotechnologicznym zmianom, jakie rysują się przed współczesnym społeczeństwem. To właśnie w salonie fryzjerskim dokonuje się przemiana, budowa tożsamości oraz wytwarzanie różnic społecznych. To także u fryzjera realizujemy “typ kultury”, która leży u podstaw podstawowego wyboru jakiego dokonuje człowiek - “deklaracji przynależności do określonej formy społecznej”. Ten wybór wpływa na nasze

128 Zgodnie z wynikiem wyszukiwania z dnia 4 X 2008.

wybory konsumpcyjne, estetyczne i osobowościowe. Ponieważ chodzimy do fryzjera, aby podtrzymać wygląd zgodny z naszym wyborem lub żeby go zmienić, zgodnie z naszym wyborem odpowiedniej kultury (hierarchicznej, indywidualnej, egalitarnej), tym samym podtrzymujemy lub zmieniamy naszą tożsamość. Salon fryzjerski jako miejsce podtrzymywania/zmieniania wyglądu zgodnego z naszym wyborem jest zatem miejscem, gdzie uspójniamy nasze myśli z ciałem. Tworzymy nie tylko spójny obraz siebie w naszych głowach, ale też w na naszym ciele. To, co myślimy o sobie u fryzjera jest zrównoważone z tym jak wyglądamy.

Na czym polega fenomen fryzjerstwa? Jak to już zostało powiedziane salon fryzjerski jest częścią konsumpcyjnego świata. Campbell uważa, że metafizyka konsumpcjonizmu jest ideacyjna i duchowa. Przywołuje on filozofię Nowej Ery, która wbrew temu co myślą niektórzy, stała się powszechna w naszym społeczeństwie. Nie chodzi o to, że jej szczegółowe idee stały się obowiązującą doktryną, ale że założenia ruchu, co do statusu rzeczywistości stały się powszechne i reprodukowane są w socjalizacji. Filozofia Nowej Ery, której jednym z głównych założeń jest to, że źródło wiedzy leży w jednostce (jak to ujmuje jeden z głosów Nowej Ery, sir George Trevelyan, „Akceptuj jedynie to, co jawi się jako prawdziwe twojemu wewnętrznemu ja”), koresponduje z filozofią konsumpcji („klient zawsze ma rację” oraz „o gustach się nie dyskutuje”). Konsumencka filozofia jest także powszechna i to na tyle, że sugestia, że jest to potoczne spojrzenie na rzeczywistość brzmi wiarygodnie. To pozwala powiedzieć mi, że nasze społeczeństwo jest społeczeństwem konsumpcyjnym. By posłużyć się słowami samego Campbella: „Sugestia moja brzmi zatem tak, iż to w samej konsumpcji tkwi źródło sensu i tożsamości, których tak łakną współczesne jednostki; że to w dużej mierze dzięki aktywności konsumowania odkrywają one, kim są i odnoszą zwycięstwa w walce z deficytem poczucia bezpieczeństwa ontologicznego”¹²⁹. Salon fryzjerski jest miejscem konsumpcji tego, co wiąże się bezpośrednio z nami: to konsumpcja własnego ciała. Ciało jest plastyczne, można je zmieniać, ale jednocześnie konsumując nasze ciało w lustrze fryzjerskim poznajemy je i poznajemy siebie. Reagujemy na własny wizerunek. Jest to zatem autokonsumpcja. Wydawałoby się, że to właśnie tylko my sami podejmujemy decyzje co do naszego ciała („mamy zawsze rację”, „akceptujemy to co się jawi naszemu ja”, „nikt nie ma prawa nas krytykować za nasz wygląd”). Staralam się jednak pokazać w tej pracy, że ta najważniejsza (przynajmniej współcześnie) z możliwych

129 C. Campbell, *op. cit.*

konsumpcji wcale nie ogranicza się jedynie do emanacjonizmu i wiary w „magię”, czyli do wiary, że możliwa jest zmiana rzeczywistości tylko dzięki chceniu i pragnieniu.

Po pierwsze konsumpcja w naszych społeczeństwach opiera się na pobudzaniu zmysłowym. Fryzjer spełnia te wymagania z nawiązką angażując wszystkie zmysły (wzrok spoglądający w lustro, węch zachwycający się zapachem szamponów, słuch mile głaskany przez muzykę, dotyk reagujący na ruch dłoni fryzjera, smak powietrza w salonie fryzjerskim, bądź serwowanej już w większości zakładów kawy). Zaangażowanie wszystkich zmysłów powoduje, że zmysł wzroku nie jest tym zmysłem, który dominuje i strukturyzuje pozostałe. Nawet w zakładzie pani Wiesi dotyk i zapach ma bardzo ważną rolę do spełnienia. Konsumpcja u fryzjera, i to jest ważniejsze, nie jest nigdy konsumpcją w pojedynkę. Jest to konsumpcja w towarzystwie. To powoduje, że nie mogę się zgodzić z Campbellem, co do „pragnieniowej” wersji konsumpcji. Nawet klientka Joanna, która miała zawsze jakąś wizję swoich włosów i ograniczała rolę fryzjera jedynie do narzędzia, konsumowała w towarzystwie. Dokonała ona wyboru salonu fryzjerskiego najpierw poprzez markę zakładu oraz kosmetyki tam używane. Później, gdy musiała zmienić zakład fryzjerski zasugerowała się fryzurami i opiniami swoich partnerów z pracy. Samo wykonanie fryzury (nawet tej wymarzonej) też odbywa się poprzez ręce i wyobraźnię fryzjera. Jest to raczej uzgadnianie fryzury między dwojgiem ludzi, niż stwarzanie jej własnymi pragnieniami. Dlatego być może, co pokazałam, fryzjerów nie zmienia się jak rękawiczki. Ta konsumpcja w towarzystwie sama jest formą konsumpcji, to znaczy sama rozmowa, wzajemne bodźcowanie się między klientem a fryzjerem, spędzanie tego czasu razem jest konsumpcją wolnego czasu. Tak więc konsumpcja jest raczej intersubiektywna. Szczególnie było to widoczne w przykładzie Z., z dziewczyną, która marzyła, aby zostać modelką oraz w przykładzie młodej prawniczki, przytoczonym przez McCrackena.

Po drugie konsumpcja u fryzjera jest miejscem wytwarzania różnic społecznych (w tym płciowych), ale też miejscem ich zamazywania. Wytwarzanie różnic jest także kreowaniem tożsamości. Jednak wbrew filozofii Nowej Ery, której mit realizacji wewnętrznego potencjału jaźni poprzez jogging i trening na siłowni rozreklamowała Jane Fonda¹³⁰, salon fryzjerski nie jest (w większości przypadków) miejscem realizowania owego mitu. To właśnie u fryzjera

130 Zob. S. Žižek, *Lekcja Rancière'a*; [w:] J. Rancière, *Estetyka jako polityka*, przeł. J. Kutyla, P. Mościcki, wstęp A. Żmijewski, połowie S. Žižek, Warszawa, Wydawnictwo Krytyki Politycznej 2007 s. 204-205. Z. Bauman, *Płynna nowoczesność*, przeł. T. Kunz, Kraków, Wydawnictwo Literackie 2006, s.102-104.

jaźń oraz ciało uspołniają się, ale jest to spójność wypracowana we współpracy z fryzjerem, znajomymi oraz/lub rodziną. To miejsce realizowania własnego ja, ale nie poprzez dyscyplinę lub konsumpcję ciała, która pozwala dotrzeć do najgłębszych jego pragnień. Pomimo, że obsesja na punkcie swojego ciała może przypominać owy mit to różnice ekonomiczne, wiekowe oraz płciowe, które są wytwarzana lub zamazywane w salonie fryzjerskim oraz obecność innego elementu (niż tylko nasza jaźń i nasze ciało) powoduje, że realizacja wewnętrznego ja poprzez ciało jest raczej współpracą ciała i jaźni. Schematy przymusu wewnętrznego jako jeden z rezultatów procesu cywilizacyjnego umożliwiają nam pewne działania, a inne blokują (uczuciem wstydu, lęku, wyobraźnią). Okazuje się, że mit Nowej Ery może być realizowany tylko przez osoby odpowiednio sytuowane: spontaniczność w wyborze fryzury i folgowanie sobie należy do tych, po pierwsze, których na to stać, po drugie którzy nie krępują się zależnościami społecznymi (praca, rodzina, partnerzy życiowi, tradycja, znajomi, kultura, itp.). Większość ludzi u fryzjera negocjuje jak można złączyć ciało, jaźń i otoczenie społeczne, w którym żyje, niż folguje sobie poprzez ciało.

Po trzecie, co pokazałam w rozdziale trzecim, konsumpcja odbywa się w warunkach jakiejś kultury. Za Mary Douglas wyróżniałam trzy takie kultury (hierarchicznego stylu życia, indywidualnego stylu życia oraz egalitarystów). Podstawowym wyborem jakiego dokonujemy to wybór pomiędzy tymi kulturami (Douglas mówi jeszcze o czwartym typie, o eklektycznym stylu życia). Pozostałe wybory są pochodną tego wyboru. Przedstawiłam jak różne zakłady fryzjerskie wpisują się w te kultury, zarówno poprzez swoją estetykę, fryzjerów oraz klientów je odwiedzających.

Podsumowując mogę powiedzieć, że wyróżniona przez Campbella konsumpcja jest tylko jednym z rodzajów możliwych konsumpcji. Jak widzieliśmy w rozdziale pierwszym nasza potencjalność może albo się rozwijać albo może zostać zahamowana. Determinanty mogą być różne, od tradycji do nostalgii, od pojmowania czasu jako odcinki do pojmowania czasu jako plastyczny i odwracalny. W każdym bądź razie pozwala mi to powiedzieć, że konsumpcja „pragnieniowa” nie jest jedyną formą konsumpcji. Zapewne ma rację Campbell mówiąc, że „w samej konsumpcji tkwi źródło sensu i tożsamości” ale owa konsumpcja, nawet jeśli jest związana z pragnieniami, to pragnienia te są kształtowane społecznie. Konsumpcja może rozwijać naszą potencjalność albo ją hamować. Jednak, jak to pokazałam na przykładzie saloniku pani Wiesi, Tupetu oraz Trendy, klienci kierują się różnymi wartościami. To oni wybierają rodzaj kultury, w której się realizują i to powoduje dalszy wybór w postaci zakładu

fryzjerskiego. Realizacja potencjalności polega nie na realizowaniu swoich zachcianek, ale na spójnym kształtowaniu jaźni, ciała i sieci społecznej. Ponieważ uczestniczymy w różnych sieciach społecznych mogą one gryźć się ze sobą, hamując rozwój naszej potencjalności. Salonu fryzjerskiego nie wybieramy tylko poprzez nasze pragnienia. Wiąże się to nie tylko z zakazem, ale z uczestnictwem w sieci społecznej.

Fryzjer jest wyrazem kultury w której uczestniczymy, która z kolei wskazuje na rodzaj konsumpcji który realizujemy: może ona być „pragnieniowa”, „w towarzystwie”, „tradycyjna”. Fryzura jest ramą twarzy. To właśnie twarz komunikuje, zarówno poprzez swoją ekspresję jak i słowa. Twarz jest ważna, gdyż to spotkania i rozmowy w usieciowionym społeczeństwie stanowią o charakterze tego społeczeństwa. Mocna i trwała sieć rodzinna może wchodzić w konflikt ze słabą siecią koleżeńską. Twarz w kontaktach z osobami z różnych sieci jest jedną z gwarancji, że spotkanie się powiedzie. Włosy jako rama współgra z twarzą jako obrazem. Spotkanie z osobami z jednej sieci wymaga innej fryzury niż spotkanie z osobami z innej sieci. Spotkania te możliwe są dzięki materialnym miejscom toteż przy spotkaniu trzeba wziąć pod uwagę nie tylko z kim się spotykamy, ale także gdzie się spotykamy. Konsumpcja, jeśli jest wyrazem naszych pragnień, to pragnienia te są kształtowane społecznie (sieci społeczne) i przez indywidualność wyglądu (kości policzkowe, kształt czaszki). Fryzjer pomaga nam w tym, aby włosy współgrały z twarzą, jaźnią oraz siecią społeczną. Spotkanie u fryzjera jest też spotkaniem twarzą w twarz. Fenomen fryzjera polega na znaczeniu twarzy w społeczeństwie.

W pracy tej starałam się przedstawić znaczenie twarzy w naszym społeczeństwie. Przed wszystkim liczba zakładów fryzjerskich, ilość pieniędzy w nich wydawanych i czasu spędzanego u fryzjera, pokazują jak ważna jest twarz. Fryzjer zajmuje się bowiem twarzą a nie tylko włosami. Od lat sześćdziesiątych, od pytania Vidal'a Sasoon'a: „co z klientką? Jak wygląda jej twarz, jaki rodzaj włosów posiada, a co najważniejsze kim jest i dokąd ma prowadzić zmiana, której chce się poddać?” fryzjer nie zajmuje się już tylko włosami. Jak się potocznie mówi twarz jest zwierciadłem duszy. Na półkach nie jednej księgarni znaleźć możemy książki, które uczą czytać z twarzy albo poznać związki między charakterem i kształtem twarzy. W XIX wieku popularna była, aspirująca do miana nauki, fizjonomika¹³¹. Łączyła ona rysy twarzy z charakterem i moralnością. Każda twarz jest indywidualna.

131 U. Eco, *Historia brzydoty*, przeł. przekład zbiorowy, Poznań, Rebis 2007, s. 257-269.

Dlatego fryzjerzy są przeciwnością fizjonomistów. Indywidualna twarz jest połączona siecią społeczną z innymi osobami. I to chciałam przedstawić w tej pracy: indywidualność twarzy, która spotyka się *face to face* z inną indywidualną twarzą.

Aneks

Szczegóły badań terenowych.

W celu zebrania danych odbyłam obserwacje w trzech wybranych przeze mnie zakładach fryzjerskich. Wyboru zakładów dokonałam po wstępnych, 1-dniowych obserwacjach 6 zakładów fryzjerskich, kierując się umiejscowieniem zakładu w przestrzeni miejskiej (centrum konsumpcji, peryferie konsumpcji, „odludzie” konsumpcyjne), wystrojem wnętrz (minimal design, zadomowiona ikonosfera, kawiarniany wystrój) oraz typem klienta, który najczęściej odwiedza dany zakład (indywidualista, tradycyjalista, egalitarysta). Obiektami moich badań stały się zakłady: „A”, „B” i „C”. W każdym z zakładów obserwacje prowadziłam przez pięć dni roboczych, około 5 godzin każdego dnia. Podczas obserwacji poszukiwałam także respondentów do wywiadu pogłębionego, który był drugą z zastosowanych przeze mnie metod badawczych. W „B” udało mi się znaleźć 5 osób (3 kobiety i dwóch mężczyzn), w tym dwie zgodziły się na wywiad, w innym miejscu i czasie niż nasze spotkanie w zakładzie(dom); z trzema pozostałymi rozmawiałam na zapleczu „B”. Rozmowy te były nieco krótsze i realizowały około 2/3 pytań zamieszczonych w scenariuszu wywiadu. Przeprowadziłam także wywiad z właścicielką, która jest jednocześnie jedyną pracowniczką zakładu. W „A” nikt nie zgodził się na rozmowę poza salonem, bądź na nagranie rozmowy na dyktafon, nawet w salonie. Udało mi się przeprowadzić 3 krótkie (5-10 minut) wywiady z klientami, jeden z recepcjonistką oraz jeden z fryzjerem, ale tylko podczas strzyżenia. W trakcie trwania rozmowy z klientką z „C”, okazało się, że odwiedziła także salon „A. Opis jej doświadczenia wykorzystałam w mojej pracy. W „C” czterech klientów zgodziło się na wywiad (3 kobiety, 1 mężczyzna). Z dwiema spotkałam się w miejscach ich pracy, z jedną w domu. Jedna z respondentek była spoza Poznania, dlatego udzieliła mi wywiadu w parku, nieopodal salonu. 3 rozmowy przeprowadziłam z fryzjerami pracującymi w „C”, w tym jeden także z właścicielem zakładu.

By jednak nie zawęzić opisu specyfiki zakładu fryzjerskiego tylko do trzech wyżej wymienionych zakładów stworzyłam także grupę osób nie związanych z tymi miejscami, a będącymi klientami różnych innych zakładów fryzjerskich. Zmiennymi, które posłużyły za kryterium wyboru w tym przypadku były: płeć oraz wiek (trzy przedziały wiekowe: 18-35 / 36-56 / 57-80), co stworzyło grupę sześciu respondentów. Wywiady przeprowadzałam w

domach respondentów bądź w ich miejscach pracy. Rozmawiałam także z trzema fryzjerkami z innych zakładów fryzjerskich, w tym jednego wywiadu nie wykorzystałam w mojej pracy.

Wywiady, które przeprowadziłam można opisać jako na wpółustrukturyzowane, z nie zawsze przestrzeganą kolejnością pytań, bądź pytaniami odbiegającymi od scenariusza wywiadu. Wywiad przypominał formę swobodną rozmowę. Niejednokrotnie zdarzyło się, że respondenci sami inicjowali nowe kwestie, bądź wyprzedzali moje pytania. Większość wywiadów zostało nagranych na dyktafon. Czas trwania wywiadów był różny. Z klientami, pomijając krótkie rozmowy w salonie „A” rozmawiałam od 20 minut do 1,5 godziny, ale średnio było to około 50 minut. Z fryzjerami wywiady trwały nieco dłużej, od 45 minut do 2,5 godziny, średnio około 1,5 godziny.

Problematyka badawcza

- Zakład fryzjerski jako zjawisko kulturowe (związane mocno ze społecznymi formami regulacji cielesności, ale też z seksualnością, różnicami płciowymi, modą, rywalizacją klasową – tutaj jednostka przekształca się w kogoś, kto jest pełnoprawnym członkiem społeczeństwa, ale też osobą o określonej płci, przedstawicielem określonej klasy społecznej), które jest węzłem, w którym splatają się zjawiska kształtujące jednostkę jako osobę i jako członka społeczeństwa.
- Zakład fryzjerski jako przestrzeń sytuacji społecznej - a więc miejsce i kontekst interakcji przebiegających na linii fryzjer-klient, ale też pomiędzy klientami. Pytania podstawowe: kto i co tworzy tę sytuację i na czym polega jej kształtowanie, kto i co w niej uczestniczy oraz dlaczego, w jaki sposób rozwija się ona w czasie, kto decyduje o jej przebiegu i definiuje jej charakter?
- Zakład fryzjerski jako miejsce ukształtowane przez jego właściciela w określony sposób. Podstawowe pytanie, po co i dlaczego tak?

Dyspozycje do wywiadu.

Wywiad z klientem zakładu fryzjerskiego.

O fryzjerze i zakładzie fryzjerskim:

1. Jak często chodzisz do fryzjera?

2. Dlaczego chodzisz do fryzjera? Czy decyzja by pójść do fryzjera jest przemyślana, zaplanowana, czy raczej spontaniczna
3. Czym się kierujesz przy wyborze zakładu fryzjerskiego/fryzjera?
(cena, jakość usług, atmosfera, wystrój, płéć fryzjera, wygląd fryzjera, ukończone przez fryzjera kursy, profesjonalizm; Wybieram zakład czy konkretnego fryzjera w zakładzie?)
4. Pokazać zdjęcia z różnych zakładów fryzjerskich. Pytanie do respondenta: Czy wybrałbyś się do tego zakładu? Uzasadnij swoją decyzję. Co Ci się w tym salonie podoba, a co nie?
5. Skąd czerpiesz informacje na temat fryzjerów? Jak dowiedziałeś się o zakładzie, z którego usług teraz korzystasz?
6. Czy korzystasz z jednego zakładu fryzjerskiego, jeśli tak, dlaczego; jeśli nie, dlaczego?
7. Opisz zakład fryzjerski, z którego korzystasz?
8. Dlaczego w większości zakładów fryzjerskich są wielkie okna?
9. Umawiasz się, czy przychodzisz i czekasz? Co robisz, gdy czekasz?
10. Czy rozmawiasz z innymi klientami? O czym?
11. Czy rozmawiasz z fryzjerem? O czym ?
12. Jak się czujesz przebywając u fryzjera/ podczas obcinania włosów?
 - a) Czy lubisz tam przebywać? Dlaczego?
 - b) Czy odczuwasz lęk? Dlaczego?
13. Czy do fryzjera chodzisz sam czy z kimś, jeśli z kimś to dlaczego?
14. Czy sytuacja u fryzjera jest intymna? Dlaczego?
15. Czy będąc u fryzjera patrzysz w lustro? Po co?
16. Kim jest fryzjer? Podaj kilka skojarzeń. Kim jest fryzjer dla Ciebie?
17. Czy fryzjer doradza Tobie jakich kosmetyków do włosów używać i jak włosy pielęgnować? A może sam prosisz o radę? Czy korzystasz z niej potem?
18. Czy przychodzisz z już zaplanowaną fryzurą, czy liczysz na poradę fryzjera? Skąd czerpiesz pomysły- czy i gdzie szukasz inspiracji?
19. Jaki status społeczny posiada zawód fryzjera?/Jak odbierany jest zawód fryzjera w społeczeństwie? Co o zawodzie fryzjera myślą inni ludzie?
20. Czy pamiętasz z własnego doświadczenia, słyszałeś od znajomych jakieś ciekawe historie związane z fryzjerem?

O włosach:

1. Czy ludzie przywiązują wagę do swoich włosów ?Dlaczego? A Ty?
2. Co jest źródłem Twojej wiedzy o włosach i ich pielęgnacji?
3. Jak dużo czasu w ciągu dnia poświęcasz włosom? Jakie czynności z nimi związane wykonujesz? Jakie cechy włosa są dla Ciebie najważniejsze i dlaczego?
4. Dlaczego ludzie obcinają włosy? A dlaczego Ty obcinasz?
5. Czy obcinałeś kiedyś włosy sobie/ komuś innemu?/ Co czułeś? Czy pozwoliłbyś komuś obcemu obciąć Twoje włosy? Dlaczego tak, nie?
6. Co można powiedzieć o człowieku patrząc na jego włosy/ fryzurę?
 - a) Dlaczego zdecydowałeś się na fryzurę, którą masz teraz?
 - b) Co Tobą kieruje przy doborze fryzury?
 - c) Jaka jest Twoja wymarzona fryzura, dlaczego?
 - d) Co możesz powiedzieć o osobie z określoną fryzurą?(pokazać zdjęcia osób o różnych fryzurach)
 - e) Skąd czerpiesz informacje dotyczące fryzur?
7. Czy i dlaczego farbujesz włosy? Jeśli nie, dlaczego inni farbują włosy?
8. Co można powiedzieć o człowieku patrząc na jego kolor włosów?
9. Dlaczego ludzie boją się wypadania włosów?
10. Czy przypominasz sobie jakąś znaczącą zmianę fryzury? Dlaczego się na to zdecydowałeś? Jak się czułeś już po? Co mówili inni? Czy to coś zmieniło w Twoim myśleniu o sobie?
11. Co myślisz o sprzedaży/kupnie włosów? Czy sam byś się na to zdecydował? Dlaczego tak/nie?
12. Czy i dlaczego brzydzi Cię włos w jedzeniu?

Wywiad z fryzjerem.

O fryzjerze/fryzjerstwie:

1. Dlaczego zdecydowałeś się na bycie fryzjerem/ką?
2. Jak o fryzjerach(zawodzie) wyrażają się inni ludzie? Czy zawód ten cieszy się szacunkiem, uznaniem? Jak reagują/zareagowali rodzina/ znajomi, gdy dowiedzieli się, że chcesz zostać/jesteś fryzjerem?
3. Czy każdy może być fryzjerem, czy to sztuka, czy też zawód/ rzemiosło? Co się zmieniło w ostatnich latach?

4. Jakie cechy powinien posiadać dobry fryzjer?
5. Czy i jak często bierzesz udział w szkoleniach? Czy pracodawcy, klienci zwracają na to uwagę?

O specyfice zakładu fryzjerskiego/ sytuacji społecznej:

6. Co oferujesz swoim klientom (ewentualnie dopytać o rodzaj usług, masaże, porady stylisty, inne zalety zakładu, czy konkretnego fryzjera)? Jakbyś miał zareklamować w paru zdaniach Twój zakład/siebie, co byś powiedział?
7. Do jakiego typu klientów skierowane są usługi w Twoim zakładzie?
8. Jaka panuje atmosfera w Twoim zakładzie fryzjerskim?
9. O czym klienci rozmawiają między sobą?
10. O czym najczęściej rozmawiasz z klientami?
11. Jakich kosmetyków używa się w Twoim zakładzie i dlaczego?(taką wypowiedź można poddać analizie ze względu na ważność marki bądź jakości produktu, bądź też najistotniejsze cechy włosów, dla których powinno się go poddawać pielęgnacji...)

O kliencie:

12. Jakie wymagania mają klienci?
13. Czym sugerujesz się przy doborze fryzury dla niezdecydowanego klienta?
14. Czy i dlaczego wygląd klienta ma znaczenie dla sposobu obcięcia włosów (to w razie gdyby wcześniej w wypowiedzi respondenta nie pojawił się jeszcze ten wątek)?
15. Jak reagujesz gdy klient chce dokonać znaczącej zmiany (np. ściąć włosy z długich na krótkie, albo przefarbować z blond na czarne)? Jeśli odpowie negatywnie: Dlaczego taka zmiana nie jest dobra?
16. Czy zdarza się Tobie odradzać fryzurę wybraną przez klienta? W jakich przypadkach? Jak reaguje wówczas klient?
17. Jak się pracuje z mężczyznami a jak z kobietami?
18. Jaki typ klienta lubisz, a jaki Cię drażni?
19. Najciekawszy przypadek w Twojej karierze zawodowej?
20. Czy ludzie przywiązują wagę do swoich włosów ?Dlaczego? A Ty?
21. Co jest źródłem Twojej wiedzy o włosach i ich pielęgnacji?
22. Jak dużo czasu w ciągu dnia poświęcasz włosom? Jakie czynności z nimi związane wykonujesz? Jakie cechy włosów są dla Ciebie najważniejsze i dlaczego?

23. Co można powiedzieć o człowieku patrząc na jego włosy/ fryzurę?
24. Dlaczego ludzie farbują włosy? Co można powiedzieć o człowieku patrząc na jego kolor włosów?

O zakładzie fryzjerskim jako przestrzeni :

1. Dlaczego przestrzeń zakładu fryzjerskiego jest zaaranżowana w taki sposób?
2. Dlaczego nazwałś/właściciel zakładu nazwał tak swój zakład?
3. Co Tobą kieruje przy doborze gazet, muzyki w zakładzie?
4. Dlaczego zakład został otwarty w takim punkcie Poznania?

Bibliografia

- Appadurai Arjun, *Część I. Globalne przepływy*; [w:] *idem, Nowoczesność bez granic. Kulturowe wymiary globalizacji*, przeł. i wstęp Z. Pucek, Kraków, UNIVERSITAS 2005.
- Barbalet J.M., *Konformizm i wstyd*, przeł. M. Korzewski; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków 2008, s. 828-855.
- Jane Baudrillard, *Spółeczeństwo konsumpcyjne: jego mity i struktury*, przeł. S. Królak. Warszawa, Wydawnictwo "Sic!" 2006.
- Bauman Zygmunt, *Płynna nowoczesność*, przeł. T. Kunz, Kraków, Wydawnictwo Literackie 2006.
- Bauman Zygmunt, *Życie na przemiał*, przeł. T. Kunz, Kraków Wydawnictwo Literackie 2004.
- Berger John, *O patrzeniu*, przeł. S. Sikora, Warszawa, Fundacja Aletheia 1999.
- Berger John, *Sposoby widzenia*, przeł. M. Bryl, Poznań, Dom Wydawniczy REBIS 1997.
- Bojańczyk Joanna, *Fryzjer – czemu tak drogo?*, "Wysokie Obcasy" 2005, nr 36.
- Bourdieu Pierre, *Męska dominacja*, przeł. L. Kopciewicz, Warszawa, Oficyna Wydawnicza 2004.
- Campbell Colin, *Kupuję, więc wiem, że jestem: metafizyczne podstawy nowoczesnego konsumeryzmu*, przeł. M. Brzozowska-Brywczyńska, „Kultura popularna” nr 4 (18).
- Clair Jean, *De Immundo. Apofatyczność i apokatastaza w dzisiejszej sztuce*, przeł. M. Ochab, Gdańsk, słowo/obraz terytoria 2007.
- Douglas Mary, *Dwa ciała*; [w:] M. Douglas *Symbole naturalne*, przeł. E. Dzurak, Kraków, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2004.
- Douglas Mary, *W obronie zakupów*, przeł. M. Bogunia-Borowska, s.338; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków 2008, 334-356.
- Drozdowski Rafał, *Obraza na obrazy. Strategia społecznego oporu wobec obrazów dominujących*, Poznań, Wydawnictwo Naukowe UAM 2006.
- Dunning Eric, *O emocjach w sporcie i wypoczynku*, przeł. P. Polak; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków, Wydawnictwo Znak 2008, s. 658-677.
- Dybel Paweł, *Studium lustra*; [w:] *Antropologia widowisk*, red. i wstęp L. Kolankiewicz, oprac. A. Chałupnik, W. Dudzik, M. Kanabrodzki, Warszawa 2005.
- Dzido Dominika, *Kulturowe kody płci*; [w:] *Praktyki Cieleśne*, red. nauk. J.M. Kurczewski, Warszawa, Wydawnictwo TRIO 2006, s. 169-222.

- Eco Umberto, *Historia brzydoty*, przekł. zbior., Poznań, Rebis 2007.
- Elias Norbert, *Przemiany obyczajów w cywilizacji Zachodu*, przeł. T. Zabłudowski, Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy 1980.
- Etcoff Nancy, *Przetrwają najpiękniejsi*, przeł. D. Cieśla, Warszawa, Wydawnictwo Cis, Wydawnictwo WAB 2002.
- Featherstone Mike, *Postmodernizm i estetyzacja życia codziennego*, przeł. P. Czapliński i J. Lang; [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, pod red. R. Nycza, Kraków, Wydawnictwo Baran i Suszczyński 1998, s. 299-332.
- Geertz Clifford, *O gatunkach zmaconych (nowe konfiguracje myśli społecznej)*, przeł. Z. Łapiński; [w:] *Postmodernizm. Antologia przekładów*, pod red. R. Nycza, Kraków, Wydawnictwo Baran i Suszczyński 1998, s. 214-235.
- Giddens Anthony, *Nowoczesność i tożsamość : "ja" i społeczeństwo w epoce późnej nowoczesności*, przeł. A. Szulżycka. Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN 2001.
- Giddens Anthony, *Przemiany intymności. Seksualność, miłość i erotyzm we współczesnych społeczeństwach*, przeł. A. Szulżycka, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN 2007.
- Goffman Erving, *Rytuał interakcyjny*, przeł. A. Sulżycka, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN 2006.
- Hraba Bohumil, *Postrzyżyny*, przeł. A. Piotrowski, Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy 1980.
- Kanabrodzki, *Kapłan i fryzjer. Żywioł materialno-cieleśny w utworach Georga Büchnera, Witolda Gombrowicza, Mirona Białoszewskiego, Helmuta Kajzara*, Gdańsk, słowo/obraz terytoria 2004.
- Kundera Milan, *Nieśmiertelność*, M. Bieńczyk, Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy 1995.
- Kvale Steina, *InterViews: wprowadzenie do jakościowego wywiadu badawczego*, przeł. i red. naukowa S. Zabielski, Białystok, Trans Humana 2004.
- McCracken Grant, *Big Hair. The journey into the transformation of self*, New York, The Overlook Press 1995.
- Manovich Lev, *Język nowych mediów*, przeł. P. Cypryański, Warszawa, Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne 2006.
- Miłosz Czesław, *Widzenia nad Zatoką San Francisco*, Kraków, Wydawnictwo Literackie 2000.
- Morris Desmond, *Naga kobieta*, przeł. P. Amsterdamski, Warszawa, Wydawnictwo Albatros 2006.

- Muggleton David, *Wewnątrz subkultury. Ponowoczesne znaczenie stylu*, przeł. A. Sadza, Kraków, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2004.
- Panati Charles, *Niezwykłe dzieje zwykłych rzeczy*, przeł. i uzup. G. Woźniak, Warszawa, Książka i Wiedza 2004.
- Ranciere Jacques, *Widz wyemancypowany*, "Krytyka polityczna" 2007, nr 13.
- Rybczyński Witold, *Dom. Krótka historia idei*, przeł. K. Husarska, Gdańsk, Warszawa, Wydawnictwo MARABUT 1996.
- Sennett Richard, *Ciało i kamień. Człowiek i miasto w cywilizacji Zachodu*, przeł. M. Konikowska, Gdańsk, Wydawnictwo MARABUT 1996.
- Sienkiewicz Henryk, *Ogniem i mieczem*, t.1, Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy 1971.
- Simmel Georg, *Filozofia mody*, przeł. S. Magala; [w:] S. Magala, *Simmel*, Warszawa, Wydawnictwo Państwowe „Wiedza Powszechna” 1980.
- Simmel Georg, *Mentalność mieszkańców wielkich miast*, [w:] *idem, Socjologia*, przeł. M. Łukasiewicz, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN 2005.
- Simmel Georg, *Rama obrazu. Próba estetyczna*. [w:] G. Simmel, *Mosty i drzwi: wybór esejów*, przeł. M. Łukaszewicz, Warszawa, Oficyna Naukowa 2006.
- Simmel Georg, *Towarzystwość*; [w:] *idem, Socjologia*, przeł. M. Łukasiewicz, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN 2005.
- Stomma Ludwik, *Antropologia kultury wsi polskiej XIX wieku*, Gdańsk 2000.
- Targońska Anna, *Symbolika włosów i manipulowanie włosami w kulturze ludowej*, "Lud" 1998, t. 82.
- Thomas Louis- Vincent, *Trup*, przeł. K. Kocjan, Łódź, Wydawnictwo Łódzkie 1991.
- Turner Victor, *Proces rytualny*, przeł. I. Kurz; [w:] *Antropologia widowisk*, red. i wstęp L. Kolankiewicz, oprac. A. Chałupnik, W. Dudzik, M. Kanabrodzki, Warszawa 2005.
- Urry, *Sieci społeczne, podróże, rozmowy*, przeł. M. Krywult; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków, Wydawnictwo Znak 2008, 259-287.
- Urry John, *Życie za kółkiem*, przeł. P. Polak; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków, Wydawnictwo Znak 2008, s. 411-429.
- Warde Alan, Martens Lydia, *Miłe spotkania przy stole*, przeł. P. Polak; [w:] *Socjologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Kraków, Wydawnictwo Znak 2008, s. 371-392.
- Žižek Slavoj, *Lacrimae rerum: Kieślowski, Hitchcock, Tarkowski, Lynch*, przeł. G. Jankowicz, J. Kutyla, K. Mikurda i P. Mościcki, Kraków, Korporacja Ha!Art 2007.

Žižek Slavoj, *Lekcja Rancière'a*; [w:] J. Ranciere, *Estetyka jako polityka*, przeł. J. Kutyla, P. Mościcki, wstęp A. Żmijewski, połowie S. Žižek, Warszawa, Wydawnictwo Krytyki Politycznej 2007.