

# Barber



W tym roku mija 500 lat od powstania – przy wsparciu przywileju magistratu poznańskiego z 1517 r., potwierdzonego 2 lata później przez króla Zygmunta I – cechu cyrulików i balwierzy. Według „Encyklopedii Staropolskiej” Zygmunta Glogera obie te nazwy dotyczą tego samego zawodu, jedynie balwierz jest pojęciem wcześniejszym (Gloger przytacza też formy bałwierz, barbierz i barwierz).

We współczesnym „Słowniku języka polskiego PWN” nie ma hasła „balwierz”, natomiast „cyrulik” jest zdefiniowany jako daw. „felczer, golibroda”. Tenże słownik definiuje fryzjera jako „mężczyznę zajmującego się zawodowo strzyżeniem i czesaniem włosów oraz goleniem”. Nasz tytułowy barber (z jęz. angielskiego) to fryzjer męski.

**N**iektóre inne źródła podają, że cyrulik i balwierz to jednak dwa różne, choć spokrewnione ze sobą zawody – balwierz był to klasyczny golibroda, natomiast cyrulik wykonywał drobne zabiegi chirurgiczne – opatrywał rany, puszczał krew, usuwał zęby, przecinał wrzody itp. Słowo balwierz wywodzi się od włoskiego *barbiere* – golibroda (z łac. *barba* – broda). Natomiast cyrulik pochodzi od greckiego słowa *cheirourgos* oznaczającego chirurga (dosłownie znaczący to rękodzielnik).

Cechy, czyli samorządowe organizacje rzemieślnicze cyrulików i balwierzy powstawały w Polsce w poszczególnych miastach w XVI i XVII w. Miały na celu kultywowanie etyki zawodowej, tworzenie i przestrzeganie branżowych praw i obowiązków, a także odcinanie się od

działalności rzemieślników niezrzeszonych, np. świadczących usługi kąpielowe łaźniaków, których status społeczny był zdecydowanie niższy<sup>1</sup>. Oczywiście fryzurami zajmowano się znacznie wcześniej niż powstały cechy, że wspomnijmy choćby Piasta Kołodzieja i postrzyżyny jego syna Siemowita.

Wiele zmieniło się w wieku XIX, kiedy to chirurgia przestała być rzemiosłem, a stała się dziedziną medycyny, natomiast fryzurami i brodami zajęli się fryzjerzy. Fryzjerskie salony męskie, czyli *barber shopy*, otaczała jakaś szczególna aura – były to nie tylko zakłady usługowe, ale coś w rodzaju męskich klubów, miejsce spotkań towarzyskich ze szczególnym męskim klimatem. Klienci odwiedzali je nawet raz w tygodniu. Potem to wszystko za-

**dr Aleksander Stukowski**

stały współpracownik redakcji



częło się zmieniać, wizyty nie były już tak częste, do czego przyczyniło się m.in. wprowadzenie na rynek w latach 30. XX w. elektrycznych maszynek do golenia. Nie każdy potrafił samodzielnie ogolić się brzytwą (bywało to nawet niebezpieczne), a posługiwanie się maszynką specjalnych umiejętności nie wymagało. Z czasem w nauce zawodu zaprzestano wyodrębniać fryzjera damskiego i męskiego. Natomiast w ostatnich latach nastąpiła kolejna zmiana – *barber shopy* zaczęły się odradzać. W Poznaniu prekursorem renesansu barberingu jest bohater tego







3



5



4



6

artykułu – pan Adam Szulc (fot. 1). Fryzjerstwem interesował się już jako kilkuletni chłopiec, a jego pierwszym – nieformalnym – nauczycielem zawodu był dziadek. Uczniem szkoły zawodowej został pan Adam w 1986 r., w 1989 r. uzyskał tytuł czeladnika, a w 1995 r. – dyplom mistrzowski. Trzeba tu zaznaczyć, że obecnie zawód fryzjera cieszy się dużą popularnością, pod względem liczby kształcących się uczniów fryzjerzy zajmują drugie miejsce po mechanikach samochodowych. Nauka przebiega w sposób tradycyjny – praktyczna nauka zawodu w zakładzie pod okiem mistrza i zajęcia teoretyczne w szkole, przy czym w Poznaniu szkoła ta jest nieco zakamuflowana, bo wchodzi w skład Zespołu Szkół Odzieżowych. Zespół obejmuje nie tylko szkołę branżową I stopnia (czyli dawniejszą szkołę

zawodową), ale i technikum. Właśnie tam pan Adam uzyskał w 1992 r. tytuł technika fryzjerstwa. Własny zakład otworzył w roku 2000. Aktualnie zatrudnia jedną pracownicę (kobieta w *barber shopie!*) i kształci trzech uczniów. Bardzo zainteresowany zawodem jest także jego syn, ale na oficjalną naukę musi jeszcze trochę poczekać, bo chodzi dopiero do gimnazjum. Zakład jest czynny 12 godzin dziennie (od 6 rano, bo są klienci preferujący tak wczesną porę) i mimo że mieści się na osiedlu daleko od centrum miasta (zaletą takiej lokalizacji jest brak problemów z parkowaniem), cieszy się taką popularnością, że na wizytę trzeba się umawiać jak do lekarza, czyli z bardzo dużym wyprzedzeniem. Warto zwrócić uwagę na wystrój salonu – wyposażenie ma nowoczesne, a jednocześnie panuje w nim taki jakiś

XIX-wieczny klimat. Fragment wnętrza widzimy na fot. 2 – fotografia w owalnej ramce na środku ściany nad lustrem to podobna wspomnianego dziadka pana Adama. W prawym górnym rogu na wystającym ze ściany drążku wisi blaszana miska (lepiej widoczna na fot. 3) – tradycyjny symbol balwierzy, kiedyś wywieszany na zewnątrz budynku (można było go widzieć na ulicy jeszcze kilkadziesiąt lat temu)<sup>2</sup>. Obok wiszą zakrwawione bandaże – cyrulicy kiedyś je tak suszyli i używali ponownie. Widoczny na fot. 4 trójkolorowy pionowy walec to *barber pole* (z ang. słup, drążek). Wywodzi się z tradycji laski cyrulickiej z dwoma pasami – białym i czerwonym. Biały symbolizował bandaż, czerwony – krew. Kolor niebieski dodali później Amerykanie. Niektórzy uważają, że jest to nawiązanie do amerykańskich barw



7





→ narodowych, inni – że chodzi o niebieskie żyły (nawiązanie do zabiegu puszczania krwi).

W salonie wiszą plakaty z wzorami fryzur: fot. 5 przedstawia jeden z nich, wyglądający jak XIX-wieczny amerykański list gończy. Pan Adam oferuje 40 wzorów fryzur, ale klient może zaproponować własny; najczęściej pokazuje zdjęcie na smartfonie. Nieraz trzeba klientowi jego pomysł delikatnie wyperswadować, bo np. taka fryzura nie będzie pasowała do kształtu twarzy, albo będzie tak wymyślna, że klient potem nie da rady samodzielnie jej utrzymać.

Pan Szulc jest kolekcjonerem dawnych męskich kosmetyków. Ekspozuje je w gablocie (fot. 6) – widzimy tu m.in. wody kolońskie Derby, Jucht, Lajkonik, Consul i oczywiście kultową Przemysławkę, produkowaną od 1919 r. do dnia dzisiejszego. Receptura jest stale ta sama, zmieniają się tylko opakowania.

Drugie hobby pana Szulca to zainteresowanie *steam punkiem*<sup>3</sup>. Stąd salon udekorowany jest „zmechanizowanymi” kompozycjami – przykład widzimy na fot. 7.

Od niedawna salon zdobi malowidło ściennie (fot. 9) upamiętniające Antoniego Cierplikowskiego – Antoine’a – najślynniejszego polskiego fryzjera wszechczasów<sup>4</sup>.

Na fot. 2 i 8 widzimy, jak wygląda stanowisko pracy barбера. Jest oczywiście fotel, lustro, ponadto umywalka (nie we wszystkich zakładach fryzjerskich umywalka jest na każdym stanowisku), niezbędne narzędzia (nożyczki, grzebienie, maszynki do strzyżenia, sprzęt do golenia itp.), a także – co rzuca się w oczy – mnóstwo kosmetyków. A wśród nich własna firmowa linia kosmetyków „Steam punk”. Odpowiednie dla siebie kosmetyki (pomady do włosów, odżywki, oleje do brody, wody kolońskie) klient może na miejscu zakupić i stosować je w domu. Wśród narzędzi zwróćmy uwagę na brzytwę (fot. 10). Od klasycznej brzytwy różni się wymiennym jednorazowym ostrzem, wymienianym po każdym użyciu. Zużyte ostrza gromadzi się w pojemniku na odpady niebezpieczne, utylizowane przez specjalistyczną firmę. W zakładzie dba się o higienę. Po obsłudze każdego klienta barber myje ręce i dezynfekuje je. Inny środek dezynfekcyjny stosuje się do dezynfekcji umywalki i fotela, jeszcze inny – do grzebieni i nożyczek.

Dużą wagę przykładą pan Adam do doksztalcenia. Cała załoga firmy uczestniczy w krajowych i zagranicznych imprezach fryzjerskich – pokazach, festiwalach, targach (np. Międzynarodowe Targi Poznańskie organizują corocznie targi fryzjerskie LOOK). Jeśli chodzi o modele fryzur, mężczyźni są – w odróżnieniu od kobiet – przeważnie trady-

cjonalistami. Ale w zakresie nowoczesnego sprzętu, kosmetyków i nowych technik trzeba stale być na bieżąco i śledzić nowości.

Firma pana Szulca bierze udział w akcjach charytatywnych (np. raz w miesiącu bezpłatnie strzygą bezdomnych i dzieci z domu dziecka), a także promocyjnych, np. uczestniczy corocznie w Noccy Muzeów. A ostatnio – działając na rzecz zdrowia mężczyzn – wzięła udział w promocji programu Movember<sup>5</sup>. ■

Fot. od 1 do 10 – AS

<sup>1</sup> Zaświadcza o tym np. Jan Kochanowski we fraszce „O łaźebnikach” – „Łaźebnicy a k...y jednym kształtem żyją, W teje wannie i złego i dobrego myją”.

<sup>2</sup> Jest taka scena w „Don Kichocie” – Don Kichot atakuje jadącego konno balwierza chroniącego głowę przed deszczem taką miską, bo wyobraził sobie, że jest to rycerz wyposażony w czarodziejski hełm.

<sup>3</sup> *Steam punk* – nurt stylistyczny w kulturze nawiązujący do *science fiction*. *Steam* to po angielsku para, chodzi tu o XIX-wieczne maszyny parowe i o technikę epoki wiktoriańskiej, różne fantastyczne maszyny wymyślone przez Juliusza Verne’a, H.G. Wellsa i innych autorów powieści fantastycznych. Stąd w sztuce steampunkowej pojawiają się dzieła złożone z elementów maszyn, kół zębatych, przekładni itp. – niczym w praktyce niesłużące, za to efektownie wyglądające.

<sup>4</sup> Antoni Cierplikowski (1884-1976) urodził się w Sieradzu, w 1910 r. otworzył w Paryżu salon fryzjerski, gdzie jako Antoine zdobył międzynarodową sławę. Tworzył nowe fryzury (m.in. słynną „chłopczycę”), cesał najwybitniejsze aktorki teatralne i filmowe. Na jego cześć w rodzinnym Sieradzu jest organizowany Open Hair Festival, na którym tworzy się i prezentuje nowe fryzury.

<sup>5</sup> *Movember* – międzynarodowy program profilaktyki nowotworów prostaty i jąder. Symbolem akcji jest zapuszczanie w listopadzie wąsów. Stąd jej nazwa – literę N w nazwie miesiąca zastąpiono M (ang. *moustache* – wąsy).