

SOCIAL FUNCTIONS OF FOOD IN A LARGE MULTICULTURAL CITY ON THE EXAMPLE OF FOODIES CULTURE. THEORETICAL PERSPECTIVES

SPOŁECZNE FUNKCJE JEDZENIA W DUŻYM WIELOKULTUROWYM MIEŚCIE NA PRZYKŁADZIE FANÓW JEDZENIA I GOTOWANIA. PERSPEKTYWY TEORETYCZNE

ABSTRACT

This article discusses several theoretical perspectives that can be analyzed in the urban culture of foodies and cooking fans. These are approaches that treat food as communication, primarily communication of status and class position within the difficult-to-grasp stratification of postmodern societies (Bourdieu, Johnson, and Bauman). The second perspective is the analysis of food-related activities as work and knowledge that make up the postmodern identity (Solier).

STRESZCZENIE

Artykuł omawia kilka perspektyw teoretycznych, w ramach których może być analizowana miejska kultura fanów jedzenia i gotowania (ang. *foodies*). Są to przede wszystkim podejścia traktujące jedzenie jako komunikację, głównie komunikację statusu i pozycji klasowej w ramach trudno uchwytnej stratyfikacji społeczeństw ponowoczesnych (Bourdieu, Johnson i Bauman). Drugą perspektywą jest analiza aktywności związanych z jedzeniem jako pracy i wiedzy tworzących ponowoczesną tożsamość (Solier).

KEYWORDS: *food studies, communication, distinction, leisure*

SŁOWA KLUCZOWE: *społeczne i kulturowe aspekty jedzenia, komunikacja, dystynkcja, czas wolny*

WPROWADZENIE

W ciągu ostatnich pięciu lat w Polsce (i co najmniej od 10 lat w krajach Zachodu) można zaobserwować zjawisko coraz większego zainteresowania jedzeniem i gotowaniem. Z czynności przyziemnej i spychanej za kulisy jedzenie i gotowanie stają się tematem obecnym w życiu publicznym i mediach, modnym, dyskutowanym, budzącym kontrowersje, zaangażowanym politycznie i związanym z coraz większymi pieniędzmi, a w związku z tym przyciągającym także coraz większe zainteresowanie badaczy z różnych nurtów nauk społecznych.

Spośród licznych przejawów tego zjawiska moje szczególne zainteresowanie wzbudziła grupa szczególnie aktywnych fanów jedzenia i gotowania, zwanych w mediach i literaturze *foodies* (z braku polskiego odpowiednika będę posługiwał się tym określeniem). Są to osoby, dla których jedzenie stanowi centralną aktywność życiową, jednak nie jest to w większości przypadków zaangażowanie profesjonalne, tylko hobby i pasja realizowane po pracy albo przy okazji pracy, która nie jest bezpośrednio związana z jedzeniem. Niemniej jednak to właśnie ta hobbystyczna działalność jest dla uczestników tej grupy istotniejsza, jeśli chodzi o tożsamość i określenie swojego miejsca w świecie, niż życie zawodowe.

Ze względu na rozległy charakter kultury *foodies* i nieostre granice tej grupy objąłem badaniem reprezentantów spełniających szereg specyficznych kryteriów, spośród których najważniejszym jest wkład w poszerzanie wiedzy o jedzeniu. Znalazły się tu więc zarówno osoby publikujące w profesjonalnych mediach, jak i prowadzące swoje blogi, kanały z filmami, regularnie aktywne w serwisach społecznościowych. W badaniu skupiłem się przede wszystkim na tym, jakiego rodzaju potrzeby społeczne zaspokaja jedzenie u tej grupy.

Jedzenie dla człowieka jest czymś więcej niż odżywianie się zwierząt. Ponieważ człowiek nie tylko poluje i zbiera, ale także celowo hoduje i uprawia żywność, jest ona dostępna nie tylko w czasie, gdy je. Przetwarza się ją, gromadzi, rozdziela oraz poddaje innym procesom, z których każdy posiada jakieś społeczne tło, które nadaje żywności innego znaczenia niż tylko odżywcze. Od zaranja dziejów wokół jedzenia tworzy się bogaty kontekst społeczny i kulturowy obejmujący wszystkie poziomy od życia codziennego i relacji rodzinnych po globalną politykę.

Jako codzienna, podtrzymująca nasze funkcje życiowe aktywność, doświadczenia spożywania pokarmów ujawniają złożone relacje pomiędzy jedzeniem a społeczeństwem, obejmujące materialne i symboliczne aspekty kultury (Lévi Strauss, 1964; Douglas, 1966; Fischler, 1980; Beardsworth & Keil, 1997). Jako obciążone wartościami kulturowymi jedzenie staje się centralnym znacznikiem tożsamości, określającym osobowość, klasę społeczną, styl życia, role i relacje między płciami, od rodziny do społeczności i grup etnicznych lub narodowości, zmieniając się przez czas i miejsce. Żywność jest soczewką do analizy porządku społecznego, zmian historycznych, władzy i polityki.

Jeśli myślimy o pionierskich pracach analizujących jedzenie z tej perspektywy, należy wymienić omawiane w dalszej części artykułu analizy P. Bourdieu o smakach klas społecznych (1979). Jednak książką, która naprawdę stanowiła punkt zwrotny dla subdyscypliny, jaką są *food studies*, jest *Cooking, cuisine, and class; A study in comparative sociology* (1982) J. Godoyego o relacjach między kuchnią a klasą w Afryce Zachodniej. Na podstawie swoich badań kultur Afryki zadał sobie pytanie, dlaczego, w przeciwieństwie do innych części świata, nie pojawiła się tam oddzielna kuchnia wysoka (fr. *haute cuisine*). Analizując historyczne społeczeństwa od Egiptu faraonów po Europę u progu ery nowoczesnej, powiązał różnice w przygotowywaniu i konsumpcji żywności, które pojawiały się w tych społeczeństwach, z ich gospodarczą i społeczną strukturą, szczególnie odnośnie sposobów produkcji i komunikacji.

Ogromny wkład do badań z dziedziny *food studies* wniósł S. Mintz swoim klasycznym tekstem pt. *Sweetnes and power* na temat cukru, współczesności i kolonializmu (1985) oraz A. Appadurai swoimi badaniami obejmującymi związki nacjonalizmu i kuchni (1988). Ten ostatni autor świetnie podsumował tę wielorakość perspektyw, pisząc: „Jedzenie stanowi zadziwiająco plastyczny rodzaj zbiorowej reprezentacji. W swoich różnych formach, kontekstach i funkcjach może sygnalizować miejsce w szeregu i rywalizację, solidarność i wspólnotę, tożsamość albo wykluczenie i bliskość lub dystans” (Appadurai, 1981, s. 22).

Podstawową funkcją jedzenia, jaką można tu wskazać, jest funkcja komunikacyjna. Na podstawie tekstów badaczy zajmujących się społecznymi i kul-

turowymi aspektami jedzenia, przede wszystkim R. Barthesa, M. Douglasa i C. Levi Straussa, można wyróżnić cały szereg podejść i rozumienia komunikacyjnej funkcji jedzenia, traktowania go jako rodzaju języka, za pomocą którego przekazywane są różne treści społeczne.

Ponieważ, zgodnie z dewizą szkoły z Palo Alto, nie można się nie komunikować, jedzenie (zdobywanie, przygotowywanie żywności, konsumpcja, dzielenie się i wszystko, co jest z tym związane), jak każde ludzkie działanie, ma także wymiar komunikacyjny. Istnieje kilka klasycznych rozważań dotyczących komunikacyjnego aspektu jedzenia. Jednym z ważniejszych i stricte semantycznych jest tekst R. Barthesa (Barthes, 2008) pt. *W kierunku psychosocjologii współczesnej konsumpcji żywności*. W tekście tym Barthes opisuje jedzenie jako złożony system komunikacji posiadający wiele cech języka, który w innej swojej pracy określa wręcz mianem języka jedzeniowego (fr. *langue alimentaire*). W innym tekście na ten temat Barthes stwierdza: „Bez wątpienia jedzenie jest więc, mówiąc antropologicznie, pierwszą potrzebą, ale odkąd człowiek przestał żywić się dzikimi jagodami, ta potrzeba jest silnie strukturalizowana. Składniki, techniki przygotowywania, obyczaje, wszystko stało się częścią systemu różnic w znaczeniu, a gdy już do tego doszło, zaczęliśmy mieć do czynienia z komunikacją za pomocą jedzenia” (Barthes, 1961, s. 20). Komunikacja ta ma jak najbardziej zewnętrzniony i intersubiektywny charakter, ponieważ „fakt istnienia takiej komunikacji jest udowodniony nie poprzez bardziej lub mniej mglistą świadomość, jaką mogą mieć jej użytkownicy, ale poprzez łatwość, z jaką wszystkie fakty dotyczące jedzenia formują strukturę analogiczną do innych systemów komunikacji” (Barthes, 1961, s. 20). Podstawowym założeniem, jakie czyni Barthes, jest oderwanie się jedzenia i innych dóbr oraz praktyk konsumpcyjnych od ich realnej natury. Jak pisze: „Ludzie mogą wierzyć, że jedzenie jest bezpośrednią rzeczywistością (koniecznością bądź przyjemnością), ale to nie przeszkadza mu być nośnikiem systemu komunikacji” (Barthes, 1961, s. 21).

Celem rozkodowania i odczytania kodów jedzeniowych jest wyznaczenie i analiza ich elementów składowych i odpowiedź na pytanie, co jest jednostkami tworzącymi system jedzenia. „Aby się tego dowiedzieć – pisze Barthes – trzeba oczywiście zacząć od kompletnego zinventaryzowania wszystkiego, co wiemy o jedzeniu w danym społeczeństwie (produkty, techniki, zwyczaje),

a następnie poddanie tych czynników temu, co lingwiści nazywają analizą transformacyjną, to znaczy obserwować czy przejścia od jednego faktu do drugiego powodują zmiany znaczenia” (Barthes, 1961, s. 22).

Aby zilustrować ten proces, Barthes podaje przykład społecznego znaczenia zmiany spożycia pieczywa ze zwykłego na bardziej wyrafinowane i pokazuje, że niektóre takie zmiany mogą być ważne, a inne nieistotne i uwypuklające tylko indywidualne smaki. Zbierając tego typu informacje, możemy stworzyć kompendium takich różnic, a co za tym idzie – opracować „gramatykę jedzenia”.

Następnie Barthes zwraca uwagę na brak bezpośredniego związku tego systemu znaczeń z ekonomią, natomiast sugeruje silny związek z podziałami klasowymi (przykład: preferencja dla smaków słodkich w niższych klasach i gorzkich w wyższych) oraz potencjał psychoanalityczny, którym nie będę się tutaj zajmował, ale który stanowi niewątpliwie interesujące pole rozważań.

Używa wręcz terminu „duch jedzenia”. Chodzi o to, że spójny zespół cech i zwyczajów jedzeniowych może stworzyć złożony, ale różnorodny system nadawania znaczeń. Dominującą właściwość, ale zbyt wąską przy definiowaniu ogólnego systemu smaków i nawyków. Ten „duch” zbiera różne jednostki, tworząc złożoną całość z jednym znaczeniem.

Stosując analogię do języka, Barthes postuluje używanie tak stworzonych jednostek do odkodowywania systemów synkretycznych (menu) i stylów (diety) w sposób semantyczny.

Inne spojrzenie na komunikacyjną funkcję jedzenia prezentują teorie strukturalistyczne. Analizują one pokarmy jako symbole, za pomocą których konstruuje się pewien kulturowy porządek świata. Dlatego np. tabu pokarmowe nie muszą koniecznie mieć racjonalnego wyjaśnienia, wystarczy, że poprzez wykluczenie pewnych pokarmów tworzą i manifestują wymyśloną strukturę. Różne kryteria służą klasyfikacji produktów. Jeśli jakiś rodzaj potraw nie spełnia kryteriów, a zatem nie pasuje do żadnej kategorii klasyfikacji, wtedy społeczność nakłada na nią tabu (Levi Strauss, 1969). Jednym z najbardziej znanych ujęć tego rodzaju jest opisany przez M. Douglas (Douglas, 2003), występujący w każdej kulturze podział pokarmów na „czyste” (jadalne) i „nieczyste” (zakazane), na święte (w pewnych okolicznościach jadalne, w innych zakazane) i zwyczajne (jadalne, niezależnie od okoliczności).

Edmund Leach zwrócił uwagę na inne symboliczne kryteria, przede wszystkim kryterium bliskości/obcości stosowane przy określaniu jadalności zwierząt, zgodnie z którym za niejadalne uznawane są zwierzęta, które albo uważa się za bardzo bliskie człowiekowi, albo za bardzo obce (dlatego z jednej strony nie jemy psów i kotów, a z drugiej – owadów i gadów). Ujęcie to opiera się na analogii do reguł zawierania małżeństw: z jednej strony silne tabu dotyczące związków osób blisko spokrewnionych, a z drugiej – reguły zakazujące mezaliansu, czyli małżeństwa osób z odległych klas społecznych albo „obcych” kulturowo (Leach, 1973)¹.

W ramach tej funkcji komunikacyjnej najbardziej wyróżnia się manifestowanie statusu i pozycji klasowej. Za szczególnie użyteczną perspektywę uznałem koncepcję P. Bourdieu, który jedzenie i ogólnie smak estetyczny traktuje jako czynnik wyznaczający przynależność do określonej klasy społecznej.

Bourdieu opisał, w jaki sposób w nowoczesnym społeczeństwie podziały klasowe są równocześnie utrzymywane i ukrywane. Posłużył się przede wszystkim pojęciem smaku, co, zwłaszcza u Francuza, mogłoby zapowiadać skupienie się na praktykach jedzeniowych. Tak jednak nie jest i *judgement of taste* (w oryginale francuskim jest tylko *judgement*, zaś polski przekład rozwija to określenie jako „władzę sądzenia”) dotyczy przede wszystkim smaku estetycznego, szczególnie w odniesieniu do sztuki nowoczesnej. Jednak mechanizm dyskretnego wyróżniania się poprzez smak jest wspólny także dla innych wycinków struktury społecznej, które Bourdieu określa jako „pola”, w tym dla wyrafinowanej gastronomii (fr. *gourmet*).

Szczególnie interesujące wydaje mi się ujęcie pola jako oddzielonej przestrzeni społecznej, na której rozgrywa się większa część rytuałów (zrytualizowanych praktyk) związanych z manifestowaniem statusu. Wprowadzone przez Bourdieu pojęcia stawki (Bourdieu, 2001), czyli specyficzne dla konkretnego pola cele, które zostają przez uczestników gry uznane za szczególnie ważne i godne rywalizacji, to przeświadczenie o istotności konkretnych stawek (fr. *ilusio*). Mogą one mieć charakter konkretny, jasno i w miarę precyzyjnie określony, jak np. pieniądze w przypadku pól biznesowych, funkcje i godności w przypadku pola władzy politycznej, tytuły i nagrody w polach produkcji kulturowej. Mogą być też rozmyte, trudne do jednoznacznego usta-

lenia i częściowo niejawne dla szerszych kręgów, zwłaszcza osób spoza pola. Są to np.: uznanie i prestiż środowiskowy, niekoniecznie wyrażone tytułami, dochodami czy innymi zobiektywizowanymi czynnikami, władza polityczna znacznie większa, niż wskazywałyby na to piastowane funkcje czy oficjalnie przypisane kompetencje, potencjał inwestycji nieproporcjonalny do jej monetarnej wartości. Ta druga kategoria ma charakter kluczowy i pierwotny, zobiektywizowane stawki są finalnym (i nie zawsze koniecznym) efektem. Jest ona ściśle powiązana z habitusem, czyli pewnym utajonym i trudno uchwytnym potencjałem jednostek do uczestnictwa w grze, określanym potocznie, w zależności od kontekstu, jako talent, inteligencja i pomysłowość, spryt i zaradność, zmysł biznesowy, instynkt polityczny itp. (takie stawki przenikają się: prestiżowa nagroda za osiągnięcia w dziedzinie nauki albo sztuki może mieć także istotny wymiar finansowy, potwierdzony tytułami i nagrodami status artysty przekłada się na cenę dzieł sztuki, których jest autorem, sama cena, jaką osiągają dzieła sztuki, może być jedynym i wystarczającym dowodem uznania statusu artysty, który je tworzy, pieniądze dają biznesmeni możliwość wpływania na władzę polityczną oraz decyzje osób i gremiów przyznających nagrody i tytuły).

Z tej perspektywy badają je Johnson i Bauman w książce pt. *Foodies. Democracy and distinction in the gourmet foodscape*. Analizując teksty pism kulinarnych i wywiady z amerykańskimi *foodies*, szukają napięcia pomiędzy deklarowaną otwartością na każde jedzenie („wszystkożernością”) i faktycznym wykluczeniem a preferowaniem pewnych pokarmów i praktyk jedzeniowych w celu zasygnalizowania swojego statusu bez ostentacji i popadania w snobizm. Czynią to jednak w ten sposób, by komunikat ten został odebrany i prawidłowo rozkodowany przez innych graczy w obrębie pola, a pośrednio przez całe społeczeństwo.

Bauman i Johnson pisząc o *foodies* i ich poszukiwaniu autentyczności oraz egzotyki w praktykach kulinarnych, dostrzegają w takich staraniach zarówno podejście zdystansowane (w ramach którego obserwatorzy z klas wyższych zachowują swój klasowy dystans i dystynkcje oraz wyraźnie podkreślają granicę dzielącą ich od klas niższych), jak i zaangażowane (oznacza „głębszy” i „bardziej autentyczny” kontakt, w toku którego klasowa różnica zostaje czasowo zawieszona, a bywa, że trwale zatarta) i za najciekawsze uznają napięcie,

jakie między nimi powstaje. Klasyczny snobizm i ostentacyjne podkreślanie różnic klasowych poprzez jedzenie kosztownych, niedostępnych ogółowi produktów i potraw postrzegają z jednej strony jako nieakceptowane praktyki w naszych czasach, które na piedestale stawiają demokrację i egalitaryzm. Z drugiej strony ta oficjalna ideologia jest jednak w dużym stopniu ukrywaniem wciąż faktycznie istniejących podziałów klasowych, które w związku z tym są manifestowane w inny, akceptowalny sposób. „Kultura foodies nie jest prostą historią snobizmu albo kulturowego wyzwolenia. Jej fundament stanowi napięcie pomiędzy ciągłymi dążeniami do demokratycznej inkluzji a potrzebą stworzenia granic wykluczenia, dystynkcji i społecznego statusu” (Johnston, Baumann, 2010, s. 106).

Jednak już pobieżne zapoznanie się ze środowiskiem *foodies* pokazuje, że proste wyznaczanie statusu poprzez bezpośrednie manifestowanie kapitału materialnego (drogie jedzenie, na które nie każdy może sobie pozwolić) i kulturowego (wiedza o rzadkich daniach i składnikach, umiejętność zachowania się przy stole w drogiej restauracji itp.) nie wyjaśnia wszystkich aktywności rozwiniętych wokół jedzenia przez tę grupę w kontekście miejsca, które jej przedstawiciele zajmują w strukturze i hierarchii społeczeństwa.

Z pomocą przychodzą tu teorie ponowoczesne, zwłaszcza koncepcja nowej *leisure class* (McCanell) poszukującej autentycznych doświadczeń, które pozwoliłyby zrównoważyć „nieznośną lekkość bytu”, jaka nieodłącznie towarzyszy życiu miejskiej klasy średniej. W ramach tej perspektywy funkcjonuje wiele interesujących ujęć, które rzucają nowe światło na fenomen wielkiego zainteresowania jedzeniem i powstanie kultury *foodies*. Jednym z nich jest koncepcja produktywnego czasu wolnego (ang. *productive leisure*) oparta na obserwacji przemian, jakim podlega praca w ponowoczesnych społeczeństwach. De Solier pisząc o tym zjawisku w swojej książce pt. *Food and the self: Consumption, production and material culture* (De Solier, 2013), zauważa postępującą profesjonalizację aktywności czasu wolnego, uznawanych dotąd za hobbystyczne, i coraz większe oparcie ich na wiedzy, której źródło stanowią materialne media.

Teoria produktywnego czasu wolnego to rozwinięcie ugruntowanej teorii „tworzenia ją poprzez kulturę materialną” (ang. *self making through material culture*), która na czoło wysuwa żywe doświadczenie budowania pełnowy-

miarowej tożsamości, łącznie z jej wymiarem moralnym. De Solier stwierdza, że mamy do czynienia ze specyficzną moralnością produktywnego czasu wolnego (właściwie i niewłaściwie spędzany czas wolny), która determinuje nowe podejście zarówno do konsumpcji, jak i do produkcji kultury masowej w poprzemysłowym samoformowaniu się. Tę nową moralność należy rozpatrywać w ramach teorii czasu wolnego, włączając w to historyczny rozwój produktywnego czasu wolnego i racjonalnej rekreacji jako moralnych form czasu wolnego adresowanych do klasy pracującej przemysłowej nowoczesności. Czas wolny mający cechy pracy (ang. *work-like leisure*) stał się popularny wśród klasy średniej w późnej nowoczesności – przewidywanym społeczeństwie czasu wolnego – szczególnie jeśli chodzi o moralne podejście do posługiwania się kulturą materialną w tworzeniu „ja”. Autor bada, jak w przypadku *foodies* ten produktywny czas wolny przybiera formę amatora, którego podobne do pracy i profesjonalne podejście konstytuuje moralną drogę kształtowania „ja” poprzez miłość do materialnych obiektów, jedzenia i funkcjonuje jako forma zarówno dbania o siebie, jak i dbania o innych.

De Solier umieszcza współczesny produktywny czas wolny w ramach teorii społeczeństwa poprzemysłowego jako społeczeństwa opartego na wiedzy i argumentuje, że rola wiedzy, jako nowej siły produkcji, definiuje nie tylko pracę, ale także poprzemysłowy produktywny czas wolny jako czas wolny oparty na wiedzy (ang. *knowledge based leisure*). Pokazuje, w jaki sposób moralność wiedzy kształtuje podejście do kultury materialnej w procesie samoformacji, która obejmuje zdobycie materialnej edukacji zarówno w zakresie produkcji, jak i konsumpcji obiektów, a w przypadku *foodies* może być określana jako edukacja gastronomiczna.

W swojej książce De Solier bada także materialne media, za pośrednictwem których ludzie uzyskują tę edukację w procesie poprzemysłowego tworzenia „ja”. W tej teorii materialne media stanowią podkategorię mediów lifestylowych – popularnych mediów skupiających się na indywidualnym „ja”, skoncentrowanych na związkach pomiędzy obiektami materialnymi i „ja”. Autor włącza się do bieżącej debaty teoretycznej o lifestylowych mediach ogólnie, a jedzeniowych w szczególności, która postrzega te media albo jako teksty czysto rozrywkowe, albo teksty, których funkcja pedagogiczna jest ograniczona do kształcenia publiczności w konsumpcji dóbr materialnych jako moralnego

procesu samodoskonalenia. Autor w opozycji do takich podejść argumentuje, że materialne media są tekstami edukacyjnymi, które uczą odbiorców, nie tylko jak konsumować materialne obiekty, ale także jak samodoskonalić się poprzez wytwarzanie obiektów w ramach produktywnego czasu wolnego. Autor dowodzi także, że ta ostatnia aktywność ma nadaną większą wartość moralną w procesie samoformacji. Bada lifestylowych ekspertów z materialnych mediów, włączając w to ekspertów jedzeniowych, takich jak sławni szefowie kuchni z programów telewizyjnych, krytycy restauracyjni i autorzy książek o jedzeniu, w ramach teorii systemów eksperckich późnej nowoczesności, i zakłada, że ludzie ufają takim ekspertom, jako przewodnikom w ich samoformowaniu się poprzez obiekty, ze względu na upadek tradycyjnych struktur społecznych, takich jak rodzina. Bada też, jakie formy materialnych mediów wykorzystują *foodies* i które uważają za wiarygodne i wartościowe w swoim procesie samoformowania się poprzez jedzenie w trakcie produktywnego czasu wolnego, eksplorując ich percepcję drukowanych mediów (takich jak książki kucharskie, magazyny o jedzeniu i przewodniki po restauracjach), telewizji (programy jedzeniowe, filmy dokumentalne o jedzeniu) i mediów cyfrowych (przepisy z internetu, recenzje restauracji, blogi jedzeniowe) jako źródła materialnej wiedzy w ich edukacji gastronomicznej.

PODSUMOWANIE

Zgodnie z omówionymi tu perspektywami teoretycznymi nowy ruch fanów jedzenia jawi się jako jeden z bardziej wyrazistych przejawów najnowszych zmian społecznych: powstawania nowej struktury klasowej, nowego patrzenia na pracę i czas wolny, poszukiwania tożsamości, korzeni i początków charakterystycznego dla okresu przejścia, kto wie, czy nie największego w całej historii. Za z pozoru błahymi zainteresowaniami i działaniami hobbyistycznymi kryje się więc cały szereg istotnych znaczeń i dróg do zrozumienia dzisiejszego społeczeństwa.

Literatura

- Appadurai, A. (1981). *Gastropolitics in Hindu South Asia*, „American Ethnologist” 8.3, s. 494–551.
- Barthes, R. (2008). *The food system*, [w:] D. Inglis, G. Debra, Ch. Thorpe (red.), *Food. Negotiating food*, London, New York, Vol. I, s. 258.
- Barthes, R. (1961). *Toward a psychosociology of contemporary food consumption*. Oryginalnie opublikowany jako *Vers une psycho-sociologie de l'alimentation moderne*, „Annales: Economies, Societes, Civilisations”, 5 September–October, s. 977–986. Korzystałem z angielskiego tłumaczenia [w:] C. Counihan, P. Van Esterik (red.), *Food and culture: A Reader, 2nd edition*, Routledge, 2008, s. 28–35.
- Bourdieu, P. (2001). *Reguły sztuki: geneza i struktura pola literackiego*, Kraków: Wyd. Universitas.
- Douglas, M. (2007). *Czystość i zmaza*, Warszawa: PIW.
- Johnston, J., Baumann, S. (2010). *Foodies: Democracy and distinction in the gourmet foodscape*, New York, NY: Routledge.
- Leach, E.R. (1973). *Kultura i komunikowanie: Logika powiązań symbolicznych. Wprowadzenie do analizy strukturalnej w antropologii społecznej*, tł. i przedm. M. Buchowski, Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Levi-Strauss, C. (1969). *Mysł nieoswojona*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- MacCannell, D. (2001). *Turysta. Nowa teoria klasy próżniaczej*, Warszawa: Muza.
- Solier de I. (2013). *Food and the self: Consumption, production and material culture*, London: Bloomsbury.

Endnotes

- ¹ Obok tego najbardziej znanego przykładu Leach przytacza również inne symboliczne kryteria. Omawiając zasady koszerności, zwraca np. uwagę na tabu obejmujące byty przynależące do dwóch różnych kategorii, np. świnie, która choć należy do parzystokopytnych, nie przeżuwa i jest mięsożerna. Tabu pokarmowe podkreśla w tym wypadku kategorie porządkujące świat istot żywych, wykluczając ze spożycia przypadki medialne, zakłócające porządek kultury.

