

ANNA E. KUBIAK

Nowi aktorzy społecznego dramatu w polskiej kulturze pochówku¹

Wprowadzenie

W okresie transformacji polityczno-ekonomicznej również pole obrzędowości pogrzebowej zostało objęte znaczącymi zmianami. Zostało ono zapoczątkowane przejściem od modelu organizacji zarządzanego przez państwową administrację do modelu prywatnych zakładów (Walter 2005). Pojawili się nowi aktorzy tego społecznego dramatu. W artykule omawiam następujące figury obrzędu: pogrzebownik, tanatoprakter i mistrz ceremonii. Zwracam również uwagę na innych aktorów, którzy należą do szerokiego spektrum specjalistów wyłonionych w procesie profesjonalizacji ról: stolarzy, krematystów, florystów, krawców, producentów funeralnych artefaktów, załóg transportujących zwłoki, informatyków i innych usługodawców zwiększających rynkową ofertę o planowanie pogrzebu i jego ubezpieczenie. O ile w niektórych sektorach polityki i ekonomii mamy do czynienia z ustawiczną rekrutacją raczej niż wymianą aktorów społecznych, o tyle w infrastrukturze funeralnej doszło do wyłonienia się nowych instytucji od samych ich fundamentów konstruowanych przez nowych ekspertów.

W badaniach prowadzonych w latach 2010–2012 zastosowałam metody jakościowe. Przede wszystkim były to wywiady częściowo ustrukturyzowane, na podstawie scenariusza (Lofland, Snow, Anderson, Lofland 2009) i podążające za wskazówkami metodologicznymi „wywiadu rozumiejącego” autorstwa Jeana Claude’a Kaufmanna (2010). Kolejną metodą były wywiady na podstawie

¹ Artykuł powstał na podstawie dwuletnich badań empirycznych w latach 2010–2012, realizujących projekt finansowany przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, a później NCN, nr 116081739 „Przemiany postaw i obyczajów Polaków w kulturze pochówku. Perspektywa reprezentantów sfery funeralnej”.

kwestionariusza z wystawcami funeralnych targów. Uzupełnieniem wywiadów była ankieta telefoniczna z zakładami pogrzebowymi w całej Polsce (168 rozmów telefonicznych z właścicielami zakładów pogrzebowych, proporcjonalnie z każdego regionu Polski). Prowadziłam obserwację w zakładach i podczas targów funeralnych. Nie była to obserwacja uczestnicząca. Podczas badań chroniłam własną wrażliwość. Tylko raz z zaskoczenia zostały przede mną otwarte drzwi chłodni wraz z odkrytymi ciałami zmarłych. Analizowałam zawartość czasopism branży funeralnej („Memento”, „Kultura Pogrzebu”, „Almanach Funeralny” i „Funeralia”) oraz dokumentację fotograficzną funeralnych targów, zakładów pogrzebowych, krematoriów, kolumbariów i rekwizytów.

Grupa zawodowa pogrzebowników, z jej społeczną stygmatyzacją – zwłaszcza po tak zwanej aferze łódzkich skór (Kubiak 2015: 259–265) – wydawała mi się właściwym obiektem badań etnograficznych. Howarth (1993: 222–223) określa tę grupę zawodową jako „wyspiarską”, gdzie wtajemniczeni w misterium śmierci „tubylcy” przygotowują swoje rytuały. Wszyscy badacze terenowi zdają sobie sprawę z „fasadowości” (w rozumieniu Goffmana 2008) rozmówców. Czyż jednak nie jest tak, że każdy badacz terenowy „ulega możliwościom fabularyzacyjnym i mistyfikatorskim badanych” (Olędzki 1991: 13)? Etnograf zawsze musi krytycznie oceniać zebrany materiał i konfrontować go z innymi źródłami. Starłam się brać poprawkę na „fasadowość” rozmówców, jak również korzystałam z wielu innych źródeł. Jeszcze jeden czynnik był istotny w owych poprawkach. Było to znane mi już wcześniej z badań nad nowymi ruchami religijnymi (Kubiak 1997) występowanie wewnętrznych krytyków grupy. Funeralni przedsiębiorcy, tworząc idealny wizerunek swojej firmy i branży, jednocześnie krytycznie zauważali zjawiska patologiczne i mieli potrzebę zwierzeń.

Branża pogrzebowa wobec wyzwań rynkowych i otwarcia granic wymogła pojawienie się nowych kompetencji (Kolasińska 2011). Ich wyraźna specyfika polegała na tym, że brakowało w Polsce po 1989 roku instytucji edukacyjnych przygotowujących do zawodów w tej branży. Nie było nawet takiej kategorii zawodowej. Przypomnę jednak najpierw instytucjonalną organizację pochówków w okresie PRL-u.

Czasy PRL-u

Faktycznym monopolistą branży pogrzebowej były komunalne zakłady pogrzebowe istniejące w ramach szerszych struktur: Miejskich Przedsiębiorstw Usług Komunalnych. Mienie większości prywatnych zakładów zostało przez nie przejęte. Zakłady funeralne były jedynie jednym z działów instytucji admi-

nistracyjnych kierujących terenami miejskiej zieleni, spółdzielniami mieszkaniowymi czy wywozem śmieci (*sic!*). Można się tu doszukać świadomej strategii władz komunistycznych, aby zdegradować jeden z ważniejszych rytuałów przestrzeni prywatnej wchodzącej w związku z przestrzenią publiczną. O ile jeszcze na wsi przez cały okres komunizmu przetrwały ludowe tradycje i cała lokalna wspólnota brała udział w pożegnaniu krewnego i sąsiada, o tyle w mieście ostatni rytuał przejścia uległ zubożeniu, kierowany przez biurokratów zainteresowanych jedynie wydaniem aktu zgonu, nie zawsze dostarczeniem marnej trumny i transportem nysą lub żukiem najbliższej rodziny na cmentarz. Brak wymagań jakichkolwiek kompetencji i brak konkurencji powodował kompresję obrzędowości funeralnej. Już jednak w okresie PRL-u podejmowano próby prowadzenia prywatnych usług funeralnych. Tak wspomina córka przedwojennego przedsiębiorcy.

Nasza firma, a szczególnie tata, jest klasycznym przykładem tego, co się działo w Polsce. Bo z jednej strony komuna, jak przyszła to zniszczyła wszystko, a z drugiej strony, jako jedyny chyba z całego układu socjalistycznych państw, to chyba w jedynym państwie, w PRL-u naszym, można było prowadzić prywatną działalność na podstawie tej ustawy o rzemiośle. To był ewenement w całym Układzie Warszawskim. To znaczy w układzie Rady Wzajemnej Pomocy Gospodarczej. (...) Była tak zwana karta rzemieślnicza po wojnie. Tata mógł prowadzić działalność, polegającą na wykonywaniu rzemiosła. A rzemiosło to było tak, jakby rękodzieło. (...) Pozwolili tylko na taką skalę – można powiedzieć – rękodzieła. Że wykonaj sobie, proszę bardzo, ale nie na skalę przemysłową, żeby nie doprowadzić do rozwoju wielkiego przemysłu, bo to zagrażało systemowi. (...) Była zasada taka, bo nie było zawodu trumniarz i do dzisiaj nie ma, tylko stolarz robił trumny. (...) Więc my tylko mogliśmy wykonać trumnę, nic poza tym².

Czas rzemieślników

W dziewięćdziesiątych latach przedsiębiorstwa komunalne przechodziły restrukturyzację polegającą na przekształceniu Miejskich Przedsiębiorstw Usług Komunalnych w spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Na początku lat dziewięćdziesiątych niektórzy rzemieślnicy dostrzegli niszę do zagospoda-

² Wywiad z właścicielką zakładu Kir, s. 10. Wszystkie podane nazwy zakładów pogrzebowych i nazwiska zostały zmienione i zastąpione przez autorkę celem ochrony danych osobowych.

rowania, jaką była przestrzeń pochówku. Można wyróżnić kilka kategorii zawodowych osób, które zaczęły się specjalizować w branży pogrzebowej:

- rzemieślnicy i pracownicy branży stolarskiej, krawieckiej, sprzętu chłodniczego, tworzyw sztucznych, kamieniarskiej, blacharskiej, metalowej. W grupie tej również mieszczą się osoby związane z ogrodnictwem, właściciele kwaciarni;

- osoby instytucjonalnie związane ze śmiercią, czyli pracownicy administracji cmentarzy, zakładów komunalnych, prosektorii, pogotowia, policjanci, prokuratorzy;

- inżynierowie i technicy, z których wielu straciło pracę w okresie transformacji;

- przedwojenni właściciele zakładów pogrzebowych.

Brak kapitału inwestycyjnego oraz trudności i podejrzliwość władz traktujących owe inicjatywy jako coś egzotycznego, gdyż wykonawca pochówku kojarzył się ze stereotypem zapitego grabarza, powodowały, że była to działalność amatorska. Nie było nawet takiej kategorii zawodu, więc rejestrowano działalność pod nagłówkiem „rzemieślnik” czy też „podmiot gospodarczy”. Ten absurd dobitnie opisuje przedsiębiorca.

Więc ja poszedłem do urzędu miejskiego, do wydziału handlu i usług. Nie, proszę pana. Nic takiego nie można otworzyć. Nie ma czegoś takiego w spisie usług. Usługi pogrzebowej nie ma proszę pana. Nie może pan otworzyć. Monitory, zarządzenia pokazują, że nie ma. Więc poszedłem do urzędu miasta. Nie, proszę pana, nie ma takiego rzemiosła. Więc nie odpuściłem. Napisałem do ministerstwa pismo takie z zapytaniem. Przedstawiłem im swój jakby plan. Jakbym to chciał załatwiać i tak dalej. I cisza. Cisza przez parę miesięcy. W końcu dostaję pismo: można otworzyć kompleksowe usługi pogrzebowe w ramach innych, niewymienionych rzemiosł³.

Brakowało wzorców zawodowych i etycznych w przerwanej tradycji polskiego pogrzebownictwa. Brakowało wiedzy o organizowaniu ceremonii, relacjach z rodzinami, sposobach dysponowania zwłokami. Brakowało przede wszystkim kompetencji specyficznych dla tej branży. W konsekwencji pogrzeby wyglądały jak za PRL-u. W ten sposób pierwsi redaktorzy czasopism funeralnych – Andrzej Dzierżanowski i Wojciech Krawczyk – wspominają tamte czasy: „Przechodzona Nysa – poddana liftingowi w kolorze żałobnym – jako podstawowy samochód pogrzebowy i pokątny lokal, najczęściej wynajęty – to była norma przedsiębiorstwa pogrzebowego w mniejszych ośrodkach na po-

³ Wywiad z właścicielem zakładu pogrzebowego Brama, s. 5.

czątku lat 90. I taka firma „krzak” wykonywała sprawnie nawet 50 pogrzebów miesięcznie!”⁴.

Nabywanie kompetencji i profesjonalizacja usług pogrzebowych

Nabywanie kompetencji odbywało się kilkutorowo. Powstałe organizacje branżowe (Polska Izba Pogrzebowa i Polskie Stowarzyszenie Kremacyjne, Administratorów Cmentarzy i Przedsiębiorców Pogrzebowych) zaczęły organizować zjazdy szkoleniowe oraz targi funeralne, na które zapraszano przedstawicieli z zagranicy i służące zawieraniu kontraktów handlowych. Ważnym źródłem informacji o nowinkach na rynku funeralnym stały się dwa czasopisma branżowe: „Memento” (powstałe w 1995 roku) i „Kultura Pogrzebu” (od 2004 roku). Właściciele zakładów podczas wyjazdów zagranicznych poznawali zachodnie wzorce usług funeralnych. Sprowadzali też nowe technologie do produkcji trumien i akcesoriów pogrzebowych. Przedsiębiorcy zaczęli inwestować w rozbudowę zakładów, posiadając już wiedzę z Włoch, Francji czy USA, jak zaplanować przestrzeń zakładu. Stopniowo, najpierw skromnie i w zaułkach, a następnie już na billboardach w centralnych przestrzeniach (np. dworcach, w metrze) oraz w mediach pojawiła się reklama. Jedną z najbardziej popularnych klisz stało się określenie: „kompleksowe usługi”. Było to związane z rozszerzeniem obowiązków dawniej spoczywających na barkach żałobników, takich jak pośrednictwo w uzyskaniu funduszy z zasiłku ZUS. Jako że karawan jest najlepszą reklamą zakładu, więc inwestowano w nowoczesne samochody, jak np. fordys czy mercedesy. Zakłady pogrzebowe zostały wyposażone w biuro, recepcję, sklep z trumnami i odzieżą żałobną, pracownię florystyczną, kaplicę, chłodnię, salę do przygotowywania zwłok, zaplecze socjalne dla pracowników.

Zdobywanie nowych technologii i coraz wyższe standardy sprzyjają tworzeniu nowych specjalizacji. Powstają firmy produkujące np. namioty pogrzebowe, urządzenia chłodnicze, tabliczki pogrzebowe, trumny, urny, całuny, dewocjonalia, urządzenia chłodnicze, odzież żałobną, gadzety funeralne, preparaty do tanatopraksji, worki na zwłoki, sprzęt nagłaśniający, windy i inne akcesoria pogrzebowe. Rozwój kremacji w Polsce wymusił konieczność nabywania kompetencji prowadzenia i obsługi spalarni. Powstają firmy specjalizujące się w oprogramowaniach dla przedsiębiorstw pogrzebowych, firmy ubezpieczeniowe. W 1995 roku powstał pierwszy w Polsce zakład szyjący specjalne ubiory dla nieboszczyka, żałobników oraz asysty pogrzebowej wykonu-

⁴ „Memento” 2006, nr 6, s. 21.

jącej pochówek. Firma ta podczas targów prezentuje pokaz mody pogrzebowej z opracowaną choreografią. Zarówno rodzina, spółdzielnia mieszkaniowa, jak i policja, w sytuacji, gdy zmarły leżał dłuższy czas w domu lub mieszkanie było miejscem morderstwa lub samobójstwa, wzywają firmy zajmujące się sprzątnięciem po zmarłym. Można też zamówić oglądanie pogrzebu on-line. O ile przed transformacją ustroju była jedna firma, komunalna, transportująca zwłoki za granicę i do Polski, oraz opiekująca się grobami obcokrajowców, o tyle dziś mnożą się takie usługi. Pojawiły się firmy zajmujące się sprzątnięciem mogił i ich dekoracją na zamówienie również rodaków. Kwaciarze – od dawna związani z rytmem pogrzebu – odbywają odpowiednie kursy, jeżdżą na wystawy kwiatowe i każą się nazywać florystami. Nowe wzory, kolorystyka i pomysły przychodzą z Europy Zachodniej, zwłaszcza z Niemiec i z Holandii. Największe kwaciarnie korzystają zarówno ze swoich ogrodów, jak i sprowadzają kwiaty z całego świata dla bardziej wymagających klientów. Wraz z rosnącym zapotrzebowaniem pojawili się fotografowie specjalizujący się w uwiecznianiu pogrzebów. Niektóre zakłady dołączają płyty ze zdjęciami z ceremonii. Istnieją firmy drukujące dla zakładów pogrzebowych teczki z materiałami informacyjnymi, wizytówki, papier firmowy, foldery. Powstają coraz liczniejsze sklepy internetowe, np. z odzieżą żałobną czy akcesoriami pogrzebowymi.

Aktorzy rytuału przejścia

Podstawowym problemem, z jakim musieli się zmierzyć nowi przedstawiciele środowiska funeralnego wchodzącego w okres kapitalizmu, jest sprzeczność między prowadzeniem ekonomicznego przedsięwzięcia a przejściem odpowiedzialności (jakkolwiek dzielonej z reprezentantami Kościoła) za rytuał przejścia (Sanders 2009: 448). Ambiwalencja, jaką intuicyjnie odczuwamy, myśląc o prowadzeniu biznesu z jego wymogami akumulacji zysku, ekspansji, innowacji, konkurencyjności, a doświadczeniem śmierci, które jest zjawiskiem liminalnym (Turner 1986), wprowadzającym zawieszenie codzienności, „doświadczeniem granicznym” (Berger 1997), musi zostać rozwiązana, niejako upłynniona w symbolicznej wymianie (Baudrillard 2007) między dwiema stronami interakcji. Owa antytetyczność śmierci i kapitału (Sanders 2009: 447) istnieje w szerszym polu kulturowych sprzeczności kapitalizmu (Bell 1974), ale tutaj staje się szczególnie kontrowersyjna. W przypadku funeralnego przedsięwzięcia zadaniem, przed jakim stoją oficjanci, jest przeprowadzenie żałobników przez trzy fazy rytuału przejścia: wyłączenia – stanu liminalnego – włączenia na nowo do społeczności (Gennep 2006). Jednocześnie będąc przedsiębiorcami, a nie altruistycznie, służebnie działającymi bractwami pogrzebowymi, jak

w średniowieczu, muszą oni dokonywać kalkulacji zysków i strat oraz wystawić krewnym zmarłego rachunki. Jak uzyskać profit z czyjejś śmierci, reprezentując jednocześnie „fasadę” (Goffman 2008) celebranta prowadzącego rytuał? Jak pogodzić wyzwania kapitalizmu ze społecznym oczekiwaniem, aby uhonorować zmarłego i ukoić ból jego najbliższych? Oto zadanie wymagające kompetencji i wiedzy nowoczesnego eksperta. Funeralni reprezentanci są mediatorami sfery sakralnej i profanicznej, gdzie sprzedawane produkty i usługi muszą nabyć znaczenia rytualnego dla wszystkich aktorów dramatu. Przedsiębiorcy musieli wypracować umiejętności i strategię działania na wielu poziomach, od relacji z klientem, przez organizację obrzędu po budowanie wizerunku w przestrzeni publicznej. W omówieniu znaczących figur w tym polu skupię się na interpersonalnych relacjach, budowaniu roli i przygotowaniu scenariusza przez nowych aktorów funeralnej sceny. Zacznę od najbardziej widocznej roli: właściciela zakładu pogrzebowego, który jest głównym reżyserem wraz z zespołem spektaklu pogrzebowego.

Figura pogrzebownika

Zdecydowana większość pogrzebowników to mężczyźni, w wieku średnim, żonaci, katolicy. Przewagę w grupie badanych, z którymi prowadziłam wywiady, ma wykształcenie średnie. Według przeprowadzonej w dniach 21–22 listopada 2010 roku na targach w Warszawie ankiety uzyskałam następujące dane. Większość respondentów to ludzie w wieku średnim. Trzeba jednak zwrócić uwagę na odsetek ludzi młodych poniżej czterdziestego roku życia.

- 20–30 lat – 11,1% (3)
- 30–40 lat – 37,0% (10)
- 40–50 lat – 40,7% (11)
- 50–60 lat – 11,1% (3)

Większość wystawców pozostaje w związku małżeńskim.

Stan cywilny	Badani (%)	Ogół ludności wg GUS w 2010 r. (%)
Żonaty/mężatka	88,9 (24)	55,8
Kawaler/panna	11,1 (3)	28,8
Wdowiec/wdowa	0	9,6
Rozwodnicy	0	5,0

Prawie połowa respondentów posiada wyższe wykształcenie.

Wykształcenie	Badani (%)	Ogół ludności wg GUS w 2010 r. (%)
Zawodowe	7,4 (2)	21,7
Średnie	44,4 (12)	11,8
Wyższe	48,1 (13)	17

Większość jest wyznania katolickiego: 26 katolików, 1 ateista. W branży jest więcej mężczyzn (70,4%; 19), zwraca jednak uwagę rosnąca liczba kobiet (29,6%; 8), a według GUS⁵ w 2010 roku mężczyźni stanowili 48,4%, kobiety zaś 51,6% ogółu ludności.

Hermetyczność tej grupy społecznej (Kubiak 2015: 65) i specyfika zawodu pogrzebownika sprzyja licznym przesądom i stygmatom przedsiębiorcy pogrzebowego. Często spotykają się oni z oporem społecznym wobec budowy krematorium lub domu pogrzebowego w pobliżu osiedla. Z powodu kontaktu z ciałem zmarłego, trupem, zawód pracowników zakładu pogrzebowego jest w społeczeństwie europejskim naznaczony stygmatem (Goffman 2007). Stygmatyzacja zawodu pogrzebownika łączona jest ze stereotypową figurą grabarza z czasów PRL-u, kojarzoną z kopaniem grobów, niechlujnym wyglądem, alkoholizmem, pazernością i ponurym charakterem. Tymczasem pogrzebownicy wykonują bardzo różne prace i nie wszyscy mają styczność z nieboszczykami. Spotkałam właścicieli zakładów, którzy byli pogodni, odznaczeni się dużym poczuciem humoru, schludnie ubranych w koszule i garnitury, chociaż nie jest to typ eleganckich menedżerów spod znaku Hugo Bossa.

Pogrzebownicy (tak o sobie mówią na targach czy w branżowych czasopiśmie), czyli właściciele zakładów pogrzebowych, muszą posiadać wielowymiarowe kompetencje. Są oni właścicielami i projektantami przestrzeni symbolicznej zakładu, inwestorami nabywającymi różne produkty i technologie, reżyserami *teatrum funeralnego*, kierownikami zespołu oraz wykonawcami marketingu i publicznego wizerunku. Ważnym elementem wiedzy i umiejętności tych ekspertów są kompetencje kulturowe, którymi jest: „zbiór umiejętności umożliwiających uczestnictwo w kulturze i społeczeństwie zgodnie z obowiązującymi normami, wartościami, symbolami, tradycjami. Odnoszą się do reguły zwyczaju, obyczaju, etykiety uznawanych w danej kulturze, wskazujące, jakie zachowanie jest odpowiednie, a jakie nie” (Kolańska 2011: 97).

⁵ http://www.stat.gov.pl/gus/5840_14076_PLK_HTML.htm (dostęp 1.02.2014).

Przedsiębiorcy musieli – idąc śladami zachodnich pogrzebowników, których podpatrywali podczas wyjazdów prywatnych, a później szkoleniowych oraz rozmów na międzynarodowych targach – inwestować w rozwój domu pogrzebowego, który zapewniałby sprawną obsługę klientów, dostarczając w oddzielnych przestrzeniach wielowymiarowych usług. Przykładem niech będzie krótka historia rozwoju domu pogrzebowego jednego z najbardziej dynamicznych przedsiębiorców. Firma została założona przez jego ojca – mistrza stolarskiego specjalizującego się w wyrobie trumien – jeszcze przed drugą wojną światową w małej podwarszawskiej miejscowości. Jego syn nabył umiejętności rzemieślnika i w 1983 roku przejął firmę stolarską, którą prowadzi do dziś z żoną i synami. W latach 1983–1990 z konieczności trudnił się stolarką, produkował meble i boazerie oraz kształcił swoich pracowników. W 1990 roku postanowił założyć zakład pogrzebowy. Aby wejść na szerszy rynek, założył w innej miejscowości pod Warszawą filię swojej firmy, rozpoczynając organizację usług, które w możliwie pełny sposób zdjęły obowiązki z żałobników, od załatwienia formalności urzędowych po sam pogrzeb. W tym celu w 1992 firma rozszerzyła swoją działalność o usługi cmentarne. Właściciele zaczęli pełnić nadzór nad funkcjonowaniem dwóch parafialnych cmentarzy. Będąc faktycznym administratorem cmentarzy, podjęli się prac związanych z kopaniem grobów, budowaniem grobowców i pracami remontowymi na terenie nekropolii. W 1999 roku podpisali umowę dzierżawy prosekatorium szpitalnego, inwestując w jego remont i nowoczesne wyposażenie (sala sekcyjna, sala pożegnań, kaplica, chłodnia, biuro). W 2002 roku przedsiębiorcy wykupili prosekatorium, tworząc kompleks budynków spełniających wymogi nowoczesnego domu pogrzebowego. W 2003 sam dom pogrzebowy, który przyjmuje klientów, został przeniesiony do nowego okazałego budynku, w którym znalazły się biura, sale do spotkań z żałobnikami, kawiarnia, czytelnia, księgarnia, sale wystawowe trumien, urn i odzieży żałobnej i dla zmarłych, sklep z dewocjonaliami i artefaktami nagrobkowymi. W latach 2007–2010 zbudowano kolejną filię zakładu i nowoczesny warsztat do produkcji trumien. W 2010 roku firma przekształciła się ze spółki cywilnej w spółkę jawną. Dwaj synowie zaczęli prowadzić kolejną filię zakładu w Warszawie. Rodzinne przedsiębiorstwo – jeden z pionierów polskiego pogrzebownictwa – stało się wzorem rozwoju dla wielu fachowców⁶. Ta ekspansja na rynku funeralnym jest zgodna z przyjętą strategią, którą można określić – parafrazując reklamę Kodaka⁷ – „przekażcie nam nieboszczyka, a my zajmiemy się resztą”. Taka strategia odpowiada obu stronom transakcji: przejęcie większości obowiązków żałobników, jak i uzyskanie kontroli nad usługa-

⁶ Korzystam tu z materiałów zebranych podczas badań grantowych.

⁷ „Naciśnij migawkę, a my zajmiemy się resztą”.

mi, nie tylko w celu sprawnej organizacji ceremonii, ale i rozszerzenia usług, za które można wystawić rachunki. Dysponowanie zwłokami leżące dawniej w gestii rodziny (toaleta zmarłego) i Kościoła (sakralne przygotowanie nieboszczyka do wędrowki w zaświaty) zostało przejęte przez zakład pogrzebowy. Każdy element procesu rytuału: od zabezpieczenia zwłok i rytów wokół zmarłego (czuwanie), przez biurokrację po ceremonię i złożenie do grobu, a nawet organizację stypy, a następnie organizację mszy rocznicowej, internetowych memoriałów, został przeniesiony *intra muros* domu pogrzebowego.

Proces transmutacji żałobnika w klienta odbywa się poprzez przedstawienie w odpowiednio zaaranżowanej sali wystawowej produktów na sprzedaż. Strategie innowacji zmuszają przedsiębiorców do poszukiwania coraz to nowych artefaktów wzbogacających *decorum* funeralnego spektaklu. Marketing firm pogrzebowych – obecny w przestrzeni publicznej – stanowi ważny element zdobywania rynku. Stosuje się tu najrozmaitsze strategie. Po drobnych reklamach na szyldach, ogłoszeniach w gazetach i książkach telefonicznych, reklama wkroczyła na billboardy, do internetu i telewizji. Ale kreatywność pogrzebowników sięga dalej. Wiedząc, że każde odnotowane pojawienie się logo firmy w mediach może skutkować zdobyciem nowych klientów, przedsiębiorcy podejmują się działań dobroczynnych, sponsorowania imprez sportowych, przewozów prokuratorskich. Te ostatnie (chodzi o przewiezienie zwłok z miejsca wypadku) wygrywane w przetargach za ofertę płatności za symboliczną złotówkę jest zwykle nagłośnione we wszystkich mediach wprowadzając logo firmy w obieg wizualny.

Polscy pogrzebownicy od piętnastu lat pracują na prestiż zawodu. W szkoleniach branży znalazły się kursy dotyczące jakości obsługi i kontaktu z klientem, budowania wizerunku firmy i marketingu. Zawód przedsiębiorcy pogrzebowego cieszy się wysokim zaufaniem społecznym w USA, gdzie znajduje się w pierwszej dziesiątce zawodów wysoko ocenianych, na co ma wpływ długa tradycja. W Polsce stopniowo zakłady, które od lat dziewięćdziesiątych stale inwestują i szkolą kolejne pokolenia, zaczynają w lokalnych społecznościach zyskiwać pozytywną ocenę. Sprzyjają temu działania marketingowe i udzielanie się przedsiębiorców w społecznych przedsięwzięciach, akcjach charytatywnych i kandydowanie do lokalnych samorządów. Ważnym czynnikiem tej ewolucji stałaby się nowoczesna ustawa cmentarna, która wyeliminowałaby patologie i „dziką konkurencję” na rynku funeralnym, jak również rozwój ekonomiczny, zmiany legislacyjne w kierunku ograniczenia biurokracji (na którą skarżą się wszyscy badani). O trudnościach tej branży mówią przedsiębiorcy.

Przepisy ograniczają swobodę działania, bo są niejasne. Jest dowolna interpretacja urzędników. Kiedy dawny przepis, czy ustawa o cmentarzach

i chowaniu zmarłych mówiła, że dom pogrzebowy powinien znajdować się na terenie cmentarza, to wszyscy urzędnicy utożsamiali sobie, że zakłady pogrzebowe, domy pogrzebowe mogą być zlokalizowane tylko i wyłącznie na cmentarzu lub w pobliżu. Czternaście lat walczyłem z urzędami o zmianę sposobu interpretacji. Bo ogólnie interpretacja różna była. I sądów administracyjnych, sądów cywilnych. Panie Boże uchroni od tego naprawdę. Nie ma jasnej interpretacji. Jeżeli jest plan, miejscowy plan zagospodarowania terenu mówi, że na tym terenie mogą być usługi, aczkolwiek nie ma wymienionego katalogu usług. Mogą być usługi nieuciążliwe. Usługi pogrzebowe nie są usługami uciążliwymi w sumie. A każdy urzędnik uważał, że usługi pogrzebowe są usługami uciążliwymi dla sąsiadów (Wywiad z kierownikiem zakładu Brama, s. 13).

Większość też skarżyła się na nieuczciwą konkurencję:

Za dużo jest zakładów pogrzebowych, dlatego że to prawo jest takie, że możemy sobie posiedzieć my we dwoje, tylko pomyślimy, wymyślimy sobie zakład pogrzebowy. No to, co? Z niczym zakładamy działalność gospodarczą. A my nic nie mamy. Ale, po co nam? Przecież my nie musimy nic mieć. Może pani mieć dobry, w ładnej okładce gruby segregator, wynajęty kawałek biura, bo tak to wygląda, proszę mi wierzyć, że część zakładów pogrzebowych tak funkcjonuje. Że ma biuro wielkości połowy tego pokoju, grube dwa segregatory, w jednym wieńce, w drugim trumny. Karawan? A po co mi karawan? Zlecę Krzyškowi, Krzysiek pojedzie, czy Cześkowi, czy komuś innemu tak, bo oni jeżdżą. Ludzie? A po co mi ludzie? To dzisiaj będzie tam, garnitur dam, dzisiaj koszulę białą każdy prawie ma. To mi pogrzeb zasypią, mi wyrobią tak. I tak właśnie niektóre firmy funkcjonują, nie mając własnego sprzętu, nie mając własnego zaplecza, nie mając własnej chłodni. Wie pani, ja uważam, że konkurencja jest jak najbardziej potrzebna. Ale nie dzika konkurencja. Ja mam taką konkurencję, która robi wszystko, żeby mnie podgryzać i nazywać (Kierownik krematorium Kapa, s. 30).

Paradoks antynomicznych właściwości śmierci i ekonomicznej ekspansji jest w głównej mierze rozwiązany przez charakterystyczne dla polskich tradycji normy i wzorce kulturowe rozwijane przez pogrzebowników. Przygotowanie godnego pożegnania odpowiednio odzwierciedlone w narracji pogrzebowników, staje się normą wywierającą społeczną presję, aby godny pochówek był równoznaczny z okazałą ceremonią.

Ważnym składnikiem kompetencji pogrzebowników jest zorganizowanie zespołu specjalistów, którzy będą czuwać nad kolejnym etapem rytuału przejścia. Należą do nich: recepcjonistki, tanatopraktery, mistrzowie ceremonii,

kierowcy karawanów, asysta pogrzebowa, eskortujący zwłoki, stolarze, floryści, grabarze, księgowi i inni pracownicy biura, administratorzy cmentarzy, pracownicy prosektorium. Jak widać, jest to w większych zakładach duży zespół od kilkunastu do kilkudziesięciu osób, jednak charakterystyczną cechą większości zakładów jest wykonywanie kilku czynności przez jednego pracownika, co wymaga wielowymiarowych kompetencji.

Istotnym elementem kompetencji przedsiębiorcy są interakcje z klientem. Działają tu kulturowe wzorce i klisze, więc zatrudniono kobiety do funkcji „repcjonistek” odpowiedzialnych za przyjmowanie klientów. Musiały one w drodze szkolenia nabyć odpowiednie umiejętności, o których mówi jeden z pogrzebowników.

Są to skrajne emocje ludzi, które trzeba w jakiś sposób ujarzmić. Trzeba to umieć zebrać i tak klienta sprowadzić na ziemię, tutaj do biura, żeby zorganizować dobrze pogrzeb. Bo to nie jest sprzedaż mebla, gdzie przyjdzie klient i wybiera sobie to, co mu się podoba, tylko to jest specyficzny rodzaj usług, gdzie odgrywają dużą rolę emocje. To jest taka gra na emocje. Moje przygotowanie, żeby klientem obsłużyć, to trwało ze dwa miesiące. Ta osoba na pewno musi być odporna psychicznie, czyli nie może bardzo się emocjonować tym wszystkim, co się dzieje. Nie może się angażować. Możesz w jakimś stopniu odczuwać, możesz współczuć rodzinie, bo to jest rzecz normalna, ale emocjonalnie nie można do tego podchodzić, bo możesz skończyć źle. Na pewno ta osoba musi być ułożona, stonowana, spokojna, opanowana. To też zależy od klienta, bo z niektórymi klientami można porozmawiać na spokojnie, można się uśmiechnąć, można zażartować. Czasami klient sam podchodzi normalnie: teściowa była fajną kobietą, ale przyszedł czas, umarła, i teraz trzeba pochować. Mimikę twarzy trzeba mieć opanowaną. My sobie tak tutaj rozmawiamy, my się śmiejemy, rozmawiamy, a jak się wychodzi do ludzi to się zmienia od razu wyraz twarzy i to musi być widoczne. To nie może być tak, że ktoś jest uśmiechnięty, bo nie każdemu to się podoba. Oczywiście wiadomo, że jeśli ktoś wchodzi uśmiechnięty, to wiadomo, że jakiś uśmiech na twarzy też musi być. Więc to jest gra mimiką twarzy, emocjami. Mnie na pewno bardzo pomogły studia. Ja byłem na studiach z zarządzania i marketingu, co było bardzo popularne w tym okresie, ale miałem kilka zajęć z psychologii. W liceum miałem panią pedagog szkoły za wychowawczynię, więc ona bardzo dużo nam organizowała jakichś takich zajęć pedagogicznych, psychologicznych (Wywiad z kierownikiem krematorium Calypso, s. 29–30).

Od kompetencji recepcjonistki zależy, czy gładko przebiegnie proces, jaki przejdą żałobnicy, poddani dyskretnej manipulacji. Mają oni bowiem przejść

transgresję z kondycji anomicznej (Durkheim 1990) do rzeczywistości dnia codziennego, praktycznego i stać się klientem, decydującym się na zamówienie odpowiednich produktów i usług. Spotkanie od pierwszych słów kondolencji i okazania szacunku, przekształca się w transakcję biznesową. Żałobnicy dzięki umiejętnie zadanim pytaniom podejmują decyzje dotyczące zasadniczego zrębu ceremonii. „W ten sposób, ezoteryczny charakter śmiertelności podlega transmutacji w szczegółowe, podlegające kontroli elementy, które są przedmiotem wyboru i manipulacji” (Howarth 1996: 113).

Figura tanatopraktera

Właściciel nowoczesnego zakładu pogrzebowego w swojej ofercie usług zatrudnia dwóch innych ekspertów, którymi są technik sekcyjny i mistrz ceremonii. Za kulisami *funeralnego teatrum* dokonuje się przygotowanie głównego bohatera ceremonii: nieboszczyka. Dawniej zajmował się nim sam właściciel zakładu, ale dziś wymaga to specjalisty: tanatopraktera. Nazwa ta została zapożyczona z francuskiej terminologii i oznacza balsamację i kosmetykę zmarłego. Dokonuje on „humanizacji” (Howarth 1996: 147) trupa. O ile sama balsamacja⁸ nie stała się popularną praktyką w Polsce, to tak zwana tanatokosmetyka twarzy i dłoni nieboszczyka – widocznych podczas czuwania – jest już wymogiem i powszechną praktyką. Twarzy nadaje się wyraz spokoju, jednocześnie usuwając ślady choroby i wyniszczenia. Głównym celem jest wykreowanie wrażenia, jakby zmarły zapadł w sen. Do prac *morticiens* należą: toaleta (mycie, golenie, obcinanie paznokci), czesanie włosów, kręcenie włosów kobietom, układanie ciała w pełnej godności pozie, kosmetyka, ubieranie, układanie w trumnie. W ten sposób właściciel zakładu zachwala owe praktyki:

W kaplicy gromadzą się ludzie też i dlatego, żeby można było pożegnać się z przygotowanym do wystawienia ciałem zmarłego. Stąd właśnie tak coraz lepiej rozwijająca się dziedzina tanatopraksji, czyli balsamacji. Potrafią ci panowie, którzy pracują u nas bardzo wiele. Potrafią na podstawie zdjęcia zrekonstruować ciało, które zostało powiedzmy naruszone w wyniku jakiegoś mechanicznego uszkodzenia, kolizji czy jeszcze innej sytuacji. To są takie czynności, które nie są czynnościami łatwymi. Wykorzystujemy tutaj bardzo nowoczesne technologie z całego świata, i te technologie przenikają do nas bezpośrednio z charakteryzatorni teatralnych. Więc to jest prawdziwa sztuka i kaplica ma jakby utwierdzić nas w tym przekonaniu, że usługa została wykonana prawidłowo, że wszyscy dostrzegli, jak wiele

⁸ Więcej na temat balsamacji por. Kubiak 2015: 148–176.

można dla zmarłego zrobić, a przede wszystkim poprzez odpowiednie masaże mięśni twarzy tak ustawić te mięśnie i tak mimiką sterować, żeby był wyraźnie dostrzegalny spokój i taka godność, którą każdy chciałby w tym momencie dostrzegać z oblicza swojego bliskiego. Nie strach czy też ból, a przede wszystkim spokój. Bo to nam wszystkim żyjącym daje poczucie dobrze wypełnionego obowiązku pożegnania swoich bliskich. Stąd właśnie te miejsca, te kaplice w każdym punkcie, żeby można było je bezwzględnie korzystać. My tutaj namawiamy, to są bardzo niskie koszty, bo zależy nam na tym przede wszystkim, żeby oswajać ludzi z widokiem ludzi zmarłych, którzy są przygotowani do tego, by ich zaprezentować. Nie straszą, zawsze są dobrze odbierani, przyjaźnie, bo panujemy nad tym, żeby to ciało było przygotowane jak najlepiej, profesjonalnie (Wywiad z kierownikiem zakładu Sedna, s. 9).

W Polsce pracuje około czterdziestu wyszkolonych tanatoprakterów i ponad czterysta osób po kursie tanatokosmetyki. W dyskursie pogrzebowników wszystkie te zabiegi łączone są w narrację długiego trwania odwołującą się do starożytności. W prezentowaniu zalet praktyki wprowadzane są również nowoczesne wątki higieny i psychologii. Znany polski tanatoprakter podkreśla zapobieżenie zagrożeniu sanitarnemu. Zwraca też uwagę na dobroczynne skutki dla rodziny: „Tanatopraksja natomiast – jak określają Francuzi – ciało rewaloryzuje, likwidując oznaki chorób, cierpienia czy urazów. Chodzi w niej o przywrócenie zmarłemu naturalnego wyglądu. (...) Nasze zabiegi mają ustrzec bliskich przed strachem i odrazą na widok zmarłego. Po zabiegu wyglądu on jakby zasnął, cerę ma naturalną, nieodwodnioną, bez plam opadowych, żyły nabrzmiały jak za życia, niezapadnięte gałki oczne”⁹.

Figura mistrza ceremonii

Chociaż pogrzeb w Polsce to w 95% obrzęd religijny, to pojawiło się zapotrzebowanie na świecką ceremonię. W okresie komunizmu ateizacja nie powiodła się władzom państwowym (Borowik 1997: 63) i mimo zatrudniania mistrzów ceremonii, nie mieli oni okazji rozwinięcia swoich kompetencji. W okresie PRL-u opracowano jedynie ceremoniał inhumacji reprezentantów służb mundurowych oraz partyjnych działaczy. Oficjanci wyspecjalizowani w tym rytuale prowadzą ją niekiedy razem z księdzem, łącząc elementy religijne z wyspecjalizowaną usługą wymagającą odpowiednich kompetencji. Dzięki wiedzy i umiejętnościom mistrzów ceremonii rytuał zostaje osadzony

⁹ „Przegląd Funeralny” 1995, nr 4, s. 10.

w historii rodziny lub – w przypadku osób publicznych – nadany mu zostaje dodatkowy uroczysty charakter. Mistrz ceremonii jest reżyserem obrzędu. Do głównych jego zadań należy przygotowanie mowy pogrzebowej, dobranie muzyki oraz przygotowanie scenariusza obrzędu. Znamienny jest fakt, że troje najbardziej doświadczonych oficjantów ukończyło teologię, dzięki której nabyli wiedzę pozwalającą na przygotowanie mowy pożegnalnej. Całość przebiegu ceremonii jest uzgadniana z rodziną. Dlatego wyzwaniem dla oficjanta staje się interakcja z pogrążonymi w żałobie krewnymi zmarłego. Mistrzowie postrzegają swoją rolę w kategoriach konsolacyjnych.

To nie obcowanie ze śmiercią daje satysfakcję, to obcowanie z ludźmi daje satysfakcję. Jeżeli oni się czują podniesieni na duchu, to ja wiem, że zrobiłam dobrze swoją robotę. Obcowanie ze śmiercią jest zawsze trudne, często straszne, zawsze rozmontowujące psychicznie. I ja bym skłamała, mówiąc, że można wykonywać ten zawód bez kosztów własnych, mam tutaj na myśli kosztą natury psychicznej (Wywiad z mistrzem ceremonii Ave, s. 9).

Inny oficjant powiada:

Na tym pogrzebie mistrz ceremonii ma możliwość pokierowania emocjami i może je kierować zarówno w dół, jak i w górę. Tutaj można ludziom pokazać, że, no jasne, to jest ostatnie spotkanie, to jest śmierć, to jest pogrzeb, ale najważniejsze jest to, co nas tutaj do tego miejsca doprowadziło, czyli życie tego człowieka i tutaj można już naprawdę troszkę postarać się ludzi podnieść na duchu. I jeżeli my, schodząc z cmentarza słyszymy, że to było wspaniałe pożegnanie, że ktoś sobie bardzo wiele rzeczy przypomniał, że ten zmarły stał mu się bliższy, że jest mu teraz lżej, to ja uważam, że nasze zadanie zostało spełnione (Wywiad z mistrzem ceremonii Ave, s. 7).

Świecki obrzęd jest przede wszystkim ceremonią dla żałobników. Mają oni dzięki niej zamknąć najbardziej dramatyczną część żałoby – jej liminalną fazę – aby powrócić do życia codziennego. Przyjętą strategią mistrzów jest położenie akcentu na celebrowanie życia zmarłego. Odzwierciedlone jest to w narracji omawiającej główne zadania.

Zawsze staramy się w taki sposób skomponować to wspomnienie, żeby każdy, kto na taki pogrzeb trafi, czy to będą to tak zwane pierwsze rzędy, czyli rodzina, czy ósmy i dziewiąty rząd, czyli krewni i znajomi królika, żeby każdy człowiek, który przyszedł na pogrzeb, gdzieś w tym

wspomnieniu odnalazł siebie i swoją relację ze zmarłym. (...) Staramy się poznać zmarłego jak najdokładniej, na ile nam pozwalają warunki i przygotować to wspomnienie tak, aby pasowało do tego człowieka, by było takim swoistym lustrzanym odbiciem, żeby ktoś słuchając tego pomyślał sobie: kurczę, on taki był rzeczywiście, to jest on, ja go tak pamiętam. I na dobrą sprawę o to tutaj chodzi (Wywiad z mistrzem ceremonii Ave, s. 10–11).

Relacje między tymi nowymi aktorami społecznego dramatu, a tradycyjnymi – księżmi – nie zawsze układają się harmonijnie. Dochodzi tu czasem do rywalizacji między tradycyjnymi a nowymi aktorami dramatu.

W dużych miastach najczęściej księża reagują dobrze na mistrza ceremonii, bo wiedzą, jaka jest jego rola i nie ma tutaj żadnego kłopotu. Zdarzają się jednak księża, którzy w ogóle nie wiedzą o istnieniu mistrza ceremonii i pogrzeb świecki jest dla nich wstrząsem. Uczestniczenie w takim czymś, to jest wręcz propozycja obrazoburcza. Czyli jak zwykle wszystko zależy od człowieka (Wywiad z mistrzem ceremonii Ave, s. 18).

Pierwszy raz, jak ustaliliśmy z księdzem scenariusz pogrzebu, to ja mówię: tylko, co później, co będzie, jak do tego grobu? On tak mówi: może nic mi się nie stanie, jak razem pójdziemy. A ja mówię: mnie w każdym razie się nic nie stanie. I właśnie to jest ciekawe, bo to był człowiek, który jest uznawany, jako taki „moherowy”, taki ultras, a z nim właśnie te ceremonie prowadzę. A z kimś, kto jest niby taki liberalny, to się nie udaje. Dlatego, że tu właśnie wchodzimy w kwestie rozliczeń. Jednemu nie zależy na finansach, dlatego patrzy na człowieka, on się za niego modli, ja prowadzę świecką ceremonię i jest wszystko w porządku. Jest jakby taka komplementarność. A taki, który kreuje się, jako liberalny ksiądz, to tak naprawdę chodzi mu o kasę i w tym momencie jestem dla niego konkurentem (Wywiad z mistrzem ceremonii Mene, s. 19–21).

Świeckie pogrzeby w Polsce obejmują około 5% wszystkich pochówków. Ze względu na rosnące zapotrzebowanie niektóre wielkomiejskie zakłady pogrzebowe wyznaczają jednego ze swoich pracowników, aby pełnił tę funkcję. W Polsce jest około 20 mistrzów ceremonii, jednak doświadczonych i specjalizujących się od lat w laickim ceremoniale jedynie sześciu.

Zakończenie

Pogrzebownicy wprowadzili standard pogrzebu katolickiego w Polsce w latach dziewięćdziesiątych i wciąż od nich zależą zmiany *decorum* pochówku. Z kolei mistrzowie ceremonii świeckich proponują zróżnicowany, indywidualny rytuał pogrzebu. Jednocześnie mają oni stosunek zachowawczy do wypracowanej zasadniczej struktury pogrzebu. Istnieją już jednak w Polsce propagatorzy nowych rozwiązań. Należy do nich Regionalne Stowarzyszenie Zwolenników Kremacji optujące za najbardziej liberalnymi przepisami dotyczącymi możliwości rozsypywania prochów bez konieczności wykupienia miejsca na cmentarzu i sieciowa firma propagująca planowanie i ubezpieczenie pogrzebu. Zmiany są wspomagane przez procesy globalizacji i ekonomizacji śmierci. Wyłonienie się prywatnych zakładów i prywatyzacja komunalnych przedsiębiorstw wpływa na konkurencyjność i standard usług. Globalizacja przyczynia się do modernizacji, komercjalizacji i estetyzacji w kulturze pochówku. Nowe pokolenie obecnych dwudziestoparolatków może w znaczący sposób zmienić oblicze polskiego pogrzebu, w kierunku częstszych kremacji, większego udziału świeckich pochówków oraz planowania pogrzebu i (zwłaszcza po likwidacji zasiłku) ubezpieczania się na pogrzeb. O ile obecnie dominuje konformistyczna postawa wypełniania kulturowego skryptu tradycyjnego rytuału przejścia, to następne pokolenia, będące dziećmi kultury ponowoczesnej, staną się autorytetem, który może selektywnie wybierać elementy tradycyjnych dróg do śmierci i wprowadzać nienormatywne indywidualne rytę.

BIBLIOGRAFIA

- Baudrillard Jean. 2007. *Wymiana symboliczna i śmierć*. Warszawa: Sic!
- Bell Daniel. 1994. *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*. Warszawa: PWN.
- Berger Peter. 1997. *Święty baldachim. Elementy socjologicznej teorii religii*. Kraków: Nomos.
- Borowik Irena. 1997. *Procesy instytucjonalizacji i prywatyzacji religii w powojennej Polsce*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Durkheim Émile. 1990. *Elementarne formy życia religijnego*. Warszawa: PWN.
- Gennep Arnold van. 2006. *Obrzędy przejścia*. Warszawa: PIW.
- Goffman Erving. 2007. *Piętno*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Goffman Erving. 2008. *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa: Aletheia.
- Howarth Glennys. 1993. *Investigating deathwork: a personal account*. W: D. Clark (red.), *The Sociology of Death: Theory, Culture, Practice*. Oxford: Blackwell, s. 221–237.
- Howarth Glennys. 1996. *Last Rites. The Work of the Modern Funeral Director*. New York: Baywood Publishing Company.

- Kaufmann Jean Claude. 2010. *Wywiad rozumiejący*. Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Kolasińska Elżbieta. 2011. *Kompetencje a rynek pracy i struktura społeczna*. „Acta Universitatis Lodzensis Folia Sociologica” 38: 91–103.
- Kubiak Anna. E. *Delicje i lewa ręka Kryszny*. Warszawa: IFiS PAN.
- Kubiak Anna. E. 2015. *Pogrzeby to nasze życie*. Warszawa: IFiS PAN.
- Ostrowska Antonina. 1997. *Śmierć w doświadczeniu jednostki i społeczeństwa*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Lofland John, Snow David A., Anderson Leon, Lofland Lyn. H. 2009. *Analiza układów społecznych*. Warszawa: Scholar.
- Ołędzki Jacek. 1991. *Murzynowo. Znaki istnienia i tożsamości kulturalnej mieszkańców wioski nadwiślańskiej XVIII–XX w.* Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Sanders George. 2009. 'Late' capital: Amusement and contradiction in the contemporary funeral industry. „Critical Sociology” 35: 447–470.
- Turner Victor V. i Bruner Edward M. 1986. *The Anthropology of Experience*. Chicago: University of Illinois Press.
- Walter Tony. 2005. *Three ways to arrange a funeral: Mortuary variation in the modern West*. „Mortality” 10(3): 173–192.