

Paweł Wyborski

## O twórczym aspekcie konsumpcji – „Konsumpcja rękodzielnicza” i jej (około) kulinarny potencjał

### Wprowadzenie

W klasycznym *Spółeczeństwie konsumpcyjnym* Jean Baudrillard<sup>1</sup> gorzko konstatuje:

„Żyjemy w czasie przedmiotów: (...) żyjemy w ich tempie, w rytmie ich nieustannego następstwa. Dzisiaj to my jesteśmy świadkami ich narodzin, dojrzewania i śmierci, podczas gdy w obrębie wszystkich poprzednich cywilizacji to zwyciężające czas przedmioty, narzędzia i pomniki trwały dłużej niż kolejne ludzkie pokolenia”.

Zygmunt Bauman<sup>2</sup> z kolei, pochylając się nad kondycją współczesnego konsumenta- poszukiwacza tożsamości, dopowie:

„Historię każdej tożsamości odmierzają wysypiska śmieci, na które codziennie, jedno po drugim, trafiają rzeczy jeszcze przedwczoraj niezbędne, które nie dalej jak wczoraj stały się dla nas nieznośnym ciężarem”.

Pesymizm powyższych wypowiedzi nie musi udzielać się wszystkim podejmującym tematykę konsumpcji. Można nawet zupełnie słusznie stwierdzić, że zbyt jednostronnie oddaje złożoność sieci i relacji, w jakie uwikłani zostają zarówno współcześni konsumenci, jak i konsumowane/wybrane przez nich dobra i produkty. Można także założyć, że takie ujęcie konsumpcji jest jedynie jedną z możliwych wariacji w socjologiczno-antropologicznej refleksji nad

<sup>1</sup> J. Baudrillard, *Spółeczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*, przeł. S. Królak, Wydawnictwo Sic!, Warszawa 2002, s. 8.

<sup>2</sup> Z. Bauman, *Płynne życie*, przeł. T. Kunz, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007, s. 55.

kondycją współczesnej kultury, bynajmniej niewyczerpującą swoistości zjawisk konsumowania.

Tematem niniejszego szkicu jest znacznie mniej dostrzegalny w literaturze przedmiotu wątek konsumpcji twórczej, podkreślający aktywną rolę konsumenta w procesie konsumowania, manifestującą się w przekształcaniu konsumowanych dóbr. Jak zauważył Michel de Certeau<sup>3</sup>:

„Współczesne procedury konsumpcyjne (...), zdają się stanowić przebiegłą sztukę »lokatorów«, wystarczająco przezornych, aby do tekstu stanowiącego prawo przemycić tysiące własnych zmian”.

Twórcza konsumpcja jest wątkiem szerokim i – w kontekście tego szkicu – nie sposób wyczerpująco wskazać jej teoretyczne uzasadnienia i społeczne przejawy. Być może rację mają badacze, którzy wskazują, że nie tyle jest to inne rozumienie konsumpcji, ile pewien trend, sygnalizujący zmiany samego konsumowania, które ma określać w coraz większym stopniu aktywne uczestnictwo konsumentów oraz selektywne zarządzanie własnymi konsumpcyjnymi (estetycznymi) decyzjami<sup>4</sup>.

W kontekście tego szkicu szczególnie interesującym punktem będzie „konsumpcja rękodzielnicza”, której koncept, zaproponowany przez brytyjskiego socjologa Colina Campbella, może stanowić atrakcyjne i empirycznie uchwytne wcielenie konstruktywnej konsumpcji, sprowadzający zjawisko konsumowania z kosmosu abstrakcji i ogólności na ziemię codziennych, obserwowalnych (mikro)praktyk społecznych.

### Konsumuję czy jestem (s)konsumowany? Różne wizje konsumpcji i jej społeczna istotność

Powiedzieć, że zjawisko konsumpcji należy we współczesnej refleksji socjologicznej do tych najbardziej kontrowersyjnych, to wygłosić banał. Różnice zdań, jakie pojawiają się w dyskusji nad fenomenem konsumpcji nie oznaczają jednakże zwykłego technicznego rozstrzygnięcia, jak kwalifikować to zjawisko na gruncie socjologicznej analizy, ale kryją się za nimi znacznie głębsze i poważniejsze rozbieżności co do oceny współczesnej rzeczywistości społeczno-kulturowej oraz statusu działających w niej aktorów.

<sup>3</sup> M. de Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, przeł. K. Thiel-Jańczuk, Wydawnictwo UJ, Kraków 2008, s. XLV.

<sup>4</sup> A. Tomlinson, *Introduction. Consumer culture and the aura of the commodity*, [w:] *Consumption, identity and style*, ed. A. Tomlinson, Routledge, London 1990, s. 1-41. Zob. także A. Fuat Firat, N. Dholakia, *Consuming people. From political economy to theaters of consumption*, Routledge, London 2003.

Znacznie upraszczając, założyć można, że rozważania nad konsumpcją ogniskować się mogą wokół następujących motywów przewodnich.

Po pierwsze – krytyki konsumpcji, często wyrastającej na bazie przekonania o nadmiernym i szkodliwym zapatrzeniu współczesnego człowieka w świat przedmiotów<sup>5</sup>. W konsekwencji, orientacja na dobra konsumpcyjne, zdaniem zwolenników tej perspektywy, doprowadza do urzeczowienia relacji międzyludzkich, tworzy zamaskowane i nieprawdziwe tożsamości oraz ogranicza podmiotowość, rozpościerając przed nią bezduszne widmo alienacji<sup>6</sup>.

Po drugie – w pewnym sensie wokół obrońców konsumpcji oraz ludzkiego zainteresowania rzeczami. Wydaje się jednak słuszne, aby – pomimo z pewnością wielu elementów wspólnych – oba fronty defensywy rozdzielić. Z jednej strony wyodrębnić się bowiem – mniej lub bardziej wyraźnie – nurt przedmiotowy (socjologia przedmiotów, socjologia kultury materialnej), skoncentrowany na nieco innym ujęciu konsumpcji – jako posługiwaniu się rzeczami, nawiązywaniu i podtrzymywaniu relacji z nimi<sup>7</sup>. Tak rozumiana konsumpcja jest zarazem tworzeniem oraz utrzymywaniem zainteresowania i zażyłości z rzeczami i staje się bardziej „życiem z przedmiotami”<sup>8</sup>. Problematyka

<sup>5</sup> Warto podkreślić, że istotą konsumpcji są działania podejmowane przez jednostki wobec dóbr konsumpcyjnych, czyli wobec przedmiotów, produktów czy towarów. Praktyki konsumpcyjne wynikają zatem z istnienia rzeczy oraz specyficznego kontekstu społeczno-kulturowego, w którym są one umieszczone, a który stanowi o ich znaczeniu oraz nadaje sens podejmowanemu wobec nich praktykom. Ponadto zwracanie się na analizy konsumpcji z perspektywy jej obiektu ma istotną zaletę wglądu w faktyczne konsekwencje i znaczenia konsumowanych dóbr. Zob. I. Woodward, *Domestic objects and the taste epiphany. Resource for consumption methodology*, „Journal of Material Culture” 2001, vol. 6(2), s. 115-136; M. Watson, *The materials of consumption*, „Journal of Consumer Culture” 2008, vol. 8(1), s. 5-10; B. Halkier, *Routinisation or reflexivity? Consumers and normative claims for environmental consideration*, [w:] *Ordinary consumption*, eds. A. Warde, J. Gronow, Routledge, London 2001, s. 30; K. Ilmonen, *The use and commitment to goods*, „Journal of Consumer Culture” 2004, vol. 4 (1), s. 28-29.

<sup>6</sup> Por. na przykład Z. Bauman, *Płynne życie*, przeł. T. Kunz, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007; A. Jawłowska, *Tożsamość na sprzedaż*, [w:] *Wokół problemów tożsamości*, red. A. Jawłowska, ISNS UW i Wydawnictwo LTW, Warszawa 2001, s. 51-78; M. Golka, *Przyjemność i zblazowanie*, [w:] *Kultura przyjemności. Rozważania kulturoznawcze*, red. J. Grad i H. Mamzer, Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań 2005, s. 37-56.

<sup>7</sup> Nurt przedmiotowy jest oczywiście niezmiernie zróżnicowany, różne podejścia łączy jednak przekonanie – w socjologii relatywnie słabo dotąd artykułowanej – o ważności obiektów materialnych w konstytuowaniu i reprodukowaniu rzeczywistości społecznej. Zob. M. Krajewski, *Co dziś konsumujemy? Socjologia przedmiotów*, [w:] *Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji kulturowej*, red. A. Jawłowska, M. Kempny, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2005; M. Krajewski, *Ludzie i przedmioty – relacje i motywy przewodnie*, [w:] J. Kowalewski, W. Piasek, M. Śliwa, *Rzeczy i ludzie. Humanistyka wobec materialności*, Instytut Filozofii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2008; T. Dant, *Materiality and society*, Open University Press, Maidenhead 2005; I. Woodward, *Understanding material culture*, Sage, London 2007.

<sup>8</sup> T. Dant, *Kultura materialna w rzeczywistości społecznej*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007, s. 29-50.

społecznego kontekstu kultury materialnej jest oczywiście szersza niż analizy konsumpcji, penetrując różne wątki tematyczne, na przykład relacje z przedmiotami i determinujące je motywy (M. Krajewski), intencjonalnie ukierunkowane interakcje z obiektami (T. Dant)<sup>9</sup> czy przedmioty cyrkulujące między ludźmi, wprawiane w ruch przez społeczne relacje (A. Komter)<sup>10</sup>.

Drugi kierunek obrony konsumpcji z kolei kładzie nacisk na istotność konsumowania w ogóle, wskazując na jego konstruktywne aspekty wobec jednostkowych celów życiowych, zabezpieczanie poczucia sensu istnienia współczesnym konsumentom<sup>11</sup>, jak i optymistycznie wskazuje, że nieodłączną częścią procesów konsumpcyjnych jest twórczość, opór czy selektywność<sup>12</sup>. Rozważanie fenomenu twórczej konsumpcji powinno siłą rzeczy uwzględnić obie dowartościowujące konsumpcję perspektywy, jednakże dla potrzeb tego niewielkiego szkicu, ograniczę się jedynie do zaprezentowania ogólnych ustaleń tego drugiego nurtu obrony konsumpcji, szczególną uwagę jednak poświęcając zasygnalizowanej już Campbellowskiej konsumpcji rękodzielniczej. Zanim to nastąpi warto przyjrzeć się ogólnemu obrazowi konsumowania i jego społecznej istotności, jaki wyłania się z ustaleń brytyjskiego socjologa<sup>13</sup>.

Ustalenia Campbella często bywają traktowane jako zasługujący na wzmiankę, jednakże raczej egzotyczny, czysto idealistyczny sposób obrazowania konsumpcji. Pomija się przy tym niestety specyficzną koncepcję konstrukcji społecznego świata, jaka jest konsekwencją sugestii autora *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Dla Campbella retoryka pragnień jest nie tylko kołem zamachowym konsumenckich wyborów, ale także mechanizmem przemiany społecznego świata. Bezcielesne marzenia i ideały poprzez jednostkowe działania zyskują jednak widzialny materialny wymiar w postaci dążeń do zmiany własnego świata w kierunku wyznaczonym przez logikę pragnień. Konsumpcja tworzy zatem świat zarówno w wymiarze jednostkowym – realizacji celów i marzeń, jak i społecznym, stając się społecznie przepisany mechanizm realizowania pragnień. Campbellowski konsument, napędzany logiką

<sup>9</sup> T. Dant, *Pragmatics' of material interaction*, „Journal of Consumer Culture” 2008, vol. 8 (1), s. 11-33.

<sup>10</sup> A. Komter, *Heirlooms, nikes and bribes: towards a sociology of things*, „Sociology” 2001, vol. 35 (1), s. 59-75.

<sup>11</sup> C. Campbell, *I shop therefore I know that I am: the metaphysical basis for modern consumerism*, [w:] K. M. Ekström, H. Brembeck (eds.), *Elusive consumption*, Berg, Oxford 2004, s. 27-44.

<sup>12</sup> M. de Certeau, *Wynaleźć codzienność. Sztuki działania*, przeł. K. Thiel-Jańczuk, Wydawnictwo UJ, Kraków 2008, s. XXXVI.

<sup>13</sup> C. Campbell, *op. cit.*, s. 27-44; zob. także C. Campbell, *The sociology of consumption*, [w:] D. Miller (ed.), *Acknowledging consumption. A review of new studies*, Routledge, London 1995; C. Campbell, *Consumption and the rhetorics of need and want*, „Journal of Design History” 1998, vol. 11 (3), s. 235-246; M. Krajewski, *Wprowadzenie. Humanista o konsumpcji*, „Kultura Popularna” 2006, nr 4 (18), s. 45, 46.

fantazji i pragnień, to nie postać pasywna, bezwolnie uwikłana w konsumpcyjny kołowrót, ale raczej aktywny poszukiwacz wrażeń, refleksyjnie identyfikujący własne tęsknoty i podejmujący działania, aby pragnienia zaspokoić, a zatem wypracować umożliwiający to kontekst ludzi i przedmiotów. Tym samym konsumpcja pociąga za sobą przebudowę jednostkowej rzeczywistości, a w konsekwencji porządku społecznego, jako że spełnianie marzeń jest tożsame z projektowaniem alternatywnego kontekstu, który umożliwi ich realizację. Konstruktywny wymiar konsumpcji rozciąga się jednak szerzej niż tylko w ramach zakreślonych „śnieniem na jawie” czy retoryką pragnień. Konsumpcja jest bowiem *summa summarum* środkiem usensowienia świata.

Podobnie zabrzmiał głos Daniela Millera<sup>14</sup>. Poprzez akty konsumpcji oraz splecioną z nimi kulturę materialną, jak uważa brytyjski antropolog, jednostki oraz zbiorowości konstruują społeczny świat oraz własne w nim miejsce. Konsumpcja ma tym samym charakter głęboko ludzki, staje się bowiem remedium na totalność i wyalienowanie współczesnego świata towarów, dóbr i usług, dostarczając narzędzi do budowania własnej jednostkowej niepowtarzalności, której gwarantem okazują się określone wybory konsumpcyjne, pozwalające okiełznać brzemię współczesnego rynku towarów. Praktyki konsumpcyjne są zatem ludzkim sposobem radzenia sobie z ciężarem, brakiem czytelności i wyobcowaniem współczesnego świata.

### Konsumuję, czyli produkuję Konsumpcja rękodzielnicza (craft consumption) i jej wybrane kulinarne przejawy

Niezwykle ciekawą formą konsumpcji, wskazaną przez Campbella<sup>15</sup>, posiadającą jednocześnie najbogatszy subiektywny i twórczy komponent, jest tzw. konsumpcja rękodzielnicza (*craft consumption*), która odnosi się do specyficznych praktyk kulturowych, stanowiących zdecydowaną antytezę Baudrillardowskiej konsumpcji pojmowanej jako *niszczenie* i akcentuje konstruktywny charakter konsumpcji w ogóle. Jej specyfika polega na refleksyjnym, często pełnym pasji, zaangażowaniu konsumenta w przygotowanie czy zaaranżowanie obiektu konsumpcji. Konsument posługuje się w tym celu gotowymi elementami, których powtarzalność i typowość zostają przewyżnione, w chwili gdy zestawione zostaną w nowe całości i mocą jednostkowej inwencji, przekształcone

<sup>14</sup> D. Miller, *Consumption as the vanquard of history*, [w:] *Acknowledging consumption. A review of new studies*, ed. D. Miller, Routledge, London 1995, s. 54.

<sup>15</sup> C. Campbell *The craft consumer: culture, craft and consumption in a postmodern society*, „Journal of Consumer Culture” 2005, vol. 5(1), s. 23–42.

– symbolicznie i fizycznie – w nowe jakości, czyli zupełnie inne przedmioty. Konsumpcja *craft* jest zatem czystej formy konsumencką twórczością, wyzwala radość i satysfakcję. Konsumowany produkt najpierw musi zostać wykonany i skonstruowany – i to jest jej warunkiem koniecznym. *Craft consumption* zyskuje współcześnie na znaczeniu, stając się coraz bardziej popularną i widzialną formą konsumpcji, a nawet, jak wieszczy Campbell, może stać się w przyszłości dominującą postacią konsumowania, jako że w pełni wpisuje się w charakter współczesnych strategii estetyzacyjnych. Typowym przykładem jest dla Campbella świat kulinariów – zwyczajnych, gotowych produktów, które wysiłkiem konsumentów zostają przekształcone w potrawę czy posiłek.

Zagadnienie konsumpcji rękodzielniczej w niezwykle ciekawy i atrakcyjny sposób wydaje się łączyć dwie dziedziny współczesnych praktyk kulturowych – sferę konsumpcji oraz sferę kulinariów/praktyk kulinarnych, stanowiąc jednocześnie, jak się wydaje, ciekawe narzędzie do analizy kulinariów i społeczno-kulturowych sposobów ich funkcjonowania. Socjologiczne zainteresowanie zachowaniami kulinarnymi z pewnością wciąż nie nadąża za ogromną karierą tych wątków w rzeczywistości codziennej, jednakże sam problem jedzenia (oraz społecznej egzystencji kulinariów) nie jest już tematem dla socjologii niewidzialnym<sup>16</sup>. Przeciwnie, coraz wyraźniej widać, że współcześnie sfera praktyk kulinarnych staje się dla wielu jednostek w coraz większym stopniu przestrzenią znaczącą, oferującą zróżnicowane możliwości ekspresji stylu życia, przyjemności zmysłowych czy zabawy. Idąc za sugestiami stronników socjologii jedzenia, Alanem Beardsworth i Teresą Keil<sup>17</sup>, zachęcającymi do dostrzegania oraz socjologicznego opisu zróżnicowanego społeczno-kulturowego świata kulinarnych działań, ich materialnych substratów i rezultatów, spróbuję przykroić kategorię konsumpcji rękodzielniczej do specyfiki praktyk kulinarnych.

Abstrahując od dość łatwo narzucających się przykładów związanych z przygotowaniem potraw (i ich w konsekwencji smakowaniem) rozważę, jak w optyce *craft consumption* zakwalifikować można nieco mniej oczywiste (jednak nie mniej interesujące) przykłady z pola socjologii kulinariów, związane przede wszystkim z kontekstem spożywania, czyli pewnym układem elementów, w ramach którego dochodzi do samego aktu konsumowania. Taki warunek spełniać może spożywanie wina, rozpatrując przede wszystkim aspekt współegzystowania wina z innymi artykułami czy przedmiotami, niekoniecznie także

<sup>16</sup> A. Beardsworth, T. Keil, *Sociology on the menu. An invitation to the study of food and society*, Routledge, New York 1997, s. 3–6; W. Wright, G. Middendorf, *Introduction. Fighting over food: change in the agrifood system*, [w:] *The fight over food: producers, consumers, and activists challenge the global food system*, eds. W. Wright, G. Middendorf, The Pennsylvania State University Press, University Park 2008, s. 3.

<sup>17</sup> A. Beardsworth, T. Keil, *op. cit.*, s. 5–6.

do zjedzenia. Co prawda, Campbell nie wspomina bezpośrednio o winie, ale jego przekonanie o ważnej roli praktyk kulinarnych w takiej konsumpcji – estetyczny (czy okołoesetyczny) charakter wina<sup>18</sup> – pozwala podjąć rozważania o możliwości posługiwania się winem w ramach *craft consumption*.

Nasuwa się kilka pytań. Czy w sytuacjach spożywania wina konsumpcji podlega tylko wino<sup>19</sup>? Czy możliwe jest, aby za jego pomocą budować jakiś nowy, szerszy obiekt czy zestaw do skonsumowania (nie mam bynajmniej na myśli tylko potrawy, do której przyrządzenia wino zostanie dodane)? Czy konsumpcja wina może występować w jakichś kompleksowych ramach sytuacyjnych, których skonstruowanie może podpadać pod kategorię konsumpcji rękodzielniczej? Inaczej. Czy, aby móc wino wypić, nie należy wcześniej dokonać twórczej (opartej o kulturowo określone scenariusze) aranżacji sytuacyjnych ram takiej konsumpcji? Każdy z rozważanych wariantów pozostaje mniej lub bardziej zadłużony w Simmlowskiej koncepcji posiłku<sup>20</sup>, akcentującej jego formę i stylizację, uporządkowanie oraz układ rekwizytów.

Wydaje się, że można naszkicować dwa takie warianty.

Pierwsza opcja jest dość intuicyjna i wskazuje na połączenie wina z jedzeniem. Spostrzeżenie, że wino może wymagać towarzystwa jedzenia skłania do rozważenia, czy konsumowane jest wówczas samo wino, czy połączenie wina z jedzeniem, czyli pewna skonstruowana całość. Warto podkreślić, że wino i jedzenie to nie są dwa rozdzielne światy, ale dopełniające się elementy w ramach sytuacji posiłku<sup>21</sup>. Wino jako towarzysz i dopełnienie jedzenia przekształca i stylizuje posiłek. Obok kwestii jedzenia pojawia się problem dopasowania doń wina. Interakcji wina i jedzenia bowiem nie należy jednak

<sup>18</sup> S. Charters, *Wine and society. Social and cultural context of a drink*, Elsevier Butterworth-Heinemann, London 2006, s. 186–189; T. Crane, *Wine as an aesthetic object*, [w:] *Questions of taste: philosophy of wine*, ed. B.C. Smith, Oxford University Press, Oxford 2006, s. 141–155; J. Gronow, *The sociology of taste*, Routledge, London 1997, s. 131–133.

<sup>19</sup> Założenia dotyczące szczególnej oprawy, jaka może cechować sytuacje spożywania wina są konsekwencją zmieniających się wzorów jego konsumpcji (przynajmniej w krajach winiarskich, na przykład we Francji). Istota tych zmian polega na coraz wyraźniejszym odświeżonym charakterze picia wina (przy jednoczesnym spadku ilości wypijanego wina). Wino traci swój zwyczajowy status, w coraz większym stopniu stając się obiektem prestiżowym, wiążącym się z manifestacją stylu życia i dobrego smaku. Zob. M. Demossier, *Consuming wine in France: the 'wandering' drinker and the vin-anomie*, [w:] *Drinking cultures: sites and practices in the production and expression of identity*, ed. T.M. Wilson, Berg Publishers, Oxford 2005, s. 129–154.

<sup>20</sup> G. Simmel, *Socjologia posiłku*, [w:] G. Simmel, *Most i drzewi. Wybór esejsów*, przeł. Małgorzata Łukasiewicz, Oficyna Naukowa, Warszawa 2006, s. 272–282.

<sup>21</sup> S. Charters, *op. cit.*, s. 193–197; M. Demossier, *Contemporary lifestyles: the case of wine*, [w:] *Culinary taste. Consumer behaviour in the international restaurant sector*, ed. E. Butterworth-Heinemann, D. Sloan, London 2004, s. 100; A.H. van Otterloo, *The Dutch and their appetites. Changes in eating habits in the nineteenth and twentieth centuries*, „The Low Countries” 2005, no. 13, s. 32–41.

pozostawić przypadkowi. Przeciwnie. Istnieją przecież drobiazgowo, skrupulatnie formułowane społeczne regulacje orzekające zarówno o właściwych kombinacjach, jak i piętnujące połączenia nietrafne. W konsekwencji można zaryzykować twierdzenie, iż następuje w tym przypadku akt złożenia kilku elementów w jeden obiekt konsumpcji – w wyniku połączenia dwóch (lub więcej) elementów powstaje nowa kulinarna jakość. Jak przyznaje Marion Demossier<sup>22</sup>, konsumenci wina legitymujący się wyższym kapitałem kulturowym są zwykle bardziej skłonni wykorzystywać wino jako twórczy materiał, personalizując je i przekształcając, manipulując nim (jego gatunkami) w taki sposób, aby dokonać oryginalnych połączeń z jedzeniem i atrakcyjnych zestawień smaków. Konsumpcja zostaje zatem poprzedzona pewną formą jednostkowej czy zbiorowej twórczości – dobór wina do jedzenia oraz poszukiwanie optymalnych smakowych połączeń jest w tym sensie taką produkcją – oczywiście pod warunkiem, że mamy do czynienia ze świadomym i wykoncypowanym doborem wina do potrawy (lub odwrotnie). Campbell przyznaje, że właśnie tak przebiegają często akty konsumpcji rękodzielniczej – tworzenie jest umieszczaniem gotowych rzeczy w innym kontekście, co ostatecznie tworzy nowy układ, nową całość<sup>23</sup>.

Druga opcja wydaje się socjologicznie bardziej interesująca, zwłaszcza w kontekście badań nad kulturą materialną i zakłada posługiwanie się winem w kontekście innych przedmiotów, często stanowiących wręcz warunek konieczny spożycia wina<sup>24</sup>. W nieunikniony sposób pojawia się tutaj wyraźna analogia do Simmlowskiego posiłku, jednakże stylizacja sytuacji używania wina nie musi, jak utrzymywał Simmel w przypadku posiłku, wynikać z próby zamaskowania prymitywnego charakteru fizjologicznego aktu spożywania<sup>25</sup>, ale stanowić rezultat oddziaływania samego wina, które jak żaden inny produkt kulinarny, cechuje się swoistym potencjałem „cywilizującym”<sup>26</sup>, dyscyplinując swoich konsumentów i narzucając pewien scenariusz sytuacji konsumpcji, obejmujący porządek określonych przedmiotów i zachowań. Kwestia, czy ten możliwy sprawczy ładunek wina jest wynikiem określonej kulturowej definicji wina, czy na przykład, jak stwierdziłby Marek Krajewski<sup>27</sup>, *predecyzyjności*, jest zagadnieniem niezmiernie interesującym, jednakże w kontekście tego szkicu drugorzędny.

<sup>22</sup> M. Demossier, *op. cit.*, s. 103.

<sup>23</sup> C. Campbell, *op. cit.*, s. 34.

<sup>24</sup> W sensie logicznym, pierwsza z wyróżnionych możliwości zawiera się w tej drugiej, jednak ze względu na pewną specyfikę łączenia wina z jedzeniem, została omówiona jako osobna.

<sup>25</sup> G. Simmel, *op. cit.*, s. 281.

<sup>26</sup> S. Charters, *op. cit.*, s. 176-204; M. Demossier, *op. cit.*

<sup>27</sup> M. Krajewski, *Ludzie i przedmioty – relacje i motywy przewodnie*, [w:] J. Kowalewski, W. Piasek, M. Śliwa, *Rzeczy i ludzie. Humanistyka wobec materialności*, Instytut Filozofii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn 2008.



Konsumpcja wina (czyli relacja z winem) w tym przypadku będzie określona przez porządek czynności i przedmiotów. Oznacza to, że może być zapośredniczoną przez obecność innych przedmiotów, a także podporządkowaną specyficznym regulacjom określającym sposoby ich użytkowania: na przykład dobór odpowiednich kieliszków, temperatura serwowania wina, sposób otwierania butelki, czas otwarcia tej butelki, sposób nalewania, kolejność różnych gatunków wina, sposób podawania z potrawami, a wreszcie – sposoby oceniania wina (co ma znaczenie zwłaszcza w sytuacjach degustacji). Spożycie wina okazuje się zatem wypadkową wielu elementów. Dotyczy to oczywiście takich sytuacji, w których aktorzy zwracać będą szczególną uwagę na dobór rekwizytów oraz szczególną oprawę, w jakiej ma przebiegać spożywanie wina. Pod kategorię *craft consumption*, wydaje się zatem, podpadać będą takie akty konsumpcji, w ramach których wino stanie się elementem układu, zestawu elementów, całej zaaranżowanej oprawy, której nie da się sprowadzić jedynie do otwarcia butelki i wypicia jej zawartości.

Spożywanie wina, Barthesowski *gest ozdobny*<sup>28</sup> jawić się może zatem jako zdarzenie kompleksowe, zaaranżowane i wyposażone w dodatkowe składniki. Odróżnić można w tym sensie wino od sytuacji konsumowania wina, stwierdzając, że istnieją takie style konsumpcji winnej, które cechują się stylizacją i estetyzacją i jako takie pozostaną nieredukowalne do samego wina. Konsumpcja wina odnosić się będzie zatem do całego zestawienia – układu różnych elementów, zintegrowanych w całość, które najpierw trzeba zaprojektować, skonstruować, a potem konsumować. Czyli wypić wino.

Joanna Finkelstein<sup>29</sup>, podkreślając przyjemnościowy i zabawowy aspekt praktyk żywieniowych, zauważa jednocześnie, że współcześnie, w dobie zestandaryzowanych, przewidywalnych gotowych potraw w świat kulinarnych doświadczeń wkrada się nuda. Kulinarne wcielenia *craft consumption* wydają się jednak takie zagrożenie znacząco oddalać – wszak taka forma konsumpcji nie kończy się na gotowych, kupionych produktach, ale w tym miejscu dopiero zaczyna, bo jak wiadomo, jej istotą jest przekształcanie przewidywalnych składników w nowe, niepowtarzalne kulinarne formy (dania). Kategoria konsumpcji rękodzielniczej w ogóle sugeruje, aby na sytuacje kulinarne spoglądać jako na zestawy dóbr, przetwarzane i modelowane, zestawiane w całości, których nie da się już sprowadzić do sumy składników. W tym sensie nie tylko należy traktować potrawę jako nowy jakościowo twór złożony z przetworzonych składników, ale szukać takiej całości o szczybel wyżej – w całej sytuacji (formie) spożywania. Wydaje się, że warto w takim kontekście pokusić się o rozważenie posiłku jako pewnej stylistycznej całości. *Craft consumption*,

<sup>28</sup> R. Barthes, *Mitologie*, przeł. A. Dziadek, Wydawnictwo KR, Warszawa 2000, s. 104.

<sup>29</sup> Joanne Finkelstein, *The taste of boredom. McDonaldization and Australian food culture*, „American Behavioral Scientist” 2003, vol. 47, no. 2 (s. 187–200), s. 198, 199.

jak przyznaje Campbell, jest w oczywisty sposób pewną formą estetyzacji, zupełnie zasadnie zatem możemy poprzez jej pryzmat przyglądać się estetycznej sytuacji spożywania posiłku. Zestawiając zatem pomysły Campbella z niezmiernie inspirującymi rozważaniami Simmla, można zasadnie założyć, że konsumować na rękodzielniczą modłę to w przypadku kulinariów także wpadać w obręb estetycznych ram kreślących sytuację posiłku.

W ujęciu Simmla<sup>30</sup> piękno posiłku nie ma wiele wspólnego z doznaniem smakowymi. Estetyczny aspekt posiłku nie jest pochodną harmonii smaków, zapachów czy doznań wzrokowych, ale konsekwencją uzgodnienia czynności zaspokajania głodu w formę społecznej interakcji, wyrastającą z towarzyskości, określoną regułami postępowania (zachowania przy stole) oraz dyscyplinującym reżimem przedmiotów (naczynia, sztucce i ich sposób ułożenia są także nośnikiem formy spożywania oraz doprowadzają do strukturyzacji i stylizacji sytuacji jedzenia). Posiłek staje się zdarzeniem społecznym wtedy, gdy odrywa się od swojego celu, transcenduje swój praktyczny kontekst i przestaje oznaczać wyłącznie jedzenie, a przekształca się w formę społeczną, której zasadniczą cechą jest regulacja oraz stylizacja wykonywanych przez uczestników czynności.

Należy jednak koniecznie dopowiedzieć, że obraz współczesnego jedzenia nie jest już tak ascetycznie wyprany z możliwości doznań smakowych, jak w przypadku Simmlowskiej wizji estetyki posiłku. Zarówno jedzenie samo w sobie zyskało poważniejszy status we współczesnej kulturze, jak i coraz większą wagę przykładają do tych rejonów zmysłowego doświadczenia (zapach, smak, dotyk), które dotąd skazane były na marginalizację ze strony wszechwładnego „wzrokocentryzmu”<sup>31</sup>. Z pewnością warto zatem rozważyć, jak kulinarne akty konsumpcji rękodzielniczej zyskują nowy ciekawy wymiar, stając się jednocześnie celebrawą formy, towarzyskości oraz doznań zmysłowych (smakowych).

## Konkluzja

Doniosłość socjologicznych rozważań nad konsumpcją nie budzi wątpliwości – w dzisiejszej, jak określiłby to Marek Krajewski<sup>32</sup>, spopularyzowanej rzeczywistości, konsumpcja stała się bowiem naczelnym mechanizmem organizującym i napędzającym społeczne praktyki. Rozważania nad fenomenem konsumpcji

<sup>30</sup> G. Simmel, *op.cit.*, s. 281; J. Gronow, *op. cit.*, s. 135-139.

<sup>31</sup> Zob. także C. Classen, D. Howes, *The museum as sensescape: Western sensibilities and indigenous artifacts*, [w:] *Sensible objects: colonialism, museums and material culture*, (eds.) E. Edwards, C. Gosden, R.B. Philips, Berg, Oxford 2006, (s. 199-222), s. 199, 200; C. Classen, D. Howes, A. Synnott, *Aroma: the cultural history of smell*, Routledge, London 1994, s. 25; M. Herzfeld, *Antropologia. Praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie*, przeł. M. M. Piechaczek, Wydawnictwo UJ, Kraków 2004, s. 331-349.

<sup>32</sup> M. Krajewski, *Kultury kultury popularnej*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2003, s. 90-93.

w coraz większym stopniu powinny ukierunkowywać się na wątek twórczego aspektu konsumowania. Konsumpcja, a w ślad za nią także drugi z istotnych mechanizmów kreślących specyfikę współczesności – kultura popularna – nie powinny być dłużej traktowane jako „dziki z antypodów”, czyli jak jakiś zewnętrzny, narzucony twór, psujący dobre obyczaje oraz nakładający na praktyki kulturowe maskę nieautentyczności, ale jako pełnoprawny uczestnik społeczno-kulturowej rzeczywistości, jeden z podstawowych filtrów, który porządkuje i definiuje doświadczenia aktorów społecznych oraz ukierunkowuje ich dążenia. Taką obietnicę, wydaje się, składa zróżnicowany nurt socjologicznych dociekań nad kulturą materialną, które co prawda nie były głównym motywem niniejszego tekstu, jednakże w kontekście problemu dowartościowania konsumpcji należy ustalenia tego kierunku z pewnością odnotować.

Szczególnie przydatnym aspektem konstruktywnego konsumowania jest koncepcja konsumpcji rękodzielniczej, która wydaje się ciekawą kategorią analityczną do empirycznych analiz praktyk konsumpcyjnych. Ważność *craft consumption* polega na tym, że zwraca uwagę zarówno na materialność aktów konsumpcji, jak i na subiektywny potencjał działań określających praktyki konsumpcyjne, zmieniający jakości i znaczenia konsumowanych dóbr. W konsekwencji konsumpcja rękodzielnicza okazuje się konsumpcją-produkcją, podkreślając jednocześnie szeroki aspekt konsumowania, obejmujący koncipowanie, aranżowanie, stylizację, wykonywanie, pasję oraz wynikającą z tych czynności satysfakcję.

Kategoria *craft consumption* wydaje się także szczególnie cenna w eksploracji rzeczywistości kulinarnej, ponieważ zwracając uwagę na przygotowywanie (gotowanie), dobór składników, sposób podawania czy wreszcie degustowanie, akcentuje wieloaspektowość sytuacji spożywania, które okazuje się nie tylko smakowaniem, ale także, by dopowiedzieć za Antoine Hennion<sup>33</sup>, tego smaku *wykonywaniem*. Konsekwencją zatrudnienia *craft consumption* do refleksji nad rzeczywistością kulinarną jest dodatkowo uświadomienie znaczenia całego kontekstu sytuacji jedzenia, utrzymującego praktyki spożywania w ryzach wystylizowanej społecznej formy posiłku. Współczesne nawyki jedzeniowe nie układają się zatem w tak pośpiesznie jednostronny obraz, jaki kreśli Zygmunt Bauman<sup>34</sup>, obwieszczając zanik społecznej oprawy jedzenia i triumf samotniczej konsumpcji fast foodów. Przeciwnie, przypominają raczej mozaikę niepowtarzalnych treści znaczących zindywidualizowanymi aktami twórczej konsumpcji rękodzielniczej.

<sup>33</sup> A. Hennion, *Those things that hold us together: taste and sociology* „Cultural Sociology” 2008, vol. 1(1), (s. 97-114), s. 98.

<sup>34</sup> Z. Bauman, *Konsumowanie życia*, przeł. M. Wyrwas-Wiśniewska, Wydawnictwo UJ, Kraków 2009, s. 86.

Ponadto, koncepcja *craft consumption* zdaje się otwierać okno, przez które podglądać można (ale i starać się rozumieć) zróżnicowane i skomplikowane strategie estetyzowania codzienności. Warto o tym pamiętać, zwłaszcza że, by powtórzyć za Simmlem i jego kontynuatorami, zagadnienia formy czy estetycznego stylu mogą stanowić kluczowe wątki dla rozumienia społecznej rzeczywistości<sup>35</sup>.

### The Creative Aspect of Consumption – ‘Craft Consumption’ and Its (‘Circum’)Culinary Potential (Abstract)

The article deals with the question of creative consumption. Starting with some selected concepts of consumption, I focus mainly on those emphasizing creative features of consuming (Colin Campbell, Daniel Miller, Michel de Certeau). When discussing contemporary consumer choices, it is in my opinion particularly important to make use of Campbell's notion of *craft consumption*. I argue that Campbell's proposal appears to be a useful tool in analyzing contemporary foodways and culinary practices. Moreover, the culinary aspect of craft consumption draws attention to a wider context of the eating situation (and its stylization), properly corresponding to the Simmelian idea of a meal.

### Streszczenie

Artykuł podejmuje problematykę twórczej konsumpcji, zakładającej uczestnictwo i zaangażowanie konsumentów w przekształcanie konsumowanych dóbr. Punktem wyjścia rozważań są wybrane koncepcje konsumpcji, jednak główny nacisk położony jest na takie jej rozumienia, które podkreślają konstruktywne walory konsumowania (Colin Campbell, Daniel Miller, Michel de Certeau). Jako szczególnie istotna wskazana jest Campbellowska koncepcja „konsumpcji rękodzielniczej” (*craft consumption*), która z kolei zostaje wykorzystana do rozważań nad niektórymi aspektami socjologii jedzenia/kulinariów. Znaczenie konsumpcji rękodzielniczej w analizie rzeczywistości kulinarnej jest wsparte ustaleniami Georga Simmla, którego klasyczna koncepcja posiłku okazuje się zasadnym i ciekawym uzupełnieniem rozważań nad kulinarnymi wcieleniami *craft consumption*.

<sup>35</sup> E. de la Fuente, *On the promise of a sociological aesthetics: from Georg Simmel to Michel Maffesoli*, dokument internetowy, 2009, [www.aesculit.cn/article/2009/01/09/1042.html](http://www.aesculit.cn/article/2009/01/09/1042.html).