

Marek S. Szczepański*, Weronika Ślęzak-Tazbir**

Ludzie bowiem mogą zamykać oczy na wielkość, na grozę, na piękno. I mogą zamykać uszy na melodię albo balamutne słowa. Ale nie mogą uciec przed zapachem. Zapach bowiem jest bratem oddechu. Zapach wnika do ludzkiego wnętrza wraz z oddechem i ludzie nie mogą się przed nim obronić, jeżeli chcą żyć.

Patrick Süskind, *Pachnidło* (2006, s. 157)

MIEJSKIE PACHNIDŁO. FRAGMENTACJA I PRYWATYZACJA PRZESTRZENI W PERSPEKTYWIE OSMOSOCJOLOGICZNEJ

Z wszystkich pięciu zmysłów, którymi dysponuje człowiek, to właśnie zmysł wzroku i dotyku zapewniają najlepszy ogląd przestrzeni i wszelkich zjawisk, jakie w niej zachodzą. Dużo trudniej poznawać przestrzeń za pomocą słuchu a już całkiem niemożliwe wydaje się smakowanie przestrzeni, nawet jeżeli jest to przestrzeń całkowicie uczłowieczona. Również zmysł węchu mógłby się wydawać zupełnie bezużyteczny w percepcji przestrzeni ze względu na swoją ulotność, tymczasowość. A jednak zapach przestrzeni, gdy skoncentrować się na nim, jest czasem bardziej charakterystycznym landmarkiem aniżeli niejeden budynek czy droga. Stąd przyjęcie perspektywy osmosocjologicznej wydaje się potrzebne dla pełniejszej analizy i interpretacji dynamiki przestrzeni.

Przedmiotem obserwacji i analizy w niniejszym studium staną się zapachy wybranych przestrzeni miejskich i podmiejskich starego regionu przemysłowego. Jaka mieszanka aromatów stanowi miejskie pachnidło? Z jednej strony kusząca woń prywatnych przestrzeni publicznych, sztucznie aromatyzowanych perfumami i odświeżaczami powietrza, z drugiej – fetor zaniedbanych oficyn i podwórek, smród osiedlowej budki z piwem i ekskluzywny bukiet koniaku w hotelowym barze, telluryczne wyziewy hałd i woń sosnowych lasów.

Te bieguny zapachowe coraz wyraźniej, co postaramy się pokazać, wpływają na fragmentację i prywatyzację miejskich przestrzeni. Na terenie starego regionu przemysłowego repertuar zapachów jest tyleż bogaty, co istotny dla powstawania coraz wyraźniejszych granic w przestrzeni.

1. Wprowadzenie, czyli zapach miejskiej przestrzeni

Bogactwo, jakie niosą ze sobą zapachy, i sfera, która podlega oglądowi za pomocą zmysłu węchu, są niezmierzone. Po pierwsze ze względu na swoją ulotność, po drugie – na ciągłe stawanie się w toku percepcji i interpretacji. Z wszystkich pięciu zmysłów, którymi dysponuje człowiek, w pierwszych skojarzeniach jedynie zmysły wzroku i dotyku najlepiej umożliwiają, mimo swojej ograniczoności,

* Instytut Socjologii Uniwersytetu Śląskiego, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej w Warszawie.

** Instytut Socjologii Uniwersytetu Śląskiego.

ogład przestrzeni i zjawisk, jakie w niej zachodzą. Dużo trudniej poznawać przestrzeń za pomocą słuchu, a już niemożliwe wydaje się smakowanie przestrzeni, nawet jeżeli jest to przestrzeń całkowicie uczłowieczona. Również zmysł węchu, który umożliwia rozpoznawanie zapachów, mógłby się wydawać zupełnie bezużyteczny w percepcji przestrzeni ze względu na swoją ulotność, tymczasowość. A jednak zapach przestrzeni, gdy skoncentrować się na nim, jest czasem bardziej charakterystycznym wyznacznikiem aniżeli niejeden budynek czy droga. Stąd przyjęcie perspektywy osmosocjologicznej wydaje się potrzebne dla pełniejszej analizy i interpretacji dynamiki przestrzeni.

Przedmiotem obserwacji i analizy w niniejszym studium staną się zapachy wybranych przestrzeni miejskich i podmiejskich starego regionu przemysłowego.

Jakie aromaty stanowią miejskie pachnidło?

Z jednej strony kusząca woń prywatnych przestrzeni publicznych, sztucznie aromatyzowanych perfumami i odświeżaczami powietrza, z drugiej fetor zaniebdanych oficyn i podwórek, smród osiedlowej budki z piwem i ekskluzywny bukiet koniaku w hotelowym barze, telluryczne wyziewy hałd i woń sosnowych lasów. Te bieguny zapachowe coraz wyraźniej, co artykuł ma pokazać, wpływają na fragmentację i prywatyzację miejskich przestrzeni.

Na terenie starego regionu przemysłowego repertuar zapachów jest tyleż bogaty, ile istotny dla powstawania coraz wyraźniejszych granic w przestrzeni. Łacińskie słowo *fragmentum* oznaczające okruch świetnie oddaje istotę aromatycznych podziałów przestrzeni. Krucho i ulotne, ale coraz częściej wpływające na tożsamość miejsca i ludzi z nim związanych, dlatego też warte socjologicznej refleksji.

2. Potęga węchu

Ludzkie powonienie i możliwości zmysłowe człowieka w percepcji i kategoryzacji zapachów długo były lekceważone. Ludzie w porównaniu z większością zwierząt mają ograniczone możliwości wykrywania, a przede wszystkim odróżniania woni. Wielu badaczy przez lata uważało węch i smak za zmysły o mniejszym znaczeniu dla człowieka. Z całą pewnością ludzie wraz z kręgowcami nadrzewnymi i latającymi zaliczają się do istot *mikrosomatycznych*, czyli o ograniczonych zdolnościach węchowych. Zupełnie inaczej węch wykorzystują stworzenia *makrosomatyczne*, czyli te, u których jest on zmysłem dominującym. Mało kto wie, że człowiek dysponuje pięcioma milionami komórek czułych na zapachy i tylko część powietrza poddana jest osmologicznej kontroli. Przeciętny mieszkaniec ziemi odróżnia kilka, maksymalnie kilkanaście tysięcy nut zapachowych (Brzezicha, Lisiecki 1989, s. 28). Tylko wyrafinowane *nosy*, a jest ich nie więcej niż tuzin, zatrudnione w przemyśle perfumeryjnym czy przy produkcji wina, identyfikują ponad 30 tysięcy woni¹. Liczb tych w żaden sposób nie da się porównać do możliwości, którymi obdarzone zostały psy. Zbadano na przykład,

¹ <http://www.antoranz.net/CURIOSA/Z-BIOL.OG.HTM>.

że pies jest w stanie odróżnić ponad 500 tysięcy zapachów². Kynolodzy twierdzą nawet, że psia czułość na zapachy jest 11 500 razy wyższa niż u przeciętnego człowieka. Mistrzem i niezrównanym tropicielem jest *Bloodhound*, który może podjąć węchowy trop nawet po dwóch tygodniach i podążać po śladzie aż 220 kilometrów. Nic zatem dziwnego, że wyćwiczone czworonogi pracują nie tylko w myślistwie, ale przede wszystkim w ratownictwie, w służbach śledczych, przy przeszukiwaniu ruin i lawin śnieżnych, w odszukiwaniu zwłok ludzkich. Są także nieocenionymi towarzyszami osób chorych i niewidomych.

Czworonogi potrafią zdefiniować stan emocjonalny człowieka poprzez odróżnianie zapachów wydzielanych przez gruczoły potowe. Specjaliści pracujący z psami uważają, że podwyższony poziom adrenaliny u człowieka wywołuje tzw. zapach strachu, który może zmienić osobniczy zapach człowieka i zaniepokoić psa. Pies tropiciel wie, kiedy zbliża się atak epilepsji, kiedy kipi w nas gniew. Te niepowtarzalne zdolności doceniła polska policja, w tym także Centralne Laboratorium Kryminalistyczne, które coraz częściej przy wykorzystaniu pracy psów-kiperów (tropiących) stosuje metodę osmologiczną w wykrywaniu przestępstw. W końcu 2006 r. jednostki organizacyjne policji posiadały ogółem 257 psów służbowych zaangażowanych w technikach kryminalistycznych, w tym: do badań osmologicznych – 99, wyszukujących zapachy narkotyków – 144, wyszukujących zapachy zwłok ludzkich – 14 (Materiały... 2007). Polska może poszczycić się największymi sukcesami w rozwoju wiedzy osmologicznej na świecie. Co prawda to Amerykanie pierwsi zaczęli tresować pszczoły i karaluchy do wykrywania ładunków wybuchowych, ale stosują metodę osmologiczną na znacznie mniejszą skalę niż Polacy. W 2006 r. badania osmologiczne w skali całego kraju były wykonywane na bieżąco. Eksperti osmologii laboratoriów kryminalistycznych wykonali łącznie 1372 ekspertyzy osmologiczne; średnio w kraju w tymże roku wykonywano miesięcznie 114 ekspertyz. Badaniom poddano łącznie 2730 materiałów dowodowych i 3197 materiałów porównawczych pobranych od podejrzanych lub oskarżonych (Materiały... 2007).

Warto wspomnieć, że zdolności makrosomatyczne psów coraz powszechniej wykorzystuje również medycyna, gdyż najnowsze doświadczenia dają mocną podstawę do docenienia roli psiego węchu w wykrywaniu nowotworów. W Polsce nad metodą biodetekcji pracuje Tadeusz Antoni Jezierski z Zakładu Zachowania się Zwierząt Instytutu Genetyki i Hodowli Zwierząt PAN w Jastrzębcu. Warto również wiedzieć, że potężnym węchem charakteryzują się słonie i rekiny, które są szczególnie wrażliwe na zapach i smak krwi. Mogą wykryć jej obecność w roztworze wodnym, w którym krew będzie stanowiła jedną milionową część. Oznacza to mniej więcej jedną kroplę krwi na 115 litrów wody³. Człowiek nie posiada takich zdolności, a jednak rola węchu jest w jego życiu, zwłaszcza w życiu społecznym, jest niezmiernie ważna. Jako pierwsi docenili rolę zapachów psychologowie, którzy zdając sobie sprawę z tego, że wrażenia węchowe są

² Można się spotkać z opiniami, że pies rozróżnia nawet 600 tysięcy zapachów.

³ <http://zwierzeta-swiatea.webpark.pl/index2.html>.

w pierwszych skojarzeniach mniej istotne niż wzrokowe i słuchowe, nie mogli pozostać obojętni na inne zjawiska, które wiązały się z ludzkim węchem. Przede wszystkim zauważono, że węch może również u człowieka nabrać większego znaczenia, np. w warunkach dysfunkcji innego zmysłu. Poddawani badaniom ludzie niewidomi kompensują bardzo często swój brak nie tylko zmysłem dotyku, lecz także węchu. Możliwości węchowe i wpływ zapachów na życie człowieka ciągle pozostają nie do końca odkryte, ale budzą coraz większe zainteresowanie naukowców różnych dyscyplin. Ich starania docenił Komitet Noblowski, który właśnie za odkrycie dokonane przez naukowców tropiących węchowe możliwości człowieka przyznał nagrodę w dziedzinie medycyny i fizjologii w 2004 roku. Dwoje amerykańskich naukowców, Richard Axel i Linda B. Buck, przeprowadziło bardzo złożone i długotrwałe eksperymenty, które pozwoliły lepiej poznać zmysł powonienia u człowieka (Abbott 2004). Ci, którzy badają możliwości olfaktoryczne, wiedzą od dawna, że ograniczone możliwości człowieka w tej sferze wynikają przede wszystkim z syntezy sygnałów, które do niego docierają. Przetwarzanie zapachów na poziomie kory mózgowej ma charakter syntetyczny, co oznacza, że kodujemy zapachy jako całościowe obiekty. Ludzie nie są więc właściwie w stanie rozróżnić składników zapachów, gdy jest ich więcej niż dwa (Czerniawska, Czerniawska-Far 2007, s. 10). Na tej niesamowitej zdolności karierę zbudował Jean Baptiste Grenouille – bohater bestsellera Patricka Süskinda *Pachnidło*. Wspomnijmy, że sam nie wydzielał żadnej woni. Rozumując filozoficznie, można by zatem uznać, że nie miał poczucia tożsamości; być może ta właśnie przypadłość pozwoliła mu na wyraziste czytanie wszystkich zapachów świata takimi, jakie są, jako fenomeny, bez nastawienia i wcześniejszej wiedzy. O tęsknocie za wykorzystaniem w bardziej aktywny sposób zmysłu węchu przez człowieka świadczy wielu literackich bohaterów, nie tylko opisany powyżej morderca dziewczyc. Również Heinrich Böll uczynił bohaterem *Zwierzeń kłowna* człowieka o nieprzeciętnej zdolności powonienia: „(...) oprócz melancholii i bólu głowy mam jeszcze pewną niemal mistyczną właściwość: czuję przez telefon zapach mówiącego (...). Byłem rozczarowany. Spodziewałem się usłyszeć łagodny głos zakonnicy, poczuć zapach wodnistej kawy i zeschniętego ciasta, tymczasem zaskrzeczał głos mężczyzny, tchnący tak przenikliwym zapachem rozgotowanego grochu i kapusty, że zacząłem kaszleć. (...) Zapach kapusty dobrze znałem z internatu. Jeden z tamtejszych ojców tłumaczył nam kiedyś, że kapusta uważana jest za środek przytępiający zmysłowość” (Böll 1968, s. 15, 99–101).

Laureaci Nagrody Nobla za odkrycia zapachowe dowiedli, że aż 3% genów u człowieka jest odpowiedzialnych za regulację zmysłu powonienia. Około 1000 genów koduje zaś syntezę białek receptorowych dla substancji zapachowych (Marchlewska-Koj...). Badacze przypuszczają, że tylko część genów jest wykorzystywana aktywnie, a tak duża liczba ogólna genów związanych ze zmysłem węchu stanowi atawistyczny przeżytek. Najsilniej wrażenia zapachowe wiążą się z ludzką pamięcią. Wspomniani już Richard Axel i Linda B. Buck, używając wyrafinowanych technik molekularnych, nakreślili kompletny obraz procesu percepcji zapachu i wyjaśnili, jak zapach przekształcany jest w sygnał w mózgu. Ich

badania pozwoliły zrozumieć, dlaczego zapachy tak silnie przywołują zdarzenia z przeszłości. Naukowcy rozwiązali kombinatoryczny kod – proces przypominający mieszanie kolorów na palecie – który pozwala nam rozpoznać i formować pamięć związaną z około 10 tysiącami różnych zapachów⁴. Ta zapachowa pamięć odgrywa ogromną rolę w konstruowaniu własnej tożsamości, tożsamości miejsc i stosunków społecznych. Słynny „efekt Prousta”, czyli przeniesienie się za pomocą zapachów do czasów swojego dzieciństwa, to najbardziej znany przykład z literatury dowodzący istnienia pamięci zapachowej. Zapachowe wspomnienia wielokrotnie spotykamy w światowej i krajowej prozie i poezji. Również współczesni studenci zapytani o swoje wspomnienia związane z tymi doznaniem chętnie chwytają za pióro i dzielą się refleksjami, co będziemy się starali pokazać w niniejszym artykule.

Dotychczasowe obserwacje, analizy i lektura istniejących badań nie pozostawiają wątpliwości. Roli zapachu w życiu człowieka, a co za tym idzie, w życiu społecznym nie można zakwestionować. Prawdopodobnie jego prawdziwa siła oddziaływania jest jeszcze nieodkryta, często nieuświadomiona bądź po prostu niemożliwa do zaobserwowania, ale warta pogłębionej refleksji, także socjologicznej. Odwołując się do fundatorów subdyscypliny socjologicznej, jaką miałyby być socjologia zapachów, postaramy się przedstawić teoretyczne ramy i możliwości wykorzystania tej perspektywy, zwłaszcza w dziedzinie socjologii miasta.

3. Od bogactwa aromatów do osmosocjologii

Poszukiwania źródeł namysłu nad istotą i rolą węchu w życiu człowieka i społeczeństw prowadzą nas, prawie jak zawsze, do starożytnej Stagiry. Nie kto inny bowiem, jak wielki Arystoteles z pieczołowitością godną zaangażowanego myśliciela jako pierwszy opisał swoje zapachowe dociekania. Był pionierem w próbie usystematyzowania bogactwa aromatów, które nas otaczają, rozróżniając zapach słodki, gorzki, ostry, szczypiący i oleisty. Te podstawowe zapachy według Arystotelesa przybierają bardziej szczegółowe nazwy od smaków, którym towarzyszą. Smaki bowiem uważa Stagiryta za bardziej rozpoznawalne niż zapachy (Arystoteles 1972, s. 64–65). Podkreślając ułomność ludzką w zdolności rozróżniania zapachów, starożytny filozof zaznacza, że cechy istotne zapachu są dużo mniej oczywiste niż cechy dźwięku czy koloru. To, co najistotniejsze dla badaczy społecznych, zamknął Arystoteles w podkreśleniu korelacji, jaka nieodłącznie istnieje pomiędzy odczuwaniem konkretnego zapachu a jednoczesnym odczuwaniem przykrości lub przyjemności. Powiązał zatem konkretne stany emocjonalne, których doświadcza człowiek, z zapachem, jaki aktualnie odbiera. Właśnie emocje i ich zależności z odczuwanym zapachem są dziś przedmiotem badań psychologów. Jeśli chodzi o rolę węchu w życiu człowieka, to Arystoteles uważał, że jest to zmysł najbardziej ułomny i najniższy wśród ludzkich zmysłów. Znacznie

⁴ <http://www.racjonalista.pl/index.php/s,38/r,1/k,15>.

później bardziej nam współczesny Immanuel Kant również odżegnywał się od zmysłu powonienia. Umieścił go na samym dnie hierarchii zmysłów, przypisując mu wyjątkowy subiektywizm i skłonność do przekłamanego odbioru świata. Kant wyraźnie nie ufał temu sensorycznemu sposobowi poznawania świata przez człowieka, jaki oferuje powonienie (Grzybowska 2007). Nieco później Sigmund Freud próbował tłumaczyć małe zainteresowanie zmysłem powonienia strachem przed jego związkami z ukrytymi, nieświadomymi procesami świadomości, często związanymi ze sferą erotyczną, a więc okrytą społecznym tabu.

Jednym z pierwszych socjologów, który zainteresował się próbą wyjaśnienia różnych procesów społecznych za pomocą zmysłów, był wielki przedstawiciel socjologii formalnej Georg Simmel. Niedoceniony w swoich czasach, zwracał uwagę na istotną rolę zmysłów dla socjologii, stając się założycielem wąskiej specjalizacji zwanej socjologią zmysłów. Wśród wrażeń zmysłowych zasługujących na szczególną uwagę podkreślił między innymi wrażenia zapachowe i ich rolę w konstruowaniu rzeczywistości społecznej oraz powstawaniu społecznych dystansów i różnic. Pierwszym znanym, opublikowanym artykułem dotyczącym socjologii zapachów był tekst, którego autorami byli Gale Peter Largey i David Rodney Watson, zatytułowany po prostu *Socjologia zapachów* (Largey, Watson 1972, s. 1021–1034). Obecnie wielu badaczy różnych dyscyplin z bogatego spektrum tzw. nauk społecznych traktuje zapachy jako laboratorium badawcze. Opublikowano dotąd kilka tekstów z pogranicza antropologii i filozofii zapachów, ale prym w badaniach i eksperymentach wiodą psychologowie zajmujący się analizą procesów poznawczych (wybrane teksty: Cann, Ross 1989; Rasmussen 1999; Low 2005).

Na gruncie socjologii polskiej Maria Ossowska jako pierwsza postulowała, aby wszechobecne aromaty stały się przedmiotem analizy dla socjologów różnych specjalności: miasta, kultury, sztuki. Istnieje kilka śladów w jej notatkach i zapiskach, które potwierdzają zainteresowanie tematem⁵.

Dostrzegając coraz większą rolę zapachów w tworzeniu rzeczywistości społecznej oraz dla konstrukcji ładu społecznego i kultury, podczas XIII Ogólnopolskiego Zjazdu Socjologicznego⁶ zaproponowaliśmy pojęcie *osmosocjologii*. W naszym zamyśle termin ten, wywodzący się z połączenia greckiego *osmē* oznaczającego zapach i socjologii, miałby oznaczać, przynajmniej tymczasowo, swoistą perspektywę teoretyczną i badawczą związaną z wpływem zapachów na zróżnicowane sfery życia społecznego, zwłaszcza dystanse i styczności, ale również szeroko rozumiane stosunki społeczne, czyli socjologię zapachów lub aromatów. Osmosocjologia mieścić się może w obrębie „trzeciej socjologii”,

⁵ Autorzy artykułu kierują szczególne podziękowanie na ręce Pani Róży Sulek, która zechciała służyć swą bezcenną wiedzą na temat aromatycznych zainteresowań Marii Ossowskiej. Warto dodać ciekawą informację, dowartościowującą dodatkowo rolę zapachów dla polskiej socjologii, iż Stanisław Ossowski przed grożącym mu zesłaniem w roku 1940 w ramach przygotowań kupił sobie tylko flakon wody kolońskiej.

⁶ Zielona Góra, 13–15 września 2007 r.; grupa tematyczna zorganizowana przez Bohdana Jałowickiego.

o której pisze Piotr Sztompka, lub – zamiennie, socjologii życia codziennego. „Trzecia socjologia traktuje najbardziej serio intuicję, która uparcie przewija się przez całą historię antropologii filozoficznej i socjologii, że mianowicie człowiek jest «istotą społeczną» (...)» (Sztompka 2007, s. 371). Trzecia socjologia, zdaniem autora, analizuje to, co „Zbigniew Herbert nazwał poetycko «przeziębieniem międzyludzka», a więc siecią wielokierunkowych relacji między jednostkami. Taka sieć to inaczej pole jednostkowo-społeczne, nieustannie zmienne i płynne, znajdujące się w procesie nieustannego stawania się” (Sztompka 2007, s. 372). Trzecia socjologia ma w zamyśle zajmować się zwyczajnym codziennym życiem ludzi, obejmując całokształt życia społecznego. „Całokształt życia społecznego to całokształt sytuacji, przez które ludzie przechodzą w swoim życiu codziennym” (Collins 2004, s. 45).

Zapachy i ich wpływ na codzienne działania, na treść zachowań, ich ukierunkowanie, sposób konstruowania ładu, aktywności codziennego życia, mogą być przedmiotem różnorodnych analiz socjologicznych. Osmosocjologia może być zatem jedną z gałęzi socjologii życia codziennego, dostarczając wiedzy i orientacji szczególnie tym działaniom ludzkim, które podejmowane są nawykowo, spontanicznie i często bez zastanowienia. Nie mamy bowiem wątpliwości, że olfaktoryczna sfera życia społecznego może być elementem zarówno stylu i sposobu życia, podejmowanych rytuałów, procedur postępowania i projektowania, jak i realizacji i odczytywania rzeczywistości, która nas otacza.

Zapach idzie prosto do serc i tam w sposób kategoryczny rozstrzyga o skłonności lub pogardzie, odrzuceniu lub ochocie, miłości lub nienawiści. Kto ma władzę nad zapachami, ten ma władzę nad sercami ludzi.

Patrick Süskind, *Pachnidło* (2006, s. 157)

4. Osmoperspektywy badawcze i możliwości zastosowania

Naukowcom, których narzędziem powinno być szkiełko i oko, trudno udowodnić zjawiska powstające na skutek tak chwilowych i nieuchwytnych ze swej natury osobliwości zapachowych. Socjologowie badający rzeczywistość społeczną nie mogą jednak przejść obojętnie wobec całej gamy społecznych zdarzeń, jakie zachodzą wskutek aromatyzacji, lub też – a *contrario* – dezaromatyzacji świata, w którym przyszło nam żyć.

Zapachami jako nośnikami znaczeń zajmowała się przede wszystkim semiologia. Pierre Guiraud zwraca uwagę na strukturę symboliczną *Kwiatów zła* Charles’a Baudelaire’a, ze szczególnym uwzględnieniem warstwy olfaktorycznej. Cała konstrukcja poetycznego obrazu świata mieści się według autora *Semiologii* na osi rozpiętej między smrodem Paryża a zapachem egzotycznych wysp (Guiraud 1974, s. 88–89).

Paradygmaty, które mogą posłużyć osmosocjologii, to całe spektrum współczesnych gałęzi socjologicznych. Rynek kosmetyczny i zapachowy może bo-

wiem brać na swój warsztat socjolog konsumpcji, który przedmiotem analiz czyni społeczeństwo konsumpcyjne i zachowania konsumentek. Równocześnie specjaliści od komunikacji społecznej mogą badać przy okazji reklamy i przemysł marketingowy skupiony wokół zapachów. Socjologia reklamy będzie zajmowała się sposobem promocji i zwiększenia sprzedaży poszczególnych zapachów. Dlaczego ludzie od dziesiątków lat kupują Chanel No 5, a inne marki już dawno zostały zapomniane? Co decyduje o wyborze kosmetyków? Jak chce pachnieć dzisiejsze społeczeństwo?

Zapachy to wielki rynek, o wielomiliardowych obrotach i gwałtownym rocznym ich przyroście. Pokazują to poważne studia socjologiczne i marketingowe wykonane choćby przez SMG/KRC dla Coty Polska w marcu i kwietniu 2007 roku. Wynika z nich, że kosmetyki zapachowe w polskich drogeriach kupuje stale 39% kobiet objętych badaniem, podczas gdy rok wcześniej było ich o 6% mniej. 71 z każdej setki używa kosmetyków zapachowych codziennie i wiele razy w ciągu doby (*Wiadomości...* 2007).

Socjolog ciała i socjolog medycyny będzie traktował zapach jako element kreacji bądź problem, któremu trzeba zaradzić drogą interwencji chirurga, np. usunąć zbyt aktywne gruczoły potowe.

Odwołując się do klasycznych teorii socjologicznych, zdaniem autorów tekstu, zapach najlepiej rozpatrywać na styku socjologii formalnej, socjologii życia codziennego, interakcjonizmu symbolicznego, socjologii refleksyjnej i socjologii fenomenologicznej. U progu badań nad społeczną rolą zapachu chcemy skupić się w szczególności na teorii interakcjonizmu symbolicznego, socjologii dramaturgicznej i dorobku Ervinga Goffmana. Przypomnijmy, że autor ten, posługując się metaforą teatru, przedstawił świat jako scenę, a ludzi jako zespół aktorów odgrywających określone role. Każdy ma swoją rolę do odegrania. Każdy ma jednak również swój fronton i kulisy. Na zewnątrz objawia innym w interakcjach tylko swoją fasadę, której treść obmyśla za kulisami. Różni aktorzy – uczestnicy życia społecznego – odgrywają codziennie miliony ról, kreując i dostosowując swoje tożsamości do określonej publiczności. Będzie więc zapach elementem kostiumu i sposobem kreacji tożsamości. Odpowiednio dobrana woń pozwoli w zamierzony i obmyślony wcześniej sposób odegrać swoją rolę. Gorzej, jeśli staje się stygmatem, swoistym piętnem, którego nie da się pozbyć. W tym sensie zapach staje się również wyznacznikiem statusowym, który decyduje o sile prestiżu i zasięgu władzy, czy to realnej, czy symbolicznej.

Zapach może ludzi zbliżać i wiązać, czynić atrakcyjnymi lub, przeciwnie, oddalać i rodzić gniew. Wszak niemal wszyscy czytali fascynujące doniesienia o roli feromonów w doborze seksualnym. Wonie są także nośnikami stereotypów, które, niestety, przyczyniają się do dyskryminowania ras, nacji, a nawet pozycji społecznych. Pokazują to przykłady wzięte z klasyki literatury polskiej, ale również światowej. Najpowszechniejszy stereotyp dotyczy czarnej rasy. „Dlaczego Murzyni śmierdzą? Żeby niewidomi mogli też ich nienawidzić” – to najbardziej drastyczny rasistowski dowcip ukazujący, do jakiego stopnia stereotyp ten jest obecny w świadomości ludzi białych. Fraza „Murzyn śmierdzi” wpisana do pol-

skiej wersji wyszukiwarki Google daje bez mała 18 tysięcy różnorodnych wyników. Georg Simmel szczególnie skupił się na roli zapachu w tworzeniu dystansów społecznych. Pisał: „zmysł powonienia można określić jako zmysł dysocjacyjny, nie tylko dlatego, że przekazuje znacznie więcej bodźców odpychających niż pociągających. Szok węchowy narasta wprost proporcjonalnie do liczebności masy, w jakiej się znajdujemy. Z tej racji wysubtelnienie kultury wiedzie do indywidualizującej izolacji. Możliwość gromadzenia się na świeżym powietrzu (gdzie nie grożą przykrości zapachowe – przyp. W.Ś.T.) miała wpływ na rodzaj kontaktów społecznych w krajach południowych” (Simmel 2006, s. 203).

Różnice w pozycji społecznej coraz częściej określa zapach, jaki charakteryzuje poszczególne warstwy społeczne. Instruktywnych obserwacji dokonują tu zazwyczaj ci, którzy mają okazję wchodzić do różnych domów, np. lekarze pracujący w pogotowiu ratunkowym lub wszelkiego rodzaju inkasenci. Warto przytoczyć tu fragment prozy Günтера Grassa, opisującej przestrzenie kamienic gdańskich w perspektywie olfaktorycznej: „Przemierzałem w górę i w dół klatki schodowe czynszowych kamienic, w których z piętra na piętro zalatywało czym innym. Zapach duszonej kapusty bywał przytłumiany wonią gotowanej bielizny. Piętro wyżej czuć było głównie kotami albo pieluchami. Za każdymi drzwiami wejściowymi tchnęło specyficznym zaduchem. Czymś kwaskowatym bądź spalenizną, ponieważ pani domu akurat trefiła włosy karbówką. Zapach starszych pań: kulki na mole i woda lawendowa. Przesycony wódką oddech owdowiałego emeryta. Chłonąc wonie, słuchając, patrząc i czując, poznawałem biedę i zgryzotę wieloosobowych rodzin robotniczych, pychę i wściekłość posługujących się napuszenie poprawną niemczyzną urzędników administracji, którzy z reguły byli niewyplacalni (...)

To i dużo więcej (...) odkładało się we mnie. (...) Wystarczyło mi cofnąć taśmę czasu, chwycić zapachy, posegregować smrody, znów wspinać się po schodach, schodzić w dół, naciskać dzwonek lub pukać (...)” (Grass 2007, s. 30–31).

Te różnice społeczne są praktycznie nie do zniwelowania: „osobisty kontakt między warstwami wykształconymi i robotniczymi, tak często postulowany ze względu na współczesną ewolucję społeczną, zbliżenie obu światów, «z których jeden nie wie, jak żyje ten drugi», nawet jeśli ludzie wykształceni uznają je za etyczny ideał – załamuje się po prostu na nieprzezwycięzalnej barierze wrażeń węchowych” (Simmel 2006, s. 200).

Jeśli już komuś uda się wyzwolić z zapachu przypisanego jego warstwie społecznej, to wiąże się to zazwyczaj z awansem w całej strukturze społecznej. Można powiedzieć, że w kwestii statusowego zróżnicowania zapachowego ludzie podobni są pszczołom: „węch u pszczoły odgrywa ważne role w życiu społecznym. Za pomocą węchu pszczoła identyfikuje owady z tego samego roju. Kasty i funkcje w roju również mają swoje aromatyczne «umundurowanie»”⁷.

Zapach jako piętno możemy odczytywać również analizując miejską przestrzeń i ten właśnie stygmat – zapachowy – będzie współczesną przyczyną fragmentacji

⁷ <http://www.biolog.pl/article3617.html>.

i prywatyzacji przestrzeni, którą chcemy się zająć. Współczesna przestrzeń miasta zdaje się bowiem podzielona pomiędzy zapachy naturalne i sztuczne, odpychające i kuszące.

Widać to bardzo wyraźnie w wypowiedziach studentów, poproszonych o krótką charakterystykę olfaktoryczną miast, które zamieszkują. Bieguny percepcji wyraźnie ogniskują się na zapachach natury i „kultury” – zatem owoców tego, co jest wytworem, „produktem” działalności człowieka. Mniejsze zróżnicowanie zapachowe ze względu na ich źródło daje się zaobserwować w przestrzeni wsi, gdzie dominuje natura. W mieście powoli zatracamy swoją wrażliwość i często nie umiemy zdefiniować, co jest zapachem naturalnym, a co sztucznym. Być może dzieje się tak dlatego, że zatraciliśmy pewną węchową zdolność sublimacji i życie w smogu osłabiło nasze nieprzyjemne doznania związane z wężaniem spalin czy innych wyziewów przemysłu, podobnie jak ludzi na wsi nie razi zatykający nosy mieszcuchów odór nawozów naturalnych. Badania śląskich miast od strony ich sfery olfaktorycznej są wyjątkowo zróżnicowane i ujawniają bogactwo rozmaitych aromatów, co będziemy starali się pokazać w dalszej części artykułu.

5. Przestrzeń wężu i osmonostalgia

Swoista dwubiegunowość konstrukcji ładu społecznego oparta przez Mary Douglas na składnikach czystości i zmazy automatycznie niejako każe umiejscowić smród po stronie zmazy, a piękną woń w sferach czystości. Podział ów nie jest jednak oczywisty: po pierwsze ze względu na różnice percepcji, po drugie ze względu na różnice kulturowe. Należy bowiem pamiętać, że każda kultura ma swoją specyficzną przestrzeń olfaktoryczną, porządkowaną tradycją, zwyczajami kulinarnymi, bogactwami naturalnymi, którymi dysponuje, i dostępnością nowoczesnych osiągnięć kosmetycznych. W odczytywaniu przestrzeni nie możemy pominąć dorobku Edwarda T. Halla (Hall 1976, s. 81), który w swojej typologii właśnie przestrzeni węchowej poświęcił sporo miejsca, zwracając uwagę szczególnie na zróżnicowanie pomiędzy bogatym w zapachy i aromaty Wschodem a ułonnym, bezwonnym i nieczułym na subtelności zapachowe Zachodem. Można powiedzieć, że dążący do maksymalizacji higieny ludzie cywilizacji zachodniej wyrugowali bezlitośnie ze swojej kultury bogactwo wszelkich zapachów naturalnych, a teraz poprzez sztuczne aromatyzowanie pragną przywrócić otaczającej ich rzeczywistości warstwę olfaktoryczną.

W literaturze światowej pojawiają się jednak także dowody na stereotypy zapachowe dotyczące Europejczyków. W noweli *Upalne lato Pani Forbes* noblista Gabriel Garcia Marquez umieścił taką oto charakterystykę przyjezdnej bohaterki: „Śmierdziała małpimi siuszkami. «W ten sposób śmierdzą wszyscy Europejczycy, przede wszystkim latem» (...) Taki jest właśnie zapach cywilizacji” (Marquez 2004, s. 150). Wśród mieszkańców Kanady, niebędących z pochodzenia potomkami przybyszów indyjskich, pokutuje przekonanie o uciążliwości roznoszonego przez Hindusów zapachu wszechobecnej przyprawy curry i pleśniejących na głowie zawilgoconych turbanów, zbyt rzadko odwijanych i pranych.

Jako tradycję, która w szczególny sposób pielęgnowała obecność zapachów w kulturze, warto przywołać żydowski zwyczaj, który każdej rodzinie kazał dobrać jej tylko właściwy i charakterystyczny aromat, będący mieszaniną przetrzymywanych w domu ulubionych ziół, owoców i suszonych kwiatów: „Każda rodzina posiadała swoje własne olejki. Receptury przechodziły zwykle z ojca na syna i strzeżone były jako skarb rodzinny i dziedzictwo. Wśród Żydów spotykamy wielu wybitnych specjalistów, doskonale znających się na sztuce wytłaczania wonnych korzeni i sporządzaniu mieszanek. Jerolimskie kobiety miały prawo wydać na zakup wonności jedną dziesiątą swego posagu. Niektóre nosiły nawet w sandałach mikroskopijne, skórzane rozpylacze. Wystarczył jeden ruch dużego palca u nogi, aby otoczyć się obłokiem najwspanialszego środka uwodzicielskiego”⁸.

Średniowieczny arabski podróżnik Ibn Battuta zwrócił uwagę na pachnące kobiety Mekki, co jest dla nas potwierdzeniem wielowiekowej tradycji aromatycznej kultury, która towarzyszyła mieszkańcom Wschodu: „Mieszkańcy Mekki są bardzo eleganccy i czyści w swej odzieży (...) używają wiele wonności i proszku do rzęs (...). Kobiety z Mekki są niezwykle piękne, pobożne i skromne. One również **używają tyłu pachnidła, że często głodują, aby móc je kupić za cenę żywności**. Często odwiedzają one meczet we czwartek wieczorem, ubrane w najświetniejsze szaty; i cała świątynia przesycona jest zapachem perfum. Kiedy któraś z nich odchodzi, słodki zapach trwa w miejscu długo po jej odejściu” (Merton 1986, s. 86).

Zapach może w niezrównany sposób kreować ideacyjne projekty ojczyzny prywatnej, przestrzeni miejskiej czy przestrzeni konkretnej ulicy (duży wpływ ma tutaj pamięć węchowa człowieka), zwłaszcza gdy jest przeniesiony na karty książki przez tak wybitnych pisarzy jak Thomas Mann, Marcel Proust czy Bruno Schulz. Ten ostatni ukazuje nadzwyczaj sugestywnie bogactwo olfaktoryczne swoich cynamonowych sklepów. Skojarzenia większości czytelników przywołują podczas lektury tytułu od razu zapach tej przyprawy, tymczasem cynamon autor wybrał do oddania specyficznego koloru: „(...) Nazywam je sklepami cynamonowymi dla ciemnych boazeryj tej barwy, którymi są wyłożone. Te prawdziwie szlachetne handle, w późną noc otwarte, były zawsze przedmiotem moich gorących marzeń. Słabo oświetlone, ciemne i uroczyste ich wnętrza pachniały głębokim zapachem farb, laku, kadzidła, aromatem dalekich krajów i rzadkich materiałów (...)” (Schulz 1978, s. 67). Jest to jednak dowód na wzajemne przenikanie się koloru, smaku i zapachu w konstruowaniu naszych wyobrażeń o danych miejscach. Wielu mistrzów pióra dało wyraz swojej osmonostalgii. Witold Gombrowicz tak wracał do ideacyjnej ojczyzny, jaką były dla niego Małoszyce – miejsce, w którym się urodził: „(...) zaleciały mnie (gdym spacerował po parku Tiergarten) pewne wonie, mieszanina z ziół, z wody, z kamieni, z kory, nie umiałbym powiedzieć z czego... tak, Polska, to było już polskie, jak w Małoszycach, Bodzechowie, dzieciństwo, tak, tak, to samo, przecież już niedaleczko, o mie-

⁸ <http://www.you.opoka.net.pl/kulturalia/perfumy/perfumy.htm>.

dzę, ta sama natura... którą ja porzuciłem przed ćwierć wiekiem. (...) zamknął się cykl, powróciłem do tych zapachów (...)” (Gombrowicz 1988, s. 140). Ale i Książę Reportażu, zmarły przed rokiem Ryszard Kapuściński malował obraz ojczyzny swojego dzieciństwa utkanej z zapachów: „Do dziś wraca do mnie zapach Pińska. Przy każdym domku był bowiem ogródek, a w nim śliwy, morele i jabłonie. Jesienią miasto pachniało konfiturami, które gospodynie szykowały na zimę (...) chłopca kusił mały i ciemny sklep z towarami kolonialnymi, którego właściciel częstował czasem cukierkiem lub kawalkiem chałwy. Wewnątrz piętrzyły się blaszane pudełka i słoje z magiczną zawartością. Latem odurzający zapach wychodził na ulicę”⁹. Za każdym razem wracał też zapachami nostalgicznie podczas swoich niezliczonych podróży: „Już na schodach samolotu spotyka nas inna nowość: zapach tropiku. Szybko odczuwamy jego ciężar, jego lepką materialność. (...) zapach ten będzie dobiegał do nas z pobliskich gajów palmowych, wydobywał się z rozpalonej ziemi, unosił nad stęchłymi rynsztokami miasta. Nie opuści nas, jest częścią tropiku. Nowość? Ależ to przecież woń, która wypełniała sklepik pana Kanzmana «Towary kolonialne i inne» przy ulicy Pereca w Pińsku. Migdały, goździki, daktyle, kakao. Wanilia, liście laurowe; pomarańcze i banany na sztuki; kardamon i szafran na wagę” (Kapuściński 1999, s. 7–8).

Niezliczona ilość opisów w literaturze pięknej i poezji obrazów wywołanych w pamięci i wyobraźni na skutek wspomnień zapachowych budzi ciekawość i motywuje do dalszych badań i analiz roli węchu i zapachów w życiu społecznym. Bogactwo skojarzeń i emocji, które dane zapachy mogą wywołać, powoduje, że możemy już dziś mówić o swoistych aromatycznych mapach mentalnych poszczególnych miejskich przestrzeni, o istnieniu szaty zapachowej każdego miasta, która stanowiąc o jego wyjątkowości i niepowtarzalności, kreuje jego tożsamość, wpływa na tożsamość mieszkańców i może stać się narzędziem komunikacji społecznej, ale przede wszystkim czynnikiem rozwoju lub wręcz przeciwnie, zahamowania postępu, bądź narzędziem nowoczesnego marketingu miejskiego, gdy okaże się marką, charakterystycznym elementem miasta i sposobem na przyciągnięcie zamożnych inwestorów.

6. Aromatyczna mapa miasta

O tym, że miasto wydziela zapach, w latach 90. przekonywali Niemcy, promując swoją stolicę hasłem „Berlin, die Stadt die duftet schön” – „Berlin, miasto, które pięknie pachnie”. Hasło było na tyle chwytliwe, że na berlińskim Alexanderplatz stanęła maszyna, która sprzedawała pojemniki z powietrzem z... Alexanderplatz (Theiss 2008). Zapachy bowiem służyć mogą kreacji przestrzeni – kiedy stają się nowoczesnym narzędziem marketingu, mającym uatrakcyjnić miejsce i przyciągnąć do niego zamożnych gości. Uciążliwe zapachy mogą stać się wyzwaniem dla władarzy wielu miast, od których wymaga się pilnowania i utrzymywania porządku i estetyki. Aromaty sztuczne i naturalne przyczyniają

⁹ <http://www.kapuscinski.info/page/zyciorys/9>.

się do fragmentacji, segmentacji i prywatyzacji przestrzeni miast, dzielnic i ulic. Aromaty poszczególnych miejsc pozwalają nam na ich oznaczanie. Niektóre są ważne, inne mniej, jedne lubimy, inne są dla nas odpychające. Zapachy miejskie budzą emocje i dzięki temu budują specyficznie intymny związek pomiędzy miastem i mieszkańcami: „Paryż objawił mi się przede wszystkim i od razu z całą swą mocą w zapachu. Paryż, który znam najlepiej, pachnie metrem, jest zatęchły i pełen obskanych ścian. Zapach metra paryskiego, lepki i lubieżny, przylgnał do mnie, stał się częścią mnie, jak i staje się częścią innych. Zapach metra, który przejąłem, choć cudzy, stał się mój własny i w niczym nie kojarzył się z zapachem domu, wykrochmalonej pościeli. Paryż śmierdzi i jest trudnym miejscem do mieszkania, a mimo to kocham to miasto takie, jakie jest, królewskie i bagniste, cuchnące, pełne suterren, burdeli, pocięte wewnętrzną siecią metra, przecięte na pół serpentyną Sekwany, jak ludzkie ciało, oparte na kręgosłupie i stanowiące płataninę flaków” (Rzyński 2006).

We współczesnej tkance miejskiej dostrzegamy wyraźne realne i symboliczne zawłaszczanie przestrzeni miejskiej za pomocą aromatów. Jak wygląda współczesna olfaktoryczna warstwa metropolii?

Bez wątpienia tak udana metafora muzyczna, jaką jest „miasto jako symfonia zapachów”, znajduje swoje uzasadnienie w urbanistycznej przestrzeni. Podobnie jak perfumy również pachnidło miejskie składa się z wielu różnorodnych nut. O wzajemnych związkach przestrzeni – ulic, domów, placów, skwerów – i istniejących w tych miejscach zapachów trzeba dziś mówić, używając różnych perspektyw.

Przed wszystkim, jeśli chodzi o korelacje miasta i zapachu, zaznaczyć trzeba dwukierunkowość oddziaływania. Z jednej strony zapachy są obecne w przestrzeni miasta z natury, z drugiej strony miasto – jego niepowtarzalna atmosfera – może stać się źródłem inspiracji dla tworzenia sztucznego zapachu przez przemysł kosmetyczny. Pierwszy zapach, który został stworzony niejako w hołdzie dla niesamowitej i niepowtarzalnej przestrzeni ulicznej, wykreowała Elizabeth Arden, kanadyjska bizneswoman zafascynowana nowojorską Piątą Aleją – *5th Avenue*. Kolejni twórcy mody zapachowej próbowali zamknąć atmosferę takich magicznych miast jak Paryż (*Soir de Paris* marki Bourjois) czy Rzym (*Roma* – Laura Biagiotti). Najbogatszego źródła „scents of streets” dostarczają ostatnio produkty ekskluzywnej i bardzo snobistycznej marki nowojorskiej – *Bond No. 9*. Cały marketing marki skupiony jest na odzwierciedleniu tożsamości poszczególnych fragmentów tej metropolii za pośrednictwem zapachu. Nowy Jork okazuje się nieprzeniknionym wręcz źródłem olfaktorycznych doznań, miasto charakteryzuje bowiem mieszanka etniczna, kulturowa i cała wielość zjawisk społecznych. Wśród 27 powstałych dotąd zapachów możemy odnaleźć atmosferę takich niepowtarzalnych zakątków Nowego Jorku, jak: Noho, Bleecker Street, Broadway, Bryant Park, Central Park, Wall Street, Chinatown, New Haarlem, Hamptons czy Little Italy. Twórcy nowojorskich zapachów pragną również uchwycić atmosferę całego miasta (*Eau de New York, New York Flying*) i marzenie wszystkich mieszkańców, umocnione tragedią z 11 września (*Scent of Peace*). Współczesna

szwedzka performerka Sissel Tolaas kolekcjonuje zapachy różnych miejsc i ludzi. W swoim prywatnym archiwum zapachowym ma podobno już 7 tysięcy różnych aromatów. Podczas wystawy w Luksemburgu¹⁰ zaprezentowała własnoręcznie zaprojektowany i wykonany rozpylacz zapachów czterech miast: Berlina, Paryża, Londynu i Nowego Jorku.

Miasto może być zatem odziane w zapach dwojako: poprzez próbę zamknięcia jego niepowtarzalnej atmosfery i tożsamości we flakonie pachnidła, choć nie możemy zapominać o zapachach naturalnie istniejących w przestrzeni i pozwalających kreować miejską tożsamość. Zapach poszczególnych miejsc w mieście, ulic i konkretnych domów wiąże się w sposób nieodłączny z ludzką pamięcią i wyobraźnią. Wśród opisów wielu charakterystycznych miejskich zapachów warto przywołać kolejny – dotyczący Amsterdamu: „(...) wrasta we mnie każdego czwartkowego wieczoru. Staje się znajomy, oswojony, wciąż niedefiniowalny, ale tak specyficzny, że nazywam go po prostu zapachem Amsterdamu. Zapach Amsterdamu jest dla mnie mieszanką zapachu wody, zapachu mokrych kamieni, wiatru przemykającego między kamienicami, oparów gandzi, które wkradają się w każdy niemal zakątek, tytoniu, zwykłego tradycyjnego tytoniu, tytoniu zapachowego, cygaretek, cygar. To też zapach perfum, ciężkich, wieczorowych, intensywnych kobiecych perfum, ale i perfum męskich, egzotycznych, wyrafinowanych, nieagresywnych, ale skutecznie wchodzących pod skórę. Często też zapach deszczu, mokrego asfaltu, mokrej ziemi, mokrego bruku. Zapach smażonego mięsa w tureckich fast-foodach, zapach frytkowego oleju, surówek z kebaba, keczupu z pizzy na wynos, gorącej czekolady, gorącej kawy pitej z plastikowych kubków, aromatyzowanych kadtidełek z niewielkich kafejek. Drażnił na początku. Zniesmaczał. Był obcy, nie mój, dziwny. Zapach obcego miejsca. Zapach nie mojej przestrzeni. Jednak osuwam go już tyle czasu, zaznajamiam się z nim wystarczająco długo, na tyle by stał się rozpoznawalny, na tyle, by powiedzieć sobie «o tak, znów tutaj jestem», gdy wdycham zapach wieczornego miasta. Przepuszczam przez nozdrza, wchodzi do płuc, rozprzestrzenia się we mnie, zadomawia...”¹¹.

Jak widać, zapach ma wyjątkowo mocne powiązania z czymś, co wyrażamy w słowach „swojska atmosfera”. Powoduje bowiem, że jesteśmy u siebie, że czujemy się zakorzenieni, że przestrzeń okazuje się dla nas gościnna. Niegościnna przestrzeń olfaktoryczna wywołuje zniechęcenie i odrzucenie zarówno przez jej stałych mieszkańców, jak i przyjezdnych gości. Warszawa również doczekała się opisów aromatycznych. Wystarczy wspomnieć symfonię zapachów, jaką stanowi partytura *Kwiatów polskich* Juliana Tuwima, ale i współcześnie studenci zajmujący się profesjonalnie kwestią miejskich przestrzeni potrafią odtworzyć mentalną mapę olfaktoryczną stolicy: „Zapach Warszawy to swoisty «kogel-mogel» aromatów. Zapach PKP czy wonie MZK to mieszanka przestrzeni, pasażerów i samego pojazdu. Warunki, w których stolica przypomina Delhi w po-

¹⁰ *Disfashional*, Rotonde 1, 62, rue de Bonnevoie, Luksemburg, 21 kwietnia – 27 maja 2007 r., kuratorzy: Luca Marchetti i Emanuele Quinz.

¹¹ <http://amsterdamka.blox.pl/html>.

rze monsunu, opisuje Ośka, autorka bloga oskaa.blog.pl: «Zapach tramwajów w deszczu to bardzo specyficzna kompozycja. W środku czuć: mokrych ludzi, mokre dżinsy, mokre płaszcze» (Theiss 2008). Zaniepokojenie wzbudza zapach Marszałkowskiej będący połączeniem kebaba, perfum z Galerii Centrum i specyficznych zapachów z pobliskich peep-showów i sex barów.

A co poczują osoby, które znajdą się w centrum miasta? Wokół Pałacu Kultury i Nauki uchodzącego za wizytówkę miasta można spotkać się z całą gamą «zapachów», które raczej przypominają fetor niż perfumy. Do tego dochodzi «specyficzna woń» bijąca z podziemi dworca Warszawa Śródmieście oraz sam Dworzec Centralny jako samowystarczalne skupisko «zapachów». Tak wygląda centrum miasta, to napotyka przybywający do stolicy ludzie, których w nozdrza uderza zapach potu, bieganiny i innych, charakterystycznych tylko dla tego miasta zapachów. Ale Warszawa to także zapach czerwcowej, upalnej nocy, trawy na zielonych przedmieściach, zapach czekolady z fabryki Wedla na Kamionku, koło Teatru Powszechnego (Szymańska-Michalska 2007/2008).

7. Czytanie miasta nosem

Czytając miasto w perspektywie osmosocjologicznej, zauważamy trzy główne płaszczyzny, na których możemy wyraźnie wskazać rolę zapachów. Zapach jest czynnikiem tożsamości miejsca i mieszkańców. Aromatyzacja przestrzeni, naturalna czy sztuczna, pociąga za sobą segmentację przestrzeni i jej użytkowników. Możemy wyróżnić miejskie dominanty zapachowe i aromaty poszczególnych obszarów, nuty głowy i nuty serca. Te, które czuje się nosem, i te, które żyją w pamięci mieszkańców, jak w przypadku Alej Najświętszej Marii Panny w Częstochowie: „(...) Wreszcie III Aleja. Tu zapachowe oazy były trzy, wszystkie istnieją do dzisiaj, choć nie wszystkie zachowały moc swej woni. Pierwszą – Cepelię pachnącą skórą, wełną i drewnem – już kiedyś opisałam. Druga to sklep z galanterią skórzaną, pachnący garbnikami. Częstochowianki wchodziły tam niby kupować rękawiczki czy portmonetki, a naprawdę – pooglądać futra na manekinach. Te ostatnie mnie nie interesowały, dlatego ciągnęłam mamę w ostatnie miejsce – do sklepu ze słodyczami na wysokości Cepelii, ale po drugiej stronie ulicy (było tam również stoisko z porcelaną). Jego wnętrze wypełniał aromat wręcz narkotyzujący – mieszanka czekolady, wanilii i nie wiem, czego jeszcze. Moim zdaniem wygrywał on o całą długość z zapachami w sklepie Wedla w II Alei” (Skiba 2007). Poprzez aromaty dokonuje się również wyraźnie obserwowalna prywatyzacja (olfaktoryczne zawłaszczanie przestrzeni – stacje benzynowe, cukiernie, piekarnie).

Zapach jest elementem kreującym tożsamość miejsca i mieszkańców. Dowodem na to może być istnienie wielu geograficznych archetypów zapachowych, takich jak: zapach Libanu (związany z najcenniejszym aromatem cedru na świecie), zapach pustyni – kojarzący się z ciepłem i piaskiem, zapach Wenecji – a ściślej mówiąc, smród kanałów, woń londyńskiej mgły... Kolumbia, wbrew powszechnym opiniom, które mówią, że pachnie kawą i kokainą, podobnie jak inne kraje

iberoamerykańskie promuje się jako kraj pachnący pomarańczą. Jednocześnie poruszając się po europejskich krajach Półwyspu Iberyjskiego, również widzimy przywiązanie do zapachu pomarańczy. Na hotelach pojawiają się zachęcające reklamy, nawiązując do tej woni, która unosi się w pokojach gościnnych. Siła kolonizatorów – jak się okazuje – ma również swoje odzwierciedlenie w naznaczeniu zajętego terenu swoim zapachem, w tym przypadku – zapachem pomarańczy. Warto wspomnieć w tym miejscu, że wzajemne związki Kolumbii i pomarańczy ukazał noblista Gabriel Garcia Marquez, który kazał swojemu bohaterowi Jose Arcadio Buendii dokonać odkrycia kulistości Ziemi, przyrównując ją właśnie do pomarańczy. Ta wizja świata i aromat pomarańczy towarzyszy również współczesnemu twórcy malarstwa i rzeźby – Fernando Botero, który w Muzeum Narodowym w Bogocie umieścił ogromne płótno przedstawiające właśnie ów owoc.

Polskie miasta również słyną z zapachów. Szczególnie te przemysłowe – gdzie dominuje zapach hałdy i wyziewy telluryczne: ropy, metali, ale także ceramiki czy czekolady.

Aromatyzacja miejskich przestrzeni służy coraz częściej marketingowi usług turystycznych, aby przyciągnąć wrażliwe nosy, żądne poznania olfaktorycznego. Tak dzieje się w przypadku chorwackiej wyspy Hvar, której lawendowemu powietrzu nie oparł się jeszcze podobno żaden mężczyzna, Sri Lanki o niepowtarzalnym zapachu herbaty czy portugalskiego Óbidos, które w zamierzony sposób wykreowało się jako miasto o najintensywniejszym na świecie zapachu czekolady i kakao. Cieszyn również promuje się jako „Miasto pachnące magnoliami”. Wymyślone przez scenarzystę filmowe *Jasminum* to miłościna, której dominującym zapachem jest jaśminowa woń, a w klasztorze „jaśminowym” zamieszkuje trzech niezwyklej braciszków o zapachu czereśni, czeremchy i śliwy.

8. Gettoizacja przestrzeni w perspektywie osmosocjologicznej

Zapach może być również swoistym stygmatem, piętnem, od którego trudno się uwolnić, co powoduje, że jest imperatywem dla danej przestrzeni, dla tego, co się w niej dzieje. Dla odczytywania zapachów w przestrzeni bardzo przydatna okazuje się również perspektywa semiologiczna. Zapach nadaje znaczenie przestrzeniom i jest nieodłącznym ich elementem.

Zapachy w przestrzeni miejskiej mają swój udział jednak również w gettoizacji, segmentacji i prywatyzacji miejskich terytoriów. Coraz wyraźniej obecne podziały w przestrzeni przywołuje fragment *Lalki* Bolesława Prusa, w której podkreślona jest wyraźna zapachowa projekcja segmentacji etnicznej na segmentację miasta: „Co tu u diabła tak czosnkiem zalatuje, panie Klejn? (...) jak te kanalie Żydy cisną się na Krakowskie Przedmieście! Nie mógłby to parch, jeden z drugim, pilnować się Nalewek albo Świętojerskiej?” (Prus 1969, s. 214).

Od kilkunastu już lat obserwujemy sukcesywne, co najmniej symboliczne zawłaszczanie miejskiej przestrzeni publicznej z jednej strony przez mieszkańców tzw. *underclass*, którzy skupieni na wąskim wycinku określonej dzielnicy zaj-

mują niebezpieczne i brudne, odpychające miejsca zarówno w centrum miasta, jak i na jego obrzeżach, z drugiej zaś strony przez mieszkańców nowej klasy średniej, którzy zamieszkują powstające jak grzyby po deszczu osiedla zamknięte. Nowe miejskie getta – niegościnne przestrzenie, które uniemożliwiają pełne uczestnictwo w przestrzeni, a co za tym idzie, w życiu miasta, wszystkich jego stałych mieszkańców i przybyszów. Podziały przestrzeni miejskiej na obszary, które odpychają i zniechęcają, uniemożliwiają codzienny dialog wszystkich mieszkańców z ich miastem na takim samym poziomie uczestnictwa, zrozumienia i wpływu.

W mieście występują wyraźne segmenty przestrzeni pachnących i przestrzeni odoru, które są swoistą transmisją i odzwierciedleniem przestrzeni biedy i bogactwa. Mamy więc do czynienia z salonami miejskimi, w których coraz częściej znajdują zastosowanie osiągnięcia marketingu zapachowego – sztucznie aromatyzowane, dające miłe skojarzenia, oraz z rezerwatami biedy i smrodu, uryny i brudu, hermetycznie zamkniętymi w kręgu dziedziczenia statusów i różnic kapitału kulturowego ich mieszkańców.

Egalitaryzm fetoru, właściwy dla przestrzeni miejskich rezerwatów biedy i ubóstwa, który najbardziej obrazowo przedstawił mistrz opisu „aromatycznej” zbrodni P. Süskind – załamuje się na styku z przestrzeniami zawłaszczanymi przez rodzącą się klasę średnią, traktującą ekskluzywny zapach jako element władzy, prestiżu i symbol statusu. Dwa wymiary ujęte w bieguny: czystości i zmazy, ładu i bałaganu, smrodu i aromatu pozwalają na wyodrębnienie konkretnych fragmentów miejskiej przestrzeni – wyizolowanych gett, obecnych coraz wyraźniej w świadomości mieszkańców konkretnego miasta. Krystalizacja aromatycznych map mentalnych, z wyraźnie wyznaczonymi granicami dzielnic dobrych i złych, elitarnych i plebejskich, spokojnych i niebezpiecznych, śmierdzących i pachnących, związana jest zazwyczaj z rzeczywistymi procesami segregacji społecznej w przestrzeni miejskiej. Ładny zapach od zawsze bowiem kojarzony był z bogactwem, dostatkiem i poczuciem bezpieczeństwa. „Jeżeli ktoś chce być bogaty, niech wypali drogie cygaro z zamkniętymi oczyma. Jak komuś, kto odwiedza miejsca swojej młodości, udaje mi się, gdy palę taniego papierosa, powrócić całą istotą do tego okresu, gdy takie papierosy paliłem” – pisał Fernando Pessoa (2007, s. 400), który zwykł mawiać, że smutek, jaki mu towarzyszy, ma swe źródło w nadmiarze świadomości. Inny bohater wielkiej literatury, Hans Castorp, miał przedziwny, snobistyczny zwyczaj maczania palców w wodzie perfumowanej po każdym spożyciu posiłku. Leopolda Blooma prześladował smród smażonej nerki. Holly Golightly, bohaterka *Śniadania u Tiffany’ego*, spokój odnajdywała tylko wśród zapachu srebra i drogich krokodylowych portfeli. Studenci pytani przez nas o zapachy swoich miast nie zwykli rozróżniać poszczególnych ingrediencji miejskiego pachnidła. Aromatyczną mapę miasta przedstawiają w swych wypowiedziach zazwyczaj za pomocą ogólnych, stygmatyzujących określeń: tu śmierdzi biedą, a tu burżujstwem.

9. Fragmentacja i prywatyzacja

Dzięki pierwszym i wstępnym próbom opisanego społecznego rzeczywistości za pomocą zapachów, a raczej przymiarce do spojrzenia na świat człowieka i jego kultury w perspektywie osmosocjologicznej, możemy wyodrębnić różne paradygmaty. Posługując się nimi, odczytujemy zapach jako swoisty kostium, który można przywdziać, aby kreować wizerunek – w tym przypadku – przestrzeni miasta. Coco Chanel zwykła mawiać, że „kobieta, która nie ma swoich ulubionych perfum, jest jak kobieta bez przyszłości”. W tym sensie miasto bez swojego zapachu wydaje nam się dzisiaj odarte z jakiejś warstwy swojej tożsamości i pozbawione szansy na świetlany rozwój. Istnieje jakaś podświadoma konotacja pozytywna miłego zapachu i nadziei na dobrą przyszłość, wszak współczesna gwiazda muzyki pop Patrycja Markowska również śpiewała: „pachniesz mą przyszłością”.

Mamy jednak również do czynienia z realnym i symbolicznym zawłaszczaniem przestrzeni ulicy za pomocą zapachu. Mowa o codziennych, prostych sytuacjach: teren zawłaszczają np. bezdomni, palacze przy wspólnym stoliku, osoby nadużywające perfum. To rodzaj przemocy symbolicznej, która sprawia, że nie czujemy się dobrze w danym miejscu, że nie jest ono już wspólne, ale staje się „czyjeś”. I tu również możemy wskazać ofensywy zapachowe albo miejskich arbitrowców elegancji (delikatny zapach perfum, woń cygar Cohiba, czyli dyskretny urok burżuazji), albo na przeciwległym biegunie wyraźnie zaznaczające się defensywy zapachowe czy miejskie „skunksy” (zbyt obfite użycie perfum, naftalina, brak higieny, nikotyna, tytoń, marihuana). Za pośrednictwem zapachu odbywa się również prywatyzacja przestrzeni, jej zawłaszczanie. Realne groźdzenie ulicy następuje poprzez obecność np. targu rybnego, targu kwiatowego, targu bawełny *made in China*, targu herbacianego na Sri Lance, czy wreszcie targu garncarskiego, na którym dominuje zapach wypalanej gliny.

Najbardziej wyrazistym zawłaszczaniem przestrzeni miasta jest dziś korzystanie z marketingu zapachowego i sztuczne aromatyzowanie przestrzeni, np. przed sklepami z pieczywem czy kawą, mające na celu przyciągnięcie klienta „niepotrafiącego się oprzeć”.

Inne przykłady fragmentacji przestrzeni ulicy to tworzenie miejsc zieleni, wysypisk śmieci, przestrzenie skatologiczne czy sakroolfaktoryczne, przepelnione zapachem świętości kojarzonej z topioną stearyną, ogniem i kadzidłem.

Śląskie nuty zapachowe, które potraktowaliśmy jako laboratorium, nie były tak finezyjne: „Orzesze kojarzy mi się z zapachem przejeżdżających samochodów przez centrum, z unoszącym się dymem ich spalin. Centrum ma zapach uciekających chwil, pogoni za pieniądzem i zakupami. W upalne dni ma zapach rozgrzanego asfaltu. Czasem można wyczuć specyficzną słodko-kwaśną poświatę, która unosi się nad sklepami. Od niedawna centrum pachnie także supermarketem Tesco... nie jest to najlepszy zapach” (Widuch...). „Otwieram okno. Tak. Oczywiście. Sąsiad z domu obok znów pali w piecu jakiś plastik, stare gumy. Z komina wydobywa się czarny jak smoła dym. Oszczędny jest, to fakt. Tylko

dlaczego ja nie mogę oddychać świeżym powietrzem? Chyba było mu zimno. Zawsze rozpała piec wieczorem, tak żeby nikt nie widział, że kombinuje” (Winiarska...).

Być może słuszne było niegdysiejsze stwierdzenie, że śląskie powietrze jest jak bieda: brudne, cuchnące dymem od palenia wszystkiego, co nadaje się do spalenia.

Nuty głowy, które wyróżniliśmy w przytoczonych przykładowo opisach śląskich miast, to: spaliny, dym z kominów, hałdy i brud, a nuty serca to woń chleba (Radzionków), ropy (Czechowice-Dziedzice), hałd (Piekary Śląskie), piwa (Zabrze), Rawy (Katowice i Świętochłowice) i wreszcie drożdży oraz chmielu (Tychy). Ten repertuar olfaktoryczny nie budzi radości, ale obok smutnych „wspomnień spalinowych” znalazły się również opisy dla nosa pociągające: „Zapach, który jest wytwarzany m.in. dzięki mnie, nosi nazwę truskawkowego. Co roku, mniej więcej o tej samej porze, pod koniec czerwca, na polu zaczynają dojrzewać te boskie owoce. Zapach jest dosyć intensywny, bo w naszej okolicy jest kilkunastu plantatorów, więc można naszą dzielnicę określić mianem małego zagłębia truskawkowego. Niektórzy klienci tak wychwalają owoce naszej produkcji, mówiąc, że po przekroczeniu pewnej granicy (mniej więcej po minięciu Zalewu Rybnickiego) ta specyficzna woń unosi się w powietrzu, dlatego specjalnie z Rybnika przyjeżdżają po nasze truskawki” (Wałach...).

10. Zapach jako przyszłość i czynnik rozwoju miast

Trudno nie zwrócić uwagi na fakt, że zapach jako nieodłączny element kultury ludzkiej ewoluował razem z postępem i rozwojem społecznym. Nauczyliśmy się walczyć z rozkładem bakterii, który przyczyniał się dawniej do niewyobrażalnego wręcz odoru, towarzyszącego wszystkiemu i wszystkim. Trudno o lepszy przykład wspólnoty społecznego smrodu, niż przedstawia autor sfilmowanego nie tak dawno *Pachnidla*: „W epoce, o której mowa, miasta wypełniał wprost niewyobrażalny dla nas, ludzi nowoczesnych, smród. Ulice śmierdziały łajnem, podwórza śmierdziały uryną, klatki schodowe śmierdziały przegniłym drewnem i odchodami szczurów, kuchnie – skisłą kapustą i baranim łojem; w niewietrzonych izbach śmierdziało zastarzałym kurzem, w sypialniach – nieświeżymi prześcieradłami, zawilgłymi pierzynami i ostrym, słodkawym odorem nocników. Z kominków buchał smród siarki, z garbarni smród żrących ługów, z rzeźni smród zakrzepłej krwi. Ludzie śmierdziali potem i niepraną garderobą; z ust cuchnęło im zepsutymi zębami, a z żołądków odbijało im się cebulą, a ich ciała, jeżeli nie były już całkiem młodzieńcze, wydzyślały woń starego sera, skwaśniałego mleka i obrzękłych, zrakowaciałych tkanek. Śmierdziało od rzeki, śmierdziało na placach, śmierdziało w kościołach, śmierdziało pod mostami i w pałacach. Chłop śmierdział tak samo jak kapłan, czeladnik tak samo jak majstrowa, śmierdziała cała szlachta, ba – nawet król śmierdział, śmierdział jak drapieżne zwierzę, a królowa śmierdziała jak stara koza, latem i zimą. Albowiem w osiemnastym wieku nie położono jeszcze kresu rozkładowej robocie bakterii, toteż nie było takiej

ludzkiej działalności, czy to konstruktywnej, czy to niszczycielskiej, nie było takiego przejawu kielkującego albo ginącego życia, któremu by nie towarzyszył smród” (Süskind 2006, s. 56).

Wraz z postępowaniem cywilizacyjnym rozwijał się przemysł perfumierski i chemiczny, pozwalający na większą higienę intymną. Masowo produkowane mydło, jego dostępność, obejmująca warstwy społeczne kompletnie wykluczone i pozbawione środków do życia, pozwoliło na względne przynajmniej ujednoczenie zapachowe, dając kres egalitaryzmowi smrodu, rozpoczynając jednak równoległe erę stosowania zapachu jako swoistego atrybutu władzy i wyższości. Odkąd różnego rodzaju pachnidła można po prostu kupić, gdyż są ogólnie dostępne na rynku, traktujemy zapach jako swoisty kostium, który możemy nałożyć i odgrywać rolę, czy to ponętej panny na wydaniu, czy bogatego biznesmena owianego chmurą wytwornego aromatu cygar „Partagas Eminentes”.

Dzisiaj zapach może służyć rozwojowi miast dzięki przyciąganiu licznej rzeszy turystów, żądnych doznań olfaktorycznych i sprawdzenia własnym nosem, czy rzeczywiście dane miasto pachnie tym, o czym głosi w swoich reklamach. Przykładem jest tutaj wspomniany już wcześniej sztucznie wykreowany zapach portugalskiego miasteczka, które czerpie zyski z festiwalu czekolady.

„Co roku w czasie jednego z jesiennych tygodni portugalskie Óbidos pachnie kakao. Odbyna się tu Międzynarodowy Festiwal Czekolady. Z całego świata do architektonicznej perełki Estremadury zjeżdżają profesjonalni cukiernicy, znawcy szlachetnego produktu, amatorzy wszelkich spożywczych rarytasów, łasuchy i turyści. Zasadniczym warunkiem czynnego uczestniczenia w imprezie jest nowatorstwo w kulinarnym wykorzystaniu czekolady.

Tajemniczy inicjator Międzynarodowego Festiwalu Czekolady w Óbidos to jakiś były mieszkaniec miasta, który na słodkim biznesie dorobił się fortuny w Stanach Zjednoczonych i część pieniędzy przeznaczył na realizację niebywałego przedsięwzięcia. Pragnąc przedłużyć sezon turystyczny w swoim ukochanym miejscu urodzenia, wymyślił organizację jednej z najładniejszych imprez na świecie. Udało mu się to w miejscu nieposiadającym żadnych czekoladowych tradycji. Zmobilizował miejscowe władze, zainteresował światowych potentatów czekoladowej branży, koneserów kulinarnych i biura podróży”.

Źródło: <http://www.mytravelblog.pl/podroze/carley/europa-portugalia-obidos-estremadura.html>.

Włodarze miast mają dziś przed sobą zadanie wykreowania różnych elementów miejskiego krajobrazu, które przyciągną turystów czy inwestorów. Sława aromatyczna może przyczynić się do większego zainteresowania atrakcyjnością danego miasta. Należy jednak unikać konotacji negatywnych, jak dzieje się w przypadku Trzebini czy śląskich Czechowic-Dziedzic, w których to miastach zapach rektyfikowanej ropy jest tak nieznośny, że pozwala funkcjonować normalnie tylko przyzwyczajonym mieszkańcom, a więc nieodczuwającym go już tak dotkliwie.

Bogactwo zapachów miejskich to nieprzeniknione źródło wciąż nowych doznań dla użytkowników przestrzeni miasta, a co za tym idzie, dla obserwatorów ulicznego życia, którzy głównym narzędziem swoich badań uczynili nos. Staramy się przemierzać miasto, być flaneurami, którzy używają właśnie zmysłu

powonienia, żeby opisać poszczególne fragmenty miasta. Wrażliwi na piękno subtelnych aromatów, ale i zapach biedy i ubóstwa. Jako socjologowie miasta nie przechodzimy obojętnie wobec rezerwatów wywołujących wstręt, ale chcemy re-witalizować nie tylko umysły, lecz także przestrzenie zapachów współczesnych gett. Podobnie jak Zbigniew Herbert, odczuwający boleśnie biedę domów przedmieścia, wyrażał tęsknotę mającą odmienić ich oblicze:

Domy przedmieścia o podkrążonych oknach
domy kaszłące cicho
dreszcze tynku
domy o rzadkich włosach
chorej cerze (...)
chciałbym wam wymyślać imiona
napelniać zapachem Indii (...) (Herbert 1998, s. 27).

Literatura

- Abbott A., 2004, „Sweet smell of success”, *News at Nature*, 4 października 2004 r.
- Arystoteles, 1972, *O duszy*, przeł. P. Siwek, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Böll H., 1968, *Zwierzzenia kłowna*, przeł. T. Jętkiewicz, Warszawa: „Czytelnik”.
- Brzezicha A., Lisiecki H., 1989, *Amatorskie szkolenie psów*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Rolnicze i Leśne.
- Cann A., Ross D.A., 1989, „Olfactory stimuli as context cues in human memory”, *The American Journal of Psychology*, t. 102, nr 1 (wiosna), s. 91–102.
- Collins R., 2004, *Interaction Ritual Chains*, Princeton: Princeton University Press.
- Czerniawska E., Czerniawska-Far J.M., 2007, *Psychologia węchu i pamięci węchowej*, Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Gale P.L., Watson D.R., 1972, „Sociology of odors”, *American Journal of Sociology*, t. 77, nr 6.
- Gombrowicz W., 1988, *Dziennik 1961–1966*, Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Grass G., 2007, *Przy obieraniu cebuli*, przeł. S. Błaut, Gdańsk: Polnord – Wydawnictwo „Oskar”.
- Grzybowska E., 2007, *Doceniona potęga węchu*, http://www.pstis.lh.pl/readarticle.php?article_id=14.
- Guiraud P., 1974, *Semiologia*, przeł. S. Cichowicz, Warszawa: „Wiedza Powszechna”.
- Hall E.T., 1976, *Ukryty wymiar*, przeł. T. Hołówka, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Herbert Z., 1998, „Domy przedmieścia”, w: idem, *Pan Cogito*, Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie.

- Kapuściński R., 1999, *Heban*, Warszawa: „Czytelnik”.
- Low K., 2005, „Ruminations on smell as a sociocultural phenomenon”, *Current Sociology*, t. 53 (3) (maj), s. 397–417.
- Marchlewska-Koj A., *Węch w życiu człowieka*, <http://www.if-pan.krakow.pl/ptp/6.html>.
- Marquez G.G., 2004, *Dwanaście opowiadań tułaczycych*, przeł. C. Marrodàn Casas, Warszawa: Wydawnictwo Muza S.A.
- Materiały Centralnego Laboratorium Kryminalistycznego Komendy Głównej Policji w Warszawie, Warszawa 2007.
- Merton T., 1986, „Na wschód z Ibn Battutą. Mekka”, w: idem, *Wybór wierszy*, przeł. T. Ross et al., Kraków: Społeczny Instytut Wydawniczy „Znak”.
- Pessoa F., 2007, *Księga niepokoju Bernarda Soaresa, pomocnika księgowego w Lizbonie*, przeł. M. Lipszyc, Warszawa: Świat Literacki.
- Prus B., 1969, *Lalka*, t. 1, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Rasmussen S., 1999, „Making better ‘scents’ in anthropology: Aroma in Tuareg sociocultural systems and the shaping of ethnography”, *Anthropological Quarterly*, t. 72, nr 2 (kwiecień), s. 55–73.
- Ryziński R., „Paryż”, *Dynamis* (interdyscyplinarne czasopismo internetowe), 21 maja 2006 r. <http://www.dynamis.pl/dl/?id=254>.
- Schulz B., 1978, *Sklepy cynamonowe*, Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Simmel G., 2006, „Socjologia zmysłów”, w: idem, *Most i drzwi: wybór esejów*, przeł. M. Łukasiewicz, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Skiba J., 2007, „Aleje NMP były pełne zapachów”, *Gazeta Wyborcza*, 18 października 2007 r.
- Süskind P., 2006, *Pachnidło*, przeł. M. Łukasiewicz, Warszawa: Świat Książki.
- Sztompka P., 2007, „W stronę trzeciej socjologii”, w: A. Siwik (red.), *Od społeczeństwa industrialnego do społeczeństwa informacyjnego. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorowi Lesławowi H. Haberowi w 40-lecie pracy naukowej i dydaktycznej*, Kraków: Uczelniane Wydawnictwa Naukowo-Dydaktyczne Akademii Górniczo-Hutniczej.
- Szymańska-Michalska K., niepublikowana praca zaliczeniowa z seminarium II roku EUROREG 2007/2008 (dzięki uprzejmości dr Anny Tucholskiej).
- Theiss A., *Zapach miasta*, <http://www.exklusiv.pl/artukul/id,95> dostęp: 16.01.2008 r.
- Wałach D., *Jak pachnie moje miasto*, niepublikowana praca zaliczeniowa, I rok socjologii, Ośrodek Dydaktyczny Uniwersytetu Śląskiego w Rybniku. *Wiadomości Kosmetyczne*, maj 2007, nr 5 (13).
- Widuch K., *Jak pachnie moje miasto*, niepublikowana praca zaliczeniowa, I rok socjologii, Ośrodek Dydaktyczny Uniwersytetu Śląskiego w Rybniku.
- Winiarska P., *Jak pachnie moje miasto*, niepublikowana praca zaliczeniowa, I rok socjologii, Ośrodek Dydaktyczny Uniwersytetu Śląskiego w Rybniku.

URBAN SCENTS. FRAGMENTATION AND PRIVATIZATION OF SPACE FROM THE PERSPECTIVE OF SOCIOLOGY OF SCENT

From the five senses that men have the sense of sight and touch, though seemingly the most acute, are limited when it comes to examining space and all phenomena that occur in it. Moreover, it is much more difficult to examine space through the sense hearing and it is almost impossible to taste it, even if it is humanized. Another human sense i.e. the sense of smell which enables us to recognize different scents may, due to its transitory and temporary nature, appear to be useless when it comes to examining space. Nonetheless, if we concentrate on all the scents that fill the space, they are frequently a more distinctive and prominent landmark than, for example, a building or a road. Therefore, it seems to be vital that the perspective of sociology of scent be adopted if we want to make a more in-depth analysis and interpretation of space dynamics.

The scents that fill a chosen urban and suburban old industrial region are analysed and observed in this study.

What are the scents that fill urban space?

On the one hand there is the tempting scent of private space, which is filled with artificial perfumes and air fresheners. However, on the other hand there is the unpleasant and offensive odour from neglected backyards and outhouses; the odour coming from a local beer stand and an aromatic bouquet of cognac in a hotel bar; obnoxious odours emitted by mine slag heaps and the scent of the pine forest.

We aim to show that a wide range of different smells, ranging from delicate and lovely scents to offensive and foul odours, have a growing influence on fragmentation and privatization of urban space.