

Wojciech Goszczyński

Instytut Socjologii, Uniwersytet Mikołaja Kopernika

Michał Wróblewski

Instytut Filozofii, Uniwersytet Mikołaja Kopernika

Anna Wójtewicz

Instytut Socjologii, Uniwersytet Mikołaja Kopernika

## JAKOŚĆ W POLSKICH ALTERNATYWNYCH SIECIACH ŻYWNOŚCIOWYCH. ANALIZA PRAKTYK SPOŁECZNYCH\*

W artykule analizie poddane zostały praktyki społeczne związane z zaangażowaniem jednostek w alternatywne sieci żywnościowe (*alternative food network* – AFN). Autorzy proponują, by na żywność jako fenomen społeczny spojrzeć przez pryzmat funkcji stabilizującej, katalizującej, mediacyjnej oraz separacyjnej. W artykule przyjęto definicję praktyk społecznych jako czynności operującej na znaczeniach, wiedzy praktycznej oraz materialności. Analiza opiera się na badaniach jakościowych pięciu celowo wybranych sieci. Postawiono dwa główne pytania badawcze: 1) jak dochodzi do konstruowania jakości w wybranych polskich AFN? 2) Jakie wartości i społeczne konteksty towarzyszą konstruowaniu jakości? Z badań wynika, że (1) jakość związana jest z charakterem sieci (im prostsza sieć, tym większa gwarancja jakości), co z kolei wiąże zaangażowanie w AFN z różnymi praktykami weryfikacji jakości oraz dbaniem o bezpośredni kontakt pomiędzy producentem a konsumentem; (2) jakość bazuje na neoruralistycznych wyobrazeniach wiejskiej idylli oraz na praktykach zakorzeniających produkcję i konsumpcję w przeszłości; (3) cechą charakterystyczną polskich AFN jest indywidualizm, koncentracja na rodzinie oraz brak wspólnotowej ideologii, co powoduje, że praktyki w tych sieciach rzadko wychodzą poza bezpośrednie otoczenie społeczne.

Główne pojęcia: żywność; konsumpcja; produkcja; praktyki społeczne; jakość; alternatywne sieci.

---

Wojciech Goszczyński, IS UMK, e-mail: goszczyński@umk.pl; Michał Wróblewski, IF UMK, e-mail: mich.wrob@gmail.com; Anna Wójtewicz, IS UMK, e-mail: wojtevicz@umk.pl

\* Badania, na których bazuje ten artykuł, były częścią grantu pt. „Apetyt na zmianę. O społecznym znaczeniu nowych zachowań konsumenckich na przykładzie alternatywnych sieci produkcji, dystrybucji i konsumpcji”, który realizowany był ze środków własnych Wydziału Humanistycznego UMK (2048-H). W tym miejscu pragniemy podziękować dr. hab. Łukaszowi Afeltowiczowi za pomoc przy konstrukcji projektu. Podziękowania należą się również badaczom: Bognie Kociołowicz-Wiśniewskiej i Mateuszowi Wasińskiemu za rzetelną realizację procedur terenowych.

## Wprowadzenie, czyli o społecznym znaczeniu jedzenia

Żywność stała się w ostatnich latach ważnym tematem badawczym w naukach społecznych. Badaczy interesuje cały zespół zjawisk związanych z produkcją, konsumpcją i dystrybucją jedzenia. Począwszy od analiz wywodzących się z socjologii rolnictwa (np. Goodman i inni 2014), poprzez antropologiczne studia nad konsumpcją i symbolicznym znaczeniem żywności (np. Belasco 2007). Badania w tym obszarze dotyczą szerokiego spektrum zagadnień. Rozpoczynając od efektów przemysłowych przekształceń rolnictwa i produkcji żywności (np. Conkin 2007; Gorlach 2004), poprzez tworzenie się alternatywnych sieci produkcji, dystrybucji i konsumpcji żywności (Goodman 2004), efekty zmian technologicznych (np. Conway 1998), powstawanie systemów ekonomicznych alternatywnych w stosunku do kapitalizmu (np. Lyson 2004), geopolitykę głodu (np. Caparros 2016), zagadnienia dotyczące polityki i nacjonalizmu (np. DeSoucey 2016; Parasecoli 2014), ciała (np. Belasco 2007), seksualności (Probyn 2000) czy zachowań konsumentów (np. Domański i inni 2015). Również niematerialne aspekty związane z jedzeniem przyciągają badaczy wywodzących się z różnych tradycji nauk społecznych.

Metaforycznie możemy przedstawić cztery istotne funkcje żywności, które powodują, że staje się ona ciekawym przedmiotem badań społecznych. Po pierwsze może być ona traktowana jako **stabilizator**. Poprzez codzienne praktyki, ich powtarzalność, materialność, ale też kodowane znaczenia i związek z polem symbolicznym stabilizujemy codzienność. Siadając do śniadania, chwytając za widelec, kupując pozornie regionalny produkt, utrwalamy otaczający nas społeczny świat i nasze wyobrażenia o tym, jak jest on skonstruowany. Jak pokazują przykłady ruchów kontrkulturowych, żywność może być też **katalizatorem** zmiany, nośnym symbolem, wokół którego budowane są dynamiczne sploty społecznych, kulturowych i politycznych znaczeń. Buntując się przeciwko jedzeniu zwierząt, protestując przeciwko zupie z płetwy rekina, w sprawie chowu klatkowego czy angażując się w ogrodniczą partyzantkę, staramy się zdynamizować świat wokół siebie. Kolejnym, ciekawym elementem jest funkcja żywności jako **mediatora**. Pokarm stanowi platformę (Gorlach i Nowak 2011), która pozwala spotkać się różnym aktorom, instytucjom, procesom. Chwytnąc kubek z kawą w kawiarni na chwilę stajemy się częścią złożonej sieci, wiążącej nas z rolnikiem w Etiopii, pośrednikiem, europejskim przetwórcą, menedżerem międzynarodowej korporacji z sektora agrobiznesu, ale też z giełdą w Chicago, regulacjami Światowej Organizacji Handlu czy Unii Europejskiej. W mniej lub bardziej subtelny i zdecydowanie nierównomierny sposób poszczególne elementy tej sieci wpływają na siebie. Moment zakupu jest chwilą uwspólnienia, w której zrealizowany zostaje zakodowany algorytm. To rodzaj sieci, przynajmniej częściowo, kodyfikuje charakter relacji i wartości zaangażowanych

aktorów. Bardziej oczywiste jest potraktowanie żywności jako **separatora**, oddzielającego jednostki, grupy i pola symboliczne. W klasycznej już pracy, Pierre Bourdieu (2005) zwraca uwagę na klasowy i płciowy charakter podziałów zapośredniczonych przez jedzenie. Dystynkcja generowana przez żywność widoczna jest także współcześnie poprzez konotacje z etnicznością i narodowością (Williams-Forsen 2006; DeSoucey 2016) oraz w podziale na role przypisane kobietom oraz mężczyznom (Swenson 2009: 36). W dalszej części tego artykułu jakość żywności będziemy analizować właśnie przez jej stabilizujące, katalityczne, mediujące i separujące funkcje.

Nasze badania sytuują się w dość specyficznym obszarze studiów nad żywnością, określanym jako analizy zwrotu jakościowego. Termin ten, wprowadzony do literatury przedmiotu przez Davida Goodmana (Goodman 2003, 2004), odwołuje się do nowych, postproduktywistycznych zachowań i postaw części konsumentów i producentów. Badacze z zakresu *food studies* wskazują, że z jednej strony mamy do czynienia z nowoczesnym, wysoko wydajnym i mocno uprzemysłowionym systemem produkowania żywności, który przynależy agrobiznesowi oraz korporacjom żywieniowym, ale jest jednak nieprzejrzysty dla zwykłych konsumentów (np. Buttel 2006). Pomimo swojej ekonomicznej efektywności generuje on różnego rodzaju lęki społeczne związane z brakiem kontroli i zamkniętym charakterem (Marsden 2006; Hatanaka, Bain i Busch 2006). Ten brak przejrzystości i poziom komplikacji globalnego przemysłu żywnościowego, wzmocniony przez pojawiające się polityczne trendy, doprowadził do pewnej reakcji ze strony części konsumentów szukających alternatywy. Wyłoniła się grupa konsumentów i producentów, którzy napędzani różnymi motywacjami tworzą nowe sieci relacji o ekonomicznym i społecznym charakterze (Belasco 2007)<sup>1</sup>.

Kolejnym istotnym elementem teoretycznego słownika strukturyzującego ten artykuł są alternatywne sieci żywieniowe. Ożywiona dyskusja<sup>2</sup> w naukach społecznych wokół tego pojęcia rozpoczęła się w 2003 roku wraz z serią artykułów takich badaczy jak David Goodman (2003) czy Henk Renting wraz z współautorami (2003). Zjawisko alternatywnych sieci żywności ma swoją genezę w opozycji przed standaryzacją i unifikacją związaną z wielkoprzemysłową produkcją oraz z kontrowersjami związanymi. Problemy te pobudziły aktywność konsumentów

<sup>1</sup> Jednocześnie musimy pamiętać, że samo pojęcie zwrotu jakościowego nie jest pozbawione kontrowersji. Bardzo łatwo w tym miejscu wpaść w pułapkę dychotomicznego myślenia przeciwstawiając kapitalizm systemom alternatywnym. W naszym przekonaniu sytuacja jest bardziej skomplikowana. Alternatywne sieci, modele, sposoby konsumpcji i produkcji żywności mają swoje ciemne strony. W literaturze przedmiotu można odnaleźć krytykę sugerującą przeszacowanie znaczenia zmian w postawach konsumentów (Wilson 2001), konwencjonalizację alternatywy (Guthnam 2002) czy wreszcie dominację w obrębie alternatyw określonych grup interesów, klas, czy grup etnicznych (Goodman i inni 2014).

<sup>2</sup> Od 2004 roku w akademickiej wyszukiwarce Google Scholar można odnaleźć 4830 artykułów i tematów odnoszących się do tego pojęcia.

i producentów starających się poprzez działania w obrębie sieci społecznych zmienić charakter relacji pomiędzy społeczeństwem a gospodarką (Fonte 2008).

Odpowiedzią na pojawienie się tego zjawiska było stworzenie pojęcia alternatywnych sieci żywnościowych (dalej też AFN). Koncepcja ta miała pomóc uchwycić nowe wymiary procesów produkcji oraz konsumpcji żywności (np. Goodman, DuPuis i Goodman 2014). Jednocześnie dyskusja o AFN znacznie wykraczała poza samą żywność, ponieważ pozwoliła postawić pytanie między innymi o: definicję alternatywności, relacje pomiędzy obywatelskością a społeczeństwem i gospodarką, mechanizmy upowszechniania innowacji społecznych. Po okresie nieco zbyt uproszczonego zachwyty pytania te zostały uzupełnione o wątki dotyczące wykluczeń w sieciach społecznych, relacji władzy, odtwarzania nierówności, nowych typów klasowych podziałów (Flemmen i inni 2017).

Sama definicja alternatywnych sieci żywnościowych nastęrcza badaczom nieco problemów<sup>3</sup>. Z AFN związane są zakorzenione lokalnie lub ekonomicznie inicjatywy, które bazują na procesie relacyjnego definiowania alternatywności oraz zobiektywizowanej konstrukcji jakości. W opisywanym modelu do pewnego stopnia ważne są takie elementy jak: pozaekonomiczne motywacje uczestników, przekonanie o wysokiej jakości produktów, odniesienie do wyobrażonego lub prawdziwego terytorium, opieranie się na sieciach relacji społecznych odwołanie do różnie rozumianej idei zrównoważonego rozwoju (np. Goszczyński 2014). W zależności od charakteru, kontekstu i tego, kto definiuje, pojęcie AFN obejmuje tak różnorodne aktywności jak: bezpośrednią dystrybucję żywności, kooperatywy konsumenckie, grupy producenckie, zielone rynki, miejskie ogrodnictwo, rolnictwo obywatelskie (*community supported agriculture*), ale też ogrody działkowe, targi czy wybrane systemy zaopatrzenia publicznego. Odmienny charakter tych sieci nie jest bezpośrednio związany z reżimem produkcji czy sposobem konsumpcji. Zarówno wytwarzanie żywności wysokiej jakości, jak i próby organizacji tego procesu znane były już wcześniej. Unikatowość AFN polega głównie na ich sieciowym charakterze. Kluczowa jest bowiem określona organizacja łańcucha produkcji, sprzedaży i konsumpcji. O ile w modelu przemysłowym sieci miały charakter długi, a w związku z tym nie były przedmiotem kontroli ze strony konsumentów, o tyle w modelu alternatywnym producent i konsument zyskuje potencjalną podmiotowość kosztem aktorów pośredniczących (np. sklepy, agrobiznes). W owych sieciach odległość pomiędzy producentem a odbiorcą jest mniejsza, przez co znaczenia nabierają uspołecznione, a zarazem nisko sformalizowane mechanizmy kontroli jakości oferowanych produktów. Rodzą się tutaj nowe praktyki i postawy konsumenckie, a także towarzyszą im nowe ideologie, które wiążą jedzenie ze zdrowiem, ekologią, wspólnotowością, obywatelskością

<sup>3</sup> Na temat problemów z teoretyczną konceptualizacją alternatywności por. Barbera ze współautorami 2014; Koczyńska 2017; Śpiewak 2016.

i krytyką modernizacji. Jednocześnie redefiniując relacje między społeczeństwem a gospodarką sieci te rodzą nowe wykluczenia, problemy, podziały np. klasowe czy ekonomiczne (Goodman, DuPuis i Goodman 2014).

Naszym celem nie jest jednak rozstrzyganie o przewadze modelu alternatywnego nad konwencjonalnym. Interesują nas przede wszystkim praktyki społeczne związane z zaangażowaniem się aktorów w alternatywne sieci żywnościowe. Ściślej rzecz biorąc, chcemy odpowiedzieć na dwa szczegółowe pytania. Po pierwsze, w jaki sposób dochodzi do konstruowania jakości w alternatywnych sieciach konsumencko-producentckich, to znaczy, jak aktorzy zaangażowani w wymianę ustanawiają, podtrzymują, a także kontrolują i oceniają jakość produktów? Mówiąc wprost – co sprawia, że jedzenie określane jest jako wysokiej jakości i co trzeba zrobić, by z taką etykietką krążyło ono w konsumencko-producentckich sieciach? Po drugie, chcemy dowiedzieć się, czy owe mu, polskiemu konstruowaniu jakości towarzyszą wartości charakterystyczne dla alternatywnych sieci. Czy postawy konsumenckie również związane są – jak to ma to miejsce w krajach Europy Zachodniej – z moralną ekonomią, ekologią, wspólnotowością, czy raczej pobudki ideologiczne, kryjące się za polskim zwrotem jakościowym są odmienne<sup>4</sup>? W naukach społecznych krajów Europy Środkowej i Wschodniej pojawiają się analizy alternatywnych sieci żywnościowych, które także łączą takie zjawiska jak Rolnictwo Wspierane Społecznie czy kooperatywy spożywcze z ideologią charakterystyczną dla zwrotu jakościowego (np. Bilewicz i Śpiewak 2015). Dodatkowo jednak badacze z tej części Europy starają się wypracować własne słowniki teoretyczne i pola badawcze (np. Kopczyńska 2017: 2). Przykładem tego mogą być studia nad pojęciem cichej zrównoważoności (Smith i Jehlicka 2013), które wskazują, że praktyki społeczne producentów i konsumentów państw tego regionu nie odwołują się tak silnie do politycznego aktywizmu, ale mają bardziej intymny, skupiony na jednostce i rodzinie charakter. Intelektualna i mentalna unikatowość regionu otwiera też nowe pola badawcze. Uczeni analizują takie zjawiska jak: fenomen naturalności (Kopczyńska 2015; Bachórz 2014), praktyczne i egzystencjalne wymiary zbieractwa (Grivenis i inni 2016), fenomen miejskiego rolnictwa i ogrodów działkowych (Smith i Jelicka 2012; Zych i Szczurek 2016), przekraczanie granic przez transhumancyjne pasterstwo (Triboi 2017) czy posttransformacyjną konstrukcję tradycji (Manea i inni 2013). Podsumowując ten fragment – nowe procesy, praktyki i zjawiska związane z żywnością zdają się dobrze sprawdzać jako wskaźnik procesów przekształcania współczesnych społeczeństw. Wymagają jednak specyficznego naukowego słownika, dzięki któremu badacze będą w stanie zrozumieć znaczenia zakłute w codziennych, pozornie trywialnych zachowaniach związanych z żywnością i jej jakością.

<sup>4</sup> O specyfice AFN w krajach wysoko rozwiniętych por. Goodman, DuPuis i Goodman 2014.

## Ramy teoretyczne, czyli jedzenie jako praktyka społeczna<sup>5</sup>

W analizie zebranego przez nas materiału empirycznego inspirowaliśmy się między innymi definicją praktyk społecznych, jaką zaproponował Theodore Schatzki (Schatzki 2002), a zmodyfikował Andreas Reckwitz (Reckwitz 2002). Praktyki społeczne dla Schatzkiego organizują świat społeczny poprzez materialne, przestrzenne i społeczne aranżacje oraz znaczenia, które nie są jednak abstrakcyjnymi jednostkami, ale konkretnym zestawem instrukcji, algorytmów mówiących jednostce, jak działać i jak rozumieć to działanie. Istotny jest w tym kontekst, który kształtuje, definiuje działania, nadaje sens materialności (tamże). Tak rozumiane praktyki społeczne mają charakter performatywny, są one odtwarzane, reprodukowane i modyfikowane poprzez działania jednostek, kulturowe konteksty, algorytmy, ale też konstrukcję materialności i ramy przestrzenne<sup>6</sup>. Nie są więc niezmiennym i zawsze odtwarzanym tak samo, codziennym działaniem zakorzenionym bezpośrednio w kulturze. Obrazując to na przykładzie jedzenia: przygotowanie pożywienia według starego przepisu wymaga od konsumenta wiedzy, książki kucharskiej, społecznej grupy odniesienia, określonych przedmiotów, surowców, a dzieje się to w określonym polu symbolicznym, kontekście kulturowym, ale też we wpływającej na praktykę przestrzeni, np. kuchni.

Marie Fonte podkreśla znaczenie tak definiowanych praktyk w studiach nad żywnością czy, szerzej – konsumpcją (Fonte 2013). Teoria praktyk społecznych pozwala obejść dychotomie dyskursywnych i strukturalnych perspektyw oraz prostych podziałów na producentów i konsumentów. Jest to podejście, które w tym samym momencie traktuje działalność jako performatywną oraz warunkowaną, skupia się zarówno na ludziach, przedmiotach, znaczeniach, miejscach. Tak rozumiane alternatywne sieci żywieniowe nie są już prostym przejawem indywidualnej aktywności czy obrony przed systemem przemysłowym. Same w sobie są one złożoną praktyką społeczną lub częścią innej praktyki, w której podmiotowość jest równie ważna co prekonfigurowany kontekst (tamże). Z tej perspektywy, nowe, alternatywne zachowania producentów i konsumentów

<sup>5</sup> Socjologiczne studia nad żywnością są obszarem, w którym stosuje się wiele różnych teorii, podejść badawczych czy paradygmatów. W tym artykule skupiamy się na praktykach społecznych związanych z konstruowaniem jakości i decydujemy się na omówienie ramy teoretycznej, które odnosi się do tego zagadnienia. Niemniej jednak nasze badania siłą rzeczy dotyczą również innych, powiązanych z alternatywnymi sieciami zjawisk, jak na przykład samej relacyjności czy wymiany. W związku z tym nasza rama nie jest ściśle ograniczona i pozwalamy sobie, od czasu do czasu, na wykorzystywanie narzędzi pochodzących z różnych teorii.

<sup>6</sup> Podkreślanie materialności praktyk społecznych jest zasługą między innymi badaczy z kręgu teorii aktora-sieci i studiów nad nauką i technologią. Warto tutaj wspomnieć o Elizabeth Shove (Shove, Pantzar i Watson 2012), której analizy dotyczą głównie codziennej konsumpcji oraz Annemarie Mol, która skupiła się na praktykach związanych z jedzeniem (Mol i Messman 1995; Abrahamsson i Mol 2013; Mol i Heuts 2013).



żywności mogą być wyzwaniem rzuconym utrwalonym sposobom zachowania. Mogą one stanowić zapowiedź rutynizowania się nowej praktyki społecznej organizującej zachowania konsumentów i producentów także poza decyzjami i działaniami związanymi z żywnością.

Przyjmowaną przez nas definicję praktyk społecznych doskonale oddaje definicja wykorzystywana przez Josephine Mylan (2015: 14; por. także Shove, Pantzar i Watson 2012). Mylan zwraca uwagę, że rozbudowane, wielowątkowe definicje praktyk społecznych, pomimo niewątpliwej intelektualnej atrakcyjności mają jedną wadę, są trudne do zoperacjonalizowania. Jako rozwiązanie proponuje ona definicję, w której praktyki składają się z elementów pochodzących z trzech obszarów.

- a) **Znaczenia:** symbole, normy, wartości, emocje, wspólne przekonania, które uporządkowują działanie, zakotwiczą je w konkretnym kontekście.
- b) **Wiedza praktyczna:** jest to zestaw umiejętności, instrukcji, algorytmów mówiących nam, co mamy zrobić i jak mamy się zachować w danej sytuacji, żeby osiągnąć zamierzony cel.
- c) **Materialność:** fizyczne przedmioty oraz infrastruktura, które jednocześnie umożliwiają działanie, jak i wpływają determinująco na praktyki. Z naszej strony umiejscowilibyśmy też w tym miejscu scenę – przestrzeń, w której aktywność się odbywa.

Analizy empiryczne zawarte w tym artykule będą bazować na zaproponowanym przez Mylan trójkącie. Dla nas praktyki społeczne to jednocześnie działania i ich rozumienie, praktyki dokonywane na rzeczach, ale również na symbolach i interpretacjach. Z kolei społeczne „życie” jedzenia – zarówno jako przedmiotu, jak i wytworu praktyki – realizuje się w splocie relacji producentów, konsumentów, rzeczy, wartości, znaczeń, miejsc. W dalszej części tego artykułu będziemy wykorzystywać ten uproszczony, trójdzielny model praktyk społecznych, analizując specyfikę i potencjał badanych alternatywnych sieci żywnościowych. Interesować nas będą takie kwestie jak: sposoby negocjowania jakości w relacji konsument–producent (na co zwraca się uwagę przy zakupie?), sposoby wytwarzania i towarzyszące mu ideologie i wyobrażenia (jakie wartości, postawy i interpretacje zaangażowani w sieć aktorzy przypisują jedzeniu?), znaczenie i rola przedmiotów wykorzystywanych w konsumpcji i produkcji (czy materialność odgrywa kluczową rolę w ustanawianiu jakości?) oraz przestrzeni, w jakich dochodzi do nabywania żywności (czy alternatywne sieci charakteryzują się specyficzną konstrukcją przestrzeni?).

Nasze ujęcie praktyk społecznych związanych z żywnością charakteryzuje się ponadto podejściem symetrycznym do produkcji i konsumpcji. Jak wskazuje Mylan (Mylan 2015), studia nad żywnością bardzo często zwracają uwagę w swoich analizach na zagadnienie produkcji. Analizują sposoby wytwarzania żywności, badają formy stowarzyszenia się producentów czy opisują narzędzia

radzenia sobie na rynku. Jest to jednakże dość jednostronny punkt widzenia z co najmniej dwóch powodów. Po pierwsze, równie ciekawe badawczo rzeczy dzieją się po stronie konsumentów żywności, którzy mogą być aktywnymi podmiotami. Po drugie, z uwagi na charakter alternatywnych sieci konsument ma duży wpływ na działania producenta, w związku z tym również na sam proces produkcji. Wytwarzanie produktu, jego dystrybucja, sposób przechowywania, opakowywania jest w dużej mierze związane z indywidualnymi gustami i wymaganiami konsumentów. Sieci mają zatem tutaj charakter współzależnościowy. Konsument nie tylko kontrolują jakość produktu, np. zwracają uwagę na jego skład, ale również narzucają pewne wyobrażenia o dobrej jakości, które muszą zostać wzięte pod uwagę przed producentów. Zapożyczony od Mylan trójka praktyk społecznych pozwala nam uchwycić tę istotną dla badań symetrię pomiędzy produkcją a konsumpcją.

### Opis badania

W badaniu przyjęliśmy szeroką definicję alternatywnych sieci żywieniowych. Namysł nad AFN związany jest z ciekawą dyskusją definicyjną (Śpiewak 2016; Kopczyńska 2017) o tym, czym tak naprawdę jest alternatywność. W naszych badaniach nie zdecydowaliśmy się zastosować wąskiego, typowego dla prac anglosaskich ujęcia, w którym pojęcie to często sprowadza się do specyficznie rozumianej, politycznie zaangażowanej obywatelskości<sup>7</sup>. Bliższe nam są prace Petra Jehlicki, który poszukuje nowych praktyk w działaniach bardziej tradycyjnych, lepiej reprezentujących Europę Środkową i Wschodnią (Jehlicka i Smith 2012). Staraliśmy się powiązać te dwa ujęcia alternatywności: aktywistyczne i tradycyjne. Badaniem zostało objętych pięć celowo wybranych przypadków – szeroko rozumianych alternatywnych sieci żywieniowych. Charakter doboru zakładał dwie osie różnicowania przypadków. Pierwszą z nich była elitarność *versus* egalitarność sieci. Druga skupiała się na rozróżnieniu inicjatyw tradycyjnych, bazujących na zakorzenionych formach produkcji i konsumpcji, od aktywistycznych – skupiających się na nowych typach zachowań i konstrukcji sieci. Taki dobór miał nam pozwolić na maksymalne zróżnicowanie dostępnych praktyk społecznych, nie chcieliśmy ograniczać definiowanej alternatywności do przypadków modnych. Przebadane zostały: Slow Food Convivium w Grucznie, Wolny Jarmark Toruński, Ekomuzeum Doliny Noteci, „Zielony rynek” w Toruniu oraz RWS Dobrzyń nad Wisłą.

<sup>7</sup> Podejście, w którym podkreśla się znaczenie obywatelskiej podmiotowości i sprawczości, można odnaleźć w pracach uczonych, którzy zapoczątkowali studia nad AFN, por. Renting i inni 2012.



**Tabela 1.** Charakterystyka badanych przypadków

| Lp. | Przypadek  | Charakterystyka sieci  | Charakterystyka badania   | Wyróżniki sieci  |
|-----|--|--|---|--|
| 1   | Slow Food Convivium w Grucznie                     | Sieć skupiająca konsumentów i producentów zainteresowanych lokalną, tradycyjną żywnością wysokiej jakości. Inicjatywa elitarna – nastawiona na tradycję.   | Badania przeprowadzone głównie w domach lub firmach (restauracjach/sklepach) członków convivium.  | Sieć elitarna, skupiająca aktywistów i osoby zaangażowane w produkcję i upowszechnianie tradycyjnej żywności wysokiej jakości. Równowaga producentów i konsumentów.  |
| 2   | Wolny Jarmark Toruński                             | Cykliczna impreza organizowana przez aktywistów z Torunia. Łączy tradycyjną formę rynku z nowymi treściami. Inicjatywa egalitarna – progresywna (liderzy). | Badania terenowe w trakcie jarmarku oraz wywiady przeprowadzone w domach konsumentów i gospodarstwach osób sprzedających żywność.   | Sieć egalitarna, w której pod przykrywką tradycyjnej formy sprzedaży (jarmark), przemycane są treści odwołujące się do etyki produkcji, jakości żywności, krytyki modernizacji. Sieć o liderskim charakterze – ograniczona rola konsumentów i sprzedawców. |
| 3   | Ekomuzeum Doliny Noteci                            | Lokalna marka skupiająca producentów żywności wysokiej jakości. Inicjatywa egalitarna – nastawiona na tradycję.  | Wywiady i obserwacje przeprowadzone z wytwórcami (producentami miodu, krówek, lokalnych produktów) na miejscu produkcji uzupełnione przez badania z konsumentami poznanymi w trakcie sprzedaży. | Sieć egalitarna – lokalnie stworzona marka łącząca producentów żywności lokalnej, ekologicznej, tradycyjnej. Wysoka aktywność części producentów oraz organizacji pozarządowych, mocno ograniczona rola konsumentów.                                       |
| 4   | Zielony Rynek w Toruniu                            | Klasyczny rynek, miejsca zaopatrzenia w żywność mieszkańców Torunia.   | Wywiady z konsumentami (w domach), uzupełnione przez wywiady ze sprzedawcami i rolnikami. Dodatkowo procedura obserwacji realizowana na samym rynku (zachowania, materialność).                 | Sieć egalitarno-tradycyjna, przestrzeń typowa dla Europy Środkowej i Wschodniej. Miejsce nawiązywania przelotnych relacji między kupującymi a sprzedawcami/rolnikami. Organizowana zgodnie z rynkową racjonalnością.                                       |
| 5   | Rolnictwo wspierane społecznie „Dobrzyń nad Wisłą” | Rolnictwo wspierane społecznie – system relacji i kontraktowania żywności i tworzenia relacji pomiędzy rolnikiem a konsumentami.                           | Wywiady z konsumentami (w domach) uzupełnione o obserwacje w trakcie działań RWS.   | Sieć elitarno-progresywna. Teoretycznie – radykalny model, zapożyczony z państw anglosaskich. Organizowany i zarządzany przez producenta, konsumenci to przede wszystkim nowi mieszkańcy.  |

Źródło: opracowanie własne.

Badacze terenowi zrealizowali łącznie 36 indywidualnych wywiadów z producentami i konsumentami zaangażowanymi w daną sieć. Ze względu na istotną rolę materialnego komponentu, procedura została wzbogacona o obserwacje u producentów, pośredników i konsumentów oraz fotograficzną listę tematyczną. W tym miejscu chcemy zwrócić uwagę czytelnika na dwie cechy badania. Przyjęte przez nas, procesualne i zakorzenione w codziennych praktykach pojęcie jakości wymusiło specyficzne podejście. Przede wszystkim zasada doboru zakładała, że badacze docierają do konkretnego producenta oraz związanego z nim konsumenta. Miało to pozwolić na odkrycie zróżnicowanych znaczeń, artefaktów i kontekstów praktyk związanych z aktywnością w omawianych sieciach. Poza rozmową, która odbywała się w mieszkaniu (konsument) lub miejscu pracy (producent) respondenta, dane uzupełniały wyniki obserwacji oraz wywołania fotograficznego. Miały one w założeniu odsłonić przed badaczami funkcjonowanie sieci. Interesowały nas półki z książkami, sklepowe lady, wnętrza lodówki, wystrój mieszkań, narzędzia kuchenne, książki kucharskie i zeszyty z recepturami. Wyniki obserwacji i fotografii stworzyły równorzędny korpus danych, a nie stanowiły tylko uzupełnienia dla treści wywiadów.

Sam schemat analizy uporządkowaliśmy wykorzystując trójdzielny model praktyk społecznych. Został on wpisany w główne kategorie pojawiające się w analizach, są to odpowiednio: konstrukcja sieci, zakorzenienie w przeszłości i indywidualizm. W przyjętej procedurze analitycznej odeszliśmy od redukcyjnego podejścia do danych stosując technikę interpretacji znaczenia (Kvale 2010). Za Steinerem Kvale założyliśmy, że korpus danych stanowi dopiero punkt wyjścia do narracji w szerszych niż same dane ramach odniesienia (tamże). Założona procedura badawcza zawiera w sobie kilka pułapek, których jesteśmy świadomi. Specyficzny, celowy dobór próby, geograficzna bliskość badanych sieci, z definicji eklektyczny charakter ram teoretycznych, „miękkie” procedury bazujące na narracji, czy wreszcie uzależnienie od przenikliwości materiału badawczego powodują, że zawarte w tym artykule analizy stanowią raczej punkt wyjścia do dyskusji o znaczeniu jedzenia i jego jakości, nie zaś zestaw gotowych rozwiązań.

## Wyniki badań

### Proste sieci

Przechodząc do wyników badań – jakość żywności jest kwestią subiektywną, ponieważ bazuje w dużej mierze na indywidualnym smaku. W toku naszej analizy odkryliśmy jednakże przykłady obiektywnych wskaźników jakości takich, jak certyfikaty czy używane podczas procesu produkcji narzędzia pomiarowe, która pokazują, czy dany produkt nie jest zepsuty. Wydaje się, że dla konsumenten-

tów to certyfikaty powinny odgrywać ważną rolę w wyborze takiego, a nie innego produktu. Z założenia etykiety w postaci „zdrowa żywność” czy „lokalny produkt” funkcjonują jako swoiste drogowskazy, które odsyłając do ustabilizowanych porządków zdejmują z konsumentów wysiłek każdorazowego testowania jakości. W trakcie naszych badań okazało się jednakże, że często nie działa to w ten sposób. Chociaż wątek certyfikatów pojawiał się w naszych wywiadach, to, zdaniem konsumentów, nie stanowiły ważnego wyznacznika jakości. O wiele ważniejszym czynnikiem była wiedza na temat pochodzenia produktu.

Dla większości badanych jakościowo dobre jedzenie oznaczało jedzenie pozyskane bezpośrednio od konsumenta. Mówiąc językiem *food studies*, jakość produktu w opinii nabywców zależała od długości sieci producencko-konsumentckich. Im krótsza sieć, tym większa gwarancja jakości. Najlepszymi produktami są te, które są sprzedawane bezpośrednio przez producentów. Prosta sieć jest zatem podstawowym wymiarem, w którym konstruowana jest jakość produktu. Za chęcią znalezienia towaru pochodzącego z prostej sieci kryje się oczywiście domniemanie dotyczące jakości produktu – wytwórca, który jest jednocześnie sprzedawcą, postrzegany jest jako ktoś, kto ma bezpośredni wpływ na produkcję, a zarazem oferuje, w przekonaniu badanych, lepszy produkt. Jednakże prosta sieć nie jest tylko, podobnie jak certyfikat o jakości, pewną informacją, którą przyjmuje konsument. W naszych badaniach odkryliśmy, że zwracanie uwagi na pochodzenie produktu wiąże się z różnymi praktykami, zarówno po stronie producentów, jak i konsumentów.

Aby to zilustrować posłużymy się trzema przykładami. Pierwszym z nich jest toruński „Zielony rynek”, na którym wyróżnić można trzy rodzaje sprzedawców: ci, którzy sprzedają produkty wytworzone przez siebie; ci, którzy sprzedają produkty nabyte bezpośrednio od producenta; ci, którzy sprzedają produkty kupione z wielkich hurtowni. Są to trzy różne sieci producencko-konsumentckie, z różnymi aktorami, translacjami oraz, co najważniejsze, z różną odległością dzielącą wytwórców i ich klientów. W przypadku naszego rynku, sprzedawców typu pierwszego jest bardzo mało, ponieważ jest to niewielka przestrzeń, przez co wielu producentów nie uznaje za opłacalne wystawianie tam swoich produktów. Odwiedzający rynek ludzie doskonale o tym wiedzą, dlatego szukają głównie sprzedawców, którzy kupują swoje produkty bezpośrednio od producentów. Sprzedawcy typu trzeciego również muszą odnaleźć się na tym rynku, więc czasami kłamią co do źródeł, z których pozyskali oferowane towary, udając tym samym, że są sprzedawcami typu drugiego. Konsumenty również o tym wiedzą. Aby zweryfikować jakość produktu dopytują się różnych szczegółów związanych z towarem, szczegółów, które mogą być znane jedynie producentom bądź osobom, które producentów znają. Jeżeli sprzedawca jest w stanie powiedzieć coś więcej na temat swojego produktu, to jest to informacja dla kupującego, że towar mógł pochodzić bezpośrednio od wytwórcy. Te relacje pomiędzy

uczestnikami wymiany trwają już jakiś czas, więc wystawcy wiedząc, że ich potencjalni klienci mogą dopytywać o produkt, sprawdzają czasami szczegóły dotyczące ich towarów w Internecie, by w ten sposób dalej oszukiwać kupujących. Ustanawianie jakości w przypadku badanego przez nas rynku przypomina wyścig zbrojeń. Stawką w grze jest tutaj gwarancja krótkiej sieci.

Weźmy inny przykład. Badaliśmy wytwórców miodu. Małżeństwo po pięćdziesiątce w jednej z małych miejscowości w województwie kujawsko-pomorskim postanowiło stworzyć swoją własną pasiekę. W tym samym miejscu, w którym mieszkają, odbywa się produkcja i sprzedaż. Stworzyli oni dodatkowo specjalne muzeum dla odwiedzających ich klientów. Ci mogą posłuchać historii o procesie produkcji, a także nauczyć się wielu rzeczy dotyczących smaku miodu, jego rodzajów, sposobów wykorzystywania. Żeby pogłębić jeszcze interakcję z klientami, badani umieścili na etykietach swojego produktu adres e-mail oraz numer telefonu, zachęcając tym samym do bezpośredniego kontaktu. Jednocześnie zdecydowali się na sprzedaż pośrednią w Internecie tak, aby ich produkt docierał do większej liczby klientów. Możemy powiedzieć, że badani pszczelarze stworzyli dwie sieci: jedną łączącą producentów i konsumentów bezpośrednio (konsument może po prostu przyjechać, porozmawiać z producentami, odwiedzić muzeum i nabyć produkt) oraz drugą, w której narzędziem pośredniczącym jest Internet. Klienci mogą wybrać, w której sieci będą dokonywać zakupów. Okazało się, że ścieżka alternatywna, bazująca na pośrednim kontakcie wcale nie spowodowała, że mniej ludzi zaczęło przyjeżdżać po miód specjalnie do miejsca, w którym się go wytwarza. Mało tego, często zdarza się, że kupujący dzwonią jeszcze do producentów, by wymienić z nimi kilka ciepłych uwag dotyczących miodu. Gdy rozmawialiśmy z tymi producentami, usłyszeliśmy, że jest to dość uciążliwe, ponieważ absorbujące jest jednoczesne produkowanie, dystrybuowanie oraz promowanie produktu, zwłaszcza gdy cały model opiera się na bezpośrednich interakcjach.

W tym przykładzie widać dwie rzeczy. Po pierwsze, wytwórcy miodu nie tylko sprzedają swój produkt, ale również uczestniczą w edukowaniu swoich potencjalnych klientów. Jest to ważne, ponieważ żeby oszacować jakość tego produktu, trzeba nabyć na jego temat określonej wiedzy. Trzeba znać się na rodzajach miodu i na tym, jak powinny one smakować. W przeciwnym wypadku miód kupiony bezpośrednio z pasieki niczym nie będzie różnił się od miodu zakupionego w supermarkecie. Właśnie dlatego opisywani wytwórcy postanowili wykorzystać bezpośrednie interakcje, by nauczyć swoich klientów definiowania jakości. Dla wytwórców dobry konsument to kompetentny konsument, a transmisja owych kompetencji odbywać się musi w sieci, która jest krótka. Producenci również korzystają zatem z faktu, że sieci wymiany są krótkie, dlatego w ich najlepszym interesie jest to podtrzymywać. Po drugie, widać tutaj, że krótka sieć jest niezwykle ważną wartością dla tych, którzy w podążaniu za

jakością pragną dobrego produktu. I chociaż dostępne są alternatywy, dla wielu konsumentów bezpośredni kontakt z wytwórcą jest podstawową gwarancją jakości, nawet jeżeli może to okazać się kłopotliwe dla samych producentów. Ci ostatni z kolei, aby uwiarygodnić jakość swojego produktu, muszą oferować interakcje w krótkich sieciach. Tworzą zatem przestrzenie bezpośrednich interakcji (jak np. muzeum) bądź dają możliwość dalszego podtrzymywania relacji (np. poprzez umieszczanie danych kontaktowych na opakowaniu). Wychodzą w ten sposób naprzeciw oczekiwaniom swoich klientów.

Trzeci przykład dotyczy produkcji tradycyjnych cukierków – krówek. Jakościowo dobre krówki robione są ze specjalnego rodzaju masła na bazie tradycyjnej receptury. W przypadku badanego przez nas producenta, jego klienci doskonale wiedzą, że oferowany przez niego produkt jest jedyny w swoim rodzaju. Jednocześnie krówki te sprzedawane są bezpośrednio od wytwórcy, nie można ich kupić w sklepie. Jest to relacja, w której krótka sieć jest niejako wymuszona. Badany przez nas producent opowiadał nam, że jego klienci niekiedy pytają o przepis na krówki. Chcą w ten sposób poznać sekrety produkcji, by móc zrobić sobie ten wyśmienity przysmak w domu. Nasz wytwórca jednakże nie zdradza swojej tajemnicy, ponieważ wie, że mogłoby to oznaczać koniec dla jego biznesu. W tym przykładzie widać, jak krótka sieć nie tyle gwarantuje jakość, ile również zysk producenta. Tutaj również odległość pomiędzy producentem a konsumentem jest czynnikiem kluczowym dla relacji pomiędzy nimi. Jednakże stawką w ich negocjacjach jest ustanowienie monopolu. Utrzymywanie krótkiej sieci po stronie producenta gwarantuje mu zysk, z kolei konsumenci, próbując poznać recepturę krówek by produkować je samodzielnie, dążą do tego, aby w ogóle zlikwidować jakąkolwiek wymianę.

Te trzy opowieści pokazują, że negocjacje dotyczące jakości przebiegają w określonych sieciach, ale również dotyczą samego kształtu sieci. Konsument nie tylko poszukują informacji na temat towarów, czy próbują produkty. Te praktyki odbywają się w już ustabilizowanych sieciach. Dbają również o to, by sieć, w której dokonują wymiany, była jak najprostsza, ponieważ stanowi to gwarancję jakości. Robią to bądź poprzez ingerencję w sieć, bądź poprzez wybór najkrótszej ścieżki. To dbanie o prostotę sieci jest jednakże pewnym wyzwaniem. Prosta sieć jest dobra dla konsumentów, ale może być wymagająca dla producentów. Niektórzy kłamią na temat swoich towarów i pragną przekonać swoich klientów, że ich towary pochodzą z krótkich sieci. Czasami im się udaje, a czasami demaskują ich konsumenci. Inni tworzą dłuższe sieci, by ułatwić sobie pracę, ale dla odbiorców przestaje to być atrakcyjne. Jeszcze inni boją się, że działania konsumentów mogą wykluczyć ich z sieci (kiedy ta stanie się zbyt krótka) i tym samym pozbawić monopolu na określone produkty.

Jednocześnie na bazie tych trzech przykładów wypisać można zabiegi ustanawiające jakość w trójdzielnej definicji praktyk społecznych, którą

zaprezentowaliśmy w pierwszej części artykułu. Prosta sieć będąca gwarancją jakości jest zarazem pewnym wyobrażeniem, w którym dominującą rolę odgrywa ideologia tego, co naturalne. W takiej narracji producent sprzedający bezpośrednio konsumentowi, bądź zaopatrujący drobnego, rynkowego sprzedawcę jest pozytywnym przeciwieństwem masowego, przemysłowego producenta, który sprzedaje swoje towary wielkim hurtowniom. Prosta sieć ma również charakter materialny. Jak zaznaczaliśmy wcześniej, aby towary mogły krążyć w takich bezpośrednich relacjach, niezbędne jest wytworzenie specyficznych przestrzeni, w których spotkać się mogą wytwórcy i ich klienci. Te z kolei wymagają określonej infrastruktury i związanego z nią zaplecza, jak chociażby rynku miejskiego, który umożliwi wystawianie się drobnym sprzedawcom. Prosta sieć wreszcie to również kwestia kompetencji i praktycznych umiejętności szacowania i weryfikowania jakości. W naszym przykładzie są one związane ze sprawdzaniem, czy dany produkt rzeczywiście pochodzi bezpośrednio od producenta. Jak widzieliśmy, obie strony wymiany wykształciły tutaj swoiste strategie działania.

### **Zakorzenie w przeszłości i wiejska idylla**

Analizując praktyki żywnościowe Polaków nie sposób uciec od zagadnienia tradycji. Już na pierwszy rzut oka widać, że dla konsumentów dobre jedzenie to jedzenie tradycyjne, w jakimś sensie zakorzenione w przeszłości. Świadczą o tym różne produkty, które korzystają z tego nostalgicznego zasobu dodając do swoich etykiet przymiotniki „tradycyjny”, „babuni” czy „jak u mamy”. Również w naszych badaniach przeszłość stanowiła istotny punkt odniesienia.

Pierwszym ważnym wymiarem okazały się wspomnienia, które dla naszych badanych były przedmiotem odniesienia w konstruowaniu jakości. Weźmy producentów. Jedna z restauratorek zdradziła nam, że wie, jak przygotować tradycyjną gęsinę dzięki temu, że pamięta, jak smakowała w jej domu rodzinnym. To odniesienie do przeszłości może być wspólnym mianownikiem dla producenta i konsumenta, to znaczy określać za pomocą podobnych zasobów dobry smak produktu. W tym przypadku wspomnienia funkcjonują jako narzędzie kontroli jakości, jakkolwiek same mogą być przedmiotem nostalgicznej konstrukcji.

Przeszłość jednakże, aby funkcjonowała we współczesnych sieciach relacji, musi mieć również charakter materialny. W naszych badaniach znaleźliśmy trzy typy artefaktów wykorzystywanych do tego, aby zakorzenie swoje praktyki związane z jedzeniem w przeszłości: stare książki kucharskie, narzędzia kuchenne przekazywane z pokolenia na pokolenie oraz specyficzną infrastrukturę wykorzystywaną w procesie produkcji. Pierwszy z nich pozwala na to, aby to, co tradycyjne, nie bazowało jedynie na mglistym wspomnieniu, ale było zgodne w swojej esencji z tym, co przyrządzano w przeszłości. Książka kucharska, często wytarta, z powyrywaniem oraz poplamionymi stronami, jest materialnym



nośnikiem przeszłości, dzięki któremu jakość przestaje być jedynie symbolicznym konstruktem. Zawsze istnieje bowiem ryzyko, że wspomnienia mogą oszukiwać, zapisany przed wieloma laty przepis jest jednakże niezmienny. Dzięki starym przepisom badani mogli przygotowywać te same dania, co ich przodkowie. Proces ten nie jest jednakże prostym kopiowaniem przeszłości. Kilkoro z respondentów przyznało się, że stare przepisy ulegają mutacjom. Dodaje się do nich nowe elementy, unowocześnia je, czasami na etapie samego gotowania. Zakorzenione w przeszłości praktyki związane z jedzeniem przybierają zatem czasem formę majsterkowania.

Narzędzia kuchenne również są kotwicą utkwioną w przeszłości, lecz w sensie symbolicznym przywołują trochę inne znaczenia niż książki kucharskie. Jedna z respondentek wyraziła przekonanie, że ich podstawową zaletą jest to, że mogą być wykorzystywane wiele razy. Są zatem synonimem trwałości i solidności, podobnie zresztą jak tradycja. W sensie praktycznym są ponadto niekiedy niezbędnym zasobem do tego, aby móc przygotować jakieś danie zgodnie z określonymi – tradycyjnymi – wymogami. Przykładem, który pojawił się w naszych badaniach, jest makutra. Jest to duża gliniana misa służąca do wyrabiania ciasta. Często używa się jej z drewnianą pałką. Współcześnie wielu ludzi używa robotów kuchennych do tego typu zabiegów, nie trując swoich rąk. Jeden z respondentów powiedział nam, że istnieje określony rodzaj ciasta, które można upiec tylko za pomocą makutry. Co oczywiste, nauczył się tego od swoich dziadków, jednakże, znów, samo wspomnienie to zbyt mało, żeby przywołać przeszłość – potrzebne jest tutaj określone narzędzie. Podobnie rzecz przedstawia się z inną uczestniczką badania, która używa starych pieców i blach do przygotowania jedzenia.

Dwa powyższe przykłady pokazują, że badani przez nas konsumenci nie tyle poszukują tego, co tradycyjne, ile również mają określone kompetencje do tego, aby to, co tradycyjne rozpoznawać. Z uwagi na fakt, że odtwarzają oni tradycje w swoich kuchniach za pomocą starych narzędzi czy posiłkując się rodzinnymi przepisami wiedzą, jak powinien smakować produkt, który ktoś reklamuje jako tradycyjny.

Trzeci rodzaj artefaktu związany jest ściśle z procesem produkcji. Dobrym przykładem jest musztarda wytwarzana w małym mieście Kcynia. Receptura niezbędna do stworzenia tej musztardy ma oczywiście charakter tradycyjny i była przekazywana z pokolenia na pokolenie. Historia musztardy kcyńskiej sięga lat pięćdziesiątych XX wieku. Tradycyjny jest również sam sposób produkcji. Badani przez nas producenci (30-40-latkowie, którzy postanowili robić musztardę tak, jak wytwarzało się ją w przeszłości) musieli odtworzyć infrastrukturę, by uzyskać określony efekt smakowy i tym samym reklamować swój produkt jako tradycyjny. Kluczowym elementem okazały się stare maszyny produkcyjne używane w latach dwudziestych XX wieku w Niemczech i Szwajcarii

o nazwie cewy. Innym materialnym elementem zapewniającym jakość w przypadku musztardy kcyńskiej są drewniane beczki, w który produkt leżakuje, by uzyskać odpowiedni smak. Widzimy tutaj, że tradycja musi zostać w sensie dosłownym odtworzona. Jej niezbędnym warunkiem jest istnienie materialnej infrastruktury, bez której symbole tradycyjności nie zagrają dla wymagających konsumentów.

Analizując nasz materiał empiryczny doszliśmy jednakże do wniosku, że owo odwołanie do przeszłości ma również drugą, bardziej zideologizowaną postać. Nie sposób założyć, że w praktykach kulinarnego odtwarzania przeszłości żadnej roli nie odgrywają nasze fantazje, wyobrażenia czy specyficzne interpretacje tego, co tradycyjne. Potwierdziło się to również w naszych badaniach. Wszystkie analizowane przez nas przykłady łączy silne odwołanie do lokalności i idyllicznego wyobrażenia wsi. Mówiąc innymi słowy, badane sieci głęboko zanurzone są w wiejskiej idylli, która rekonstruuje lokalność jako coś z definicji dobrego. Dość charakterystyczny jest tytuł bloga jednej z respondentek. Opisuje ona uroki i smaki wiejskiego życia tytułując swoją stronę *Prowincja od kuchni*.

Samo pojęcie wiejskiej idylli, czy związanego z nią neoruralizmu, pojawia się w naukach społecznych. Zajmujący się nim teoretycy (np. Bell 2006; Short 2006) wskazują, że jest to ideologiczna, pochodząca z wielkomiejskiej klasy średniej wizja wsi jako oazy spokoju, wartości. Paradoksalnie, lokalne inicjatywy, które badaliśmy, a które mają w założeniu stanowić autentyczny przejaw wiejskości, stanowią więc odbicie miejskich wyobrażeń tego, jak ta lokalność powinna wyglądać. Jednocześnie jest to bardzo silna wizja – definiująca granice praktyk społecznych, kształtująca i kształtowana przez przedmioty związane z jedzeniem. Wiejska idylla wpływa bowiem nie tylko na interpretację przy ocenie jakości danego produktu, ale w sensie dosłownym determinuje praktyki związane z jedzeniem, a nawet wpływa na przestrzeń. Tutaj odnieść się możemy do wielu przykładów z naszych badań, ponieważ odwiedzane przez nas miejsca wytwarzania żywności, jej sprzedaży czy konsumpcji pełne są przedmiotów odwołujących się do wiejskości. Chodzi tutaj również o dominujący brązowy kolor, symbolikę wykorzystywaną na produktach, nazwy w stylu „produkty spod strzechy”, konstrukcję żywności i przepisów, wyposażenie kuchni. Na półkach badanych stały często magazyny w rodzaju „Sielskiego Życia”, wydawnictwa, które za cel stawia sobie dotarcie do „wszystkich, którzy szukają wytchnienia od miejskiego zgiełku. Pismo jest skierowane do ludzi pragnących realizować swoje pasje poza miastem, świadomie wybierających życie w zgodzie z naturą i rytmem przyrody”<sup>8</sup>. Niekiedy całe miejskie mieszkania skonstruowane są tak, aby do tej wiejskiej idylli się odnosić. Jeden z respondentów zaaranżował drzwi do toalety tak, aby przypominały wejście do wiejskie sławjki.

<sup>8</sup> Z misji pisma zamieszczonej na stronie [www.burdamedia.pl](http://www.burdamedia.pl).

Biorąc pod uwagę koncepcję praktyk społecznych, którą się posługujemy, mamy tutaj do czynienia z pewną spójnością. Ustanawianie jakości w postaci odtwarzania tradycji i pewnych wyobrażeń na jej temat łączy w sobie zarówno odwołanie do idei lokalności, wiedzę praktyczną, emocje i przekonania, ale również określone przedmioty i narzędzia. Chęć odtwarzania przeszłości, która realizuje się np. w gotowaniu według tradycyjnych przepisów czy w używaniu starych narzędzi jest tutaj wzmacniana przez różne nośniki neoruralistycznej ideologii. Z naszych badań wynika, że praktyka zakorzenienia w przeszłości nie ogranicza się tylko do gotowania konkretnych potraw czy wykorzystywania określonych przedmiotów, ale również jest próbą uczestnictwa szerszej, symbolicznej całości, jakkolwiek owo uczestnictwo również ma charakter materialny.

Warto tu również podkreślić, że angażując się praktycznie w odtwarzanie przeszłości respondenci stają się jednocześnie potencjalnymi ofiarami neoruralistycznego marketingu. Tym, którzy wykorzystują makutry czy stare piece, łatwiej jest sprzedać produkt opatrzone odniesieniami do wiejskiej idylli. Okazuje się, że wyobrażenie tradycyjności jest na tyle silne, że praktyczne kompetencje konsumentów czasami nie wystarczają, by ustrzec się przed złymi wyborami. Część respondentów przyznała, że dało się nabrać na rzekomo tradycyjne i lokalne produkty, nabywając towary niskiej jakości, pochodzące z wielkoprzemysłowej produkcji.

### **Indywidualizm: familiaryzm, antynowoczesne lęki i poszukiwanie poczucia kontroli**

Jednym z istotniejszych wyróżników alternatywnych sieci jest ich wspólnotowy charakter<sup>9</sup>. Są one teoretycznie związane są z wartościami postmaterialnymi. Definitywnie, ich celem nie powinno być jedynie dostarczanie konsumentom żywności wysokiej jakości, pochodzącej od lokalnych producentów, ale również generowanie nowych relacji społecznych w obrębie sieci (Goszczyński 2014: 140). Podobnie rzecz przedstawia się ze strony producentów. Alternatywne sieci powinny być dla nich szansą na współpracę, wymianę *know-how* i zrzeczanie się w obronie kolektywnych interesów. Mówiąc innymi słowami, mają one w założeniu uspołeczniać produkcję, łączyć konsumentów, producentów i przetwórców pochodzących z różnych miejsc i klas społecznych. Nasza badania wskazały, że ów wspólnotowy komponent jest praktycznie nieobecny.

Najbliższy klasycznemu rozumieniu alternatywnych sieci jest przykład, na który natrafiliśmy badając Slow Food Convinium w Grucznie. Istotną częścią tej inicjatywy jest dolina dolnej Wisły oraz powidła śliwkowe, wokół których został zainicjowany cały ruch osób zaangażowanych w żywność. Ważnym elementem jest tutaj praktyka wysmażania, do której niezbędne są specjalne miedziane

<sup>9</sup> Na temat inkluzywności AFN por. Kopczyńska 2017.

kotły, a która generuje relacje społeczne między producentami oraz między konsumentami. Producenci muszą ów artefakt wspólnie odnaleźć, kupić, odnowić, a następnie użytkować. Z czasem wokół kotłów zaczęły tworzyć się sieci współpracy, które w pewnym momencie zinstytucjonalizowały się pod postacią lokalnych stowarzyszeń. Wysmażanie powideł jest również praktyką podejmowaną przez konsumentów, dla których z czasem owa czynność nabrała charakteru rytualnego. Odbywa się ona w określonym momencie w roku (na jesieni) oraz w określonych miejscach<sup>10</sup>, co sprzyja spotkaniom osób zainteresowanych nie tylko powidłami, ale alternatywną żywnością w ogóle. Jest to jeden z ciekawszych przykładów, w którym działania (smażenie powideł), wraz z ze znaczeniami (lokalność) poprzez system motywacji, emocji, kompetencji i przedmiotów tworzą alternatywną praktykę społeczną.

Przykład powideł jest jednak wyjątkowy. Badane alternatywne sieci naznaczone są daleko idącym indywidualizmem, który manifestuje się na kilku obszarach. Pierwszym z nich jest ograniczony zasięg relacji społecznych, jakie badane przez nas AFNy w rzeczywistości generują.

Dobrym przykładem jest Rolnictwo Wspierane Społecznie Dobrzyń nad Wisłą. Z definicji jest to działanie bardzo radykalne, bazujące na amerykańskim modelu rolnictwa wspólnotowego, jego istotą są więc właśnie silne więzi pomiędzy różnymi grupami posiadającymi prawa własności do gospodarstwa. Nasze badania wskazały jednak na ograniczony sposób komunikowania się ze sobą aktorów w tej sieci producencko-konsumenckiej. Interakcja między sprzedającymi rolnikami a kupującymi ogranicza się do jednego momentu w tygodniu, podczas którego dochodzi do transakcji. W określonych miejscach podjeżdża samochód, z którego warzywa pakowane są do toreb przez właściciela gospodarstwa. Wszystko przebiega szybko, sprawnie i po cichu. Brakuje kontaktów między konsumentami, ograniczona jest też sama możliwość rozmowy z właścicielem, bo ten jest zajęty obsługą klientów, podobnie jak ma to miejsce w zwykłym sklepie. Komunikacja przeniesiona jest na stronę na Facebooku. Tam zgłaszane są potrzeby, problemy, oczekiwania dwóch stron wymiany. Raz do roku odbywają się u rolnika dożynki, mające umożliwić konsumentom dotarcie do gospodarstwa. Sami respondenci wskazują na ograniczony potencjał społeczny takiej sieci. Co ciekawe, nie traktują tego jako problemu. Oczekują dobrego produktu, od znanego im rolnika, nie odbierając możliwości nawiązania relacji jako wartości dodanej.

Problem braku relacji pomiędzy aktorami występuje nie tylko między

<sup>10</sup> Proces smażenia wymaga znajomości tradycyjnych technik i receptur. Niezbędne do niego są unikatowe przedmioty takie jak np. miedziane kotły, odbywa się w specyficznej przestrzeni rekonstrukcji wpływów dawnych grup etnicznych, organizowane jest przez lokalnych liderów. Wszystkie te elementy tworzą sieć, która silnie łączy ze sobą zaangażowane osoby.

samymi konsumentami czy na linii konsument–producent, ale również między producentami. Alternatywne sieci z definicji są sposobem kooperacyjnego organizowania stosunków między wytwórcami. Ma to wiele korzyści z ekonomicznymi na czele – związek producencki może dotrzeć do większej liczby konsumentów i tym samym sprzedać większą liczbę produktów. Z naszych badań wynika, że wspólne inicjatywy występują rzadko. Rozmawialiśmy z producentami, którzy zmuszeni sytuacją rynkową wskazywali, że zaangażowanie w AFN w pewnym stopniu skłoniło ich do współdziałania z innymi. Niemniej jednak opisywane przez nich inicjatywy były dość skromne. Najczęściej były to bardzo ograniczone relacje z instytucjami o parasolowym charakterze – gminami, lokalnymi grupami działania, urzędami, które mogą takiego producenta wesprzeć środkami. Poza stowarzyszeniem Slow Food, które też działa z ograniczeniami, nie znaleźliśmy praktycznie przykładów wchodzenia producentów w głębsze relacje.

Indywidualizm ograniczający społecznotwórczy potencjał alternatywnych sieci przejawia się również w familiaryzmie, przez który rozumiemy skupienie się jednostek na interesach swojej rodziny. Rodzina stanowi centralną metaforę praktycznie każdej opowieści pozyskanej w trakcie badania. Niezależnie, czy analizowaliśmy przykłady elitarne, wielkomiejskie, czy lokalne i raczej egalitarne, to właśnie dobro rodziny stanowiło główną wartość dla badanych. Alternatywna żywność zapewniała to na dwa sposoby. Przede wszystkim związana jest z nią obietnica zdrowia. Transkrypcje roją się od opisów tego, jak wyglądają naturalne, prawdziwe warzywa i ile zdrowsze są od tych sprzedawanych w długich sieciach handlowych. Drugi ze sposobów aranżacji rodziny związany jest ze społeczną funkcją procesów przygotowania, przetwarzania i konsumowania jedzenia. Charakterystyczne są opisy kobiet mówiących o tym, jak zainteresowanie żywnością alternatywną spaja rodzinę. Jak poprzez poszukiwanie przepisów, wspólne gotowanie i konserwowanie czy, wreszcie, jedzenie stają się całością. Niekiedy ten krąg rozszerzany jest o najbliższych znajomych, rzadko jednak respondenci w swoich działaniach i myśleniu wychodzili poza bezpośrednio dostępne relacje.

Inny ważny wątek wiążący badane przez nas alternatywne sieci z silnym rysem indywidualistycznym wiąże się z zagadnieniem kontroli. W toku badania okazało się, że jedzenie jest ważnym narzędziem kontrolowania rzeczywistości społecznej, sposobem na ujarzmianie niepewności i nabycie poczucia sprawczości. Pierwszy wątek kontroli poprzez jedzenie związany jest z lękami przed nowoczesnością<sup>11</sup>. Dla wielu naszych respondentów jedzenie jest silnie związane

<sup>11</sup> Praktyki konsumenckie związane z alternatywną żywnością można analizować pod kątem specyficznej konstrukcji tego, co naturalne. Zgodnie z nią jedzenie pochodzące z wielkoprzemysłowej produkcji należy do innego – sztucznego – porządku niż jedzenie pochodzące z al-

z zagrożeniami płynącymi ze strony nowoczesnych technologii, co wiąże praktyki żywnościowe ze społeczną konstrukcją ryzyka (Beck 2004; Bińczyk 2012). Wielkoprzemysłowa produkcja żywności kojarzona jest z nadużywaniem środków chemicznych, barwników, ulepszaczy smaku<sup>12</sup>. To właśnie to luddystyczne wyobrażenie zwykłego jedzenia, które można dostać w wielkich sieciach handlowych skłoniło uczestników naszego badania do zaangażowania się w alternatywne sieci. Widać tutaj, że podążanie za jakością bierze się z indywidualnych potrzeb, napędzanych przez lęki przed nowoczesnością.

Problem lęku przed nowoczesnością wiąże się ze wspomnianym wcześniej familiaryzmem. Najważniejszym z elementów pojawiających się w badaniu było doświadczenie narodzin dziecka. W zdominowanej przez kobiety próbie był to wielokrotnie pojawiający się wątek. Zmiana diety, dołączenie do alternatywnych inicjatyw było dla respondentek szansą na zwiększenie/odzyskanie kontroli. Jedzenie było traktowane jako narzędzie, które można wykorzystać by zmniejszyć ryzyko generowane przez otaczający świat. W tym sensie pożywienie pochodzące z alternatywnych inicjatyw, poprzez swoją materialność oraz kodowane znaczenia, wykorzystywane jest jako kotwica pewności – pozwalająca zwiększyć poziom bezpieczeństwa respondenta oraz jego wrażenie oddziaływania na swoje życie. To jest ciekawy wątek – specyfiką polskich sieci jest ich skierowany na jednostkę charakter, a kluczową rolę ogrywa tutaj ciało i możliwość zapewnienia mu bezpieczeństwa. Dotyczy to wszystkich badanych inicjatyw.

Jednym z większych zaskoczeń badania były motywacje liderów związanych z wielkomijskimi i elitarnymi inicjatywami. Zakładaliśmy, że na pierwszym miejscu znajdą się argumenty związane z polityką, sprawiedliwością społeczną, ochroną środowiska. Tymczasem pojawiały się one sporadycznie i raczej jako uzupełnienie. Znamienny jest wywiad przeprowadzony z jedną z założycielek Wolnego Jarmarku Toruńskiego. Wskazała ona, że zainteresowanie żywnością wysokiej jakości było w jej przypadku związane z lękiem przed nowoczesnością, chęcią zabezpieczenia swojego ciała i swojego życia. Wątki społeczne i polityczne rzadko pojawiły się w trakcie tego wywiadu. W rozmowach poruszana była natomiast tematyka zdrowia. Żywność była w naszych rozmowach postrzegane jako jeden z najważniejszych czynników, które ma to zdrowie podtrzymać lub poprawić. Jedzenie traktowane jest tutaj jako lekarstwo aktywnie oddziałujące na organizm, bądź stabilizator – element, który zabezpiecza przed zmianą, wpływem zepsutego świata.

---

ternatywnej sieci. Ten podział związany jest z opozycją natura – kultura, którą Bruno Latour nazywa nowoczesną Konstytucją; por. na ten temat Kopczyńska 2015.

<sup>12</sup> Wyrazem tych obaw są kontrowersje naukowo-społeczne wokół żywności modyfikowanej genetycznie; por. na temat społecznych lęków przed nowoczesnością: Nowak, Abriszewski i Wróblewski 2016.



Zidentyfikowaliśmy również grupę respondentów, dla której jedzenie było jednym z działań w ramach szerszej praktyki społecznej. Ta ostatnia obejmowała takie kwestie, jak rozwój osobisty, ćwiczenie ciała (głównie poprzez jogę), odnalezienia balansu między pracą a życiem. Elementem spajającym tych praktyk była również chęć uzyskania kontroli nad ciałem. Sprawczość respondentów zyskiwali przez przygotowanie posiłków z surowych warzyw, pełną kontrolę nad procesem przetwarzania, wykorzystanie technik i technologii traktowanych jako zdrowe. Sprawczość uzyskiwana była też przez znaczenia i wiedzę: respondenci wierzyli, że angażując się w AFN mają kontakt z czymś co jest zdrowe, co znajduje się w opozycji do niezdrowego – przemysłowego, nieprzejrzystego.

Nieco inaczej do problemu sprawczości podchodzili producenci. Dla nich najważniejsza była kontrola swojej własności. Przykładowo, jedna z lokalnych przetwórczyń, opowiadając, dlaczego nie chce wchodzić we współpracę z innymi producentami, opowiedziała nam, jak ważna jest dla niej kontrola jej biznesu, dystans od innych, niezależność. Aktywność w AFN nie generuje relacji społecznych, wartości uporządkowujące działania związane są z odzyskaniem kontroli nad działalnością ekonomiczną, brakiem zależności od przetwórców i sprzedawców. Rozmawiając z producentami można zauważyć ich silną specjalizację. Poza znamiennym przykładem kotłów do smażenia powideł brakuje przykładów działań, w których przedmioty łączyłyby producentów. Każde gospodarstwo zaopatruje się samodzielnie, samodzielnie tworzy lub wykorzystuje technologie, pakuje i sprzedaje. Prowadzi to do sytuacji, w których animowane za ogromne środki działania sieciujące producentów, prowadzą do wyjątkowo nikłych rezultatów. W świetle naszych danych musimy stwierdzić, że badane AFN są dość specyficzne. Nie tworzą nowych relacji społecznych, ale pogłębiają już te istniejące. Mówiąc innymi słowy, wokół żywności budowane są praktyki społeczne o ograniczonej sile rażenia. Zamykają się one w obrębie już istniejących grup.

Co ciekawe, ewentualne kontakty wymuszane są przez ograniczenia materialności bądź problemy z funkcjonowaniem sieci producencko-konsumenckich. Przykładowo brak narzędzi do smażenia powideł wymusza wspólny zakup i ich wykorzystanie, brak przepisów prowokuje do wejścia na stronę i dyskusję o jedzeniu, problem z dotarciem do konkretnego rolnika zachęca do wspólnych zakupów. Odwołując się do języka teorii praktyk społecznych należałoby stwierdzić, że wspólnotowość może być niekiedy elementem działań, ale nie jest zakorzeniona w znaczeniach i nastawieniach. To nie ona stanowi element porządkujący działania, procesy i przedmioty w ramach różnych elementów składających się na praktyki związane z żywnością. Wspólnotowość jest raczej wartością przypadkową, czasem jedynie niezbędną, lecz nie stanowi wartości samej w sobie.

Taka „kulawa” wspólnotowość generuje cały szereg problemów w ramach inicjatyw spod znaku alternatywnych sieci żywnościowych. Jakość jest w nich negocjowana, bazuje na umiejętności kontaktu, zaufaniu poszczególnych aktorów. Brak rozbudowanych sieci relacji ogranicza więc możliwość kontroli, pozbawia konsumentów wpływu na taką praktykę społeczną. Może także być to czynnik ograniczający popularność tego typu inicjatyw – jeśli potraktujemy je jako innowacje, to ich zdolność do odniesienia sukcesu zależy od umiejętności wyjścia poza początkową niszę. Będzie to trudne przy silnie ograniczonym społecznym zasięgu takich sieci.

### Podsumowanie

Na koniec chcielibyśmy odpowiedzieć na zadane we wstępie dwa główne pytania tej pracy. Pierwsze z nich dotyczyło rozumienia jakości żywności. W naszym przekonaniu jest ono związane z pierwotnym, oralnym charakterem sieci bazujących głównie na bezpośrednim kontakcie producenta i konsumenta. Z jednej strony wyraża się to poprzez symbole, które odnoszą się do smaku dzieciństwa, zakorzenia w przeszłości, wiejskiej idylli. Jakość definiowana jest głównie poprzez rozumienie „autentyczności”, produkt musi odpowiadać wizji, tego jak wygląda żywność z małego, przydomowego ogródka. Z drugiej jednakże strony owa jakość jest przedmiotem nieustannego podtrzymywania ze strony producentów i weryfikowania ze strony konsumentów. Jest bardziej czymś odtworzonym w toku interakcji i praktyk społecznych niż czymś ustanowionym raz na zawsze.

Drugie z pytań dotyczyło specyfiki praktyk społecznych związanych z polskimi alternatywnymi sieciami żywności. W przeciwieństwie do przykładów pochodzących z Europy Zachodniej czy Stanów Zjednoczonych, polskie AFN bazują na innym zestawie znaczeń. Mają one bardziej zindywidualizowany, skupiony na jednostce i rodzinie charakter. Nie stanowią wyzwania rzuconego kapitalistycznemu modelowi produkcji, ale raczej służą do kontroli zagrożeń z nim związanych. W tym sensie, zachodnie i polskie alternatywne sieci żywnościowe, pomimo podobnej konstrukcji stanowią element innych praktyk społecznych. Specyfika polskich AFN wyraża się w czymś, co nazwać można zindywidualizowaną sprawczością. Dostrzegliśmy tutaj silny rys indywidualistyczny. O ile z jednej strony polskie AFNy ograniczają się co najwyżej do familiarnych relacji, to jednocześnie generują konstruowanie silnie zindywidualizowanej podmiotowości. Ta z kolei wyraża poprzez praktyki związane z jedzeniem dwa powiązane ze sobą elementy: kontrolę oraz antynowoczesny lęk. W tym sensie brakuje w nich typowych dla państw wysoko rozwiniętych progresywnych odwołań. Dla badanych przez nas konsumentów AFN stanowią proste narzędzie

służące do kontrolowania rzeczywistości społecznej, która jawi się jako krucha i niestała. W tak silnie zindywidualizowanym i napędzanym obawą kontekście trudno oczekiwać, by alternatywne praktyki żywnościowe skupione zostały, jak ma to często miejsce w kontekście zachodnim, wokół ekologii, ekonomii społecznej czy wartości prowsólnotowych.

W tym miejscu warto powyższe wnioski odnieść do czterech metafor, które zaproponowaliśmy na początku artykułu. Pisaliśmy, że żywność można badać pod kątem jej stabilizującej, katalizującej, mediacyjnej i separacyjnej funkcji. Ideologiczno-materialna konstrukcja żywności jako elementu zakorzenionego w przeszłości utrwała naszym zdaniem wiele tradycyjnych wyobrażeń na temat rzeczywistości społecznej, które obecne są w polskiej kulturze. Jednocześnie odwołujące się neoruralistycznych fantazji zachowania związane z żywnością stabilizują wiele innych praktyk społecznych, charakterystycznych dla społeczeństw o niskim poziomie zaufania społecznego. Chodzi tutaj zarówno o owe indywidualnie konstruowane sprawstwo, jak i stosunek wobec certyfikatów. Te ostatnie można rozumieć jako systemy eksperckie (Giddens 2006). Mają one na celu ustabilizowanie relacji społecznych za pomocą zobiektywizowanych reguł, których nie trzeba ustanawiać za każdym razem, przy każdej kolejnej interakcji. Certyfikaty mówią konsumentom, które towary są jakościowo dobre i sprawiają, że nie trzeba tego każdorazowo sprawdzać. Systemy eksperckie są cechą charakterystyczną społeczeństw nowoczesnych, jednakże do odpowiedniego funkcjonowania wymagają zaufania. W naszych badaniach dostrzegliśmy sytuację, w której interakcje pomiędzy producentami a konsumentami oparte są na regułach ustanawianych w bezpośrednim kontakcie, w związku z czym mają do pewnego stopnia charakter przednowoczesny. Nie wymagają one bowiem dużego poziomu zaufania wobec instytucji czy ponadjednostkowych reguł.

Ów przednowoczesny rys alternatywnych sieci związany jest również z funkcją katalityczną. Żywność identyfikowana jako zdrowa, lokalna, naturalna jest być może do pewnego stopnia katalizatorem, za pomocą którego badani rekompensują sobie skutki uboczne nowoczesności. Jak zaznaczaliśmy wyżej, lęk przed nowoczesnością jest tematem często przewijającym się w naszych wywiadach. Stanowi on jedną z głównych motywacji zaangażowania się konsumentów w AFN. Żywność wysokiej jakości (tak jak ją konsument definiuje) jest zatem próbą zakotwiczenia praktyk swojej codzienności na obszarze tego, co pewne i stabilne, dzięki czemu to, co płynne, dynamiczne i niezrozumiałe może zostać odpowiednio obłaskawiane i poddane indywidualnej kontroli.

Żywność w naszych badaniach może pełnić rolę mediatora, ale o bardzo ograniczonym zasięgu. Mówiliśmy już wielokrotnie o tym, że jakość wyznaczana jest przez proste sieci. Twierdziliśmy również, że praktyki żywnościowe konsumentów ograniczają się do wąskiego pola, często poprzestając na najbliższej rodzinie. Widzimy tutaj pewną mediację, rozumianą jako podłączanie się

w trakcie podejmowania praktyk do pewnych sieci relacji, ale siłą rzeczy te relacje nie prowadzą nas zbyt daleko. Jest tutaj jednakże coś jeszcze. Mediację można rozumieć nie tyle jako proste zapośredniczenie pomiędzy elementami sieci, ile relację, która każdorazowo może owe elementy zmienić (Latour 2010: 53–60). Idąc tym tropem moglibyśmy powiedzieć, że będąc w alternatywnej sieci żywnościowej uczestnicy nie tylko łączą się z producentami i innymi konsumentami, ale również uczestniczą w praktykach, które mogą ową sieć znacząco przekształcić. W naszych badaniach była to głównie strona konsumentcka, która wymagała bezpośredniego kontaktu ze sprzedawcą, czy naciskała na odpowiednie formy dystrybucji bądź sprzedaży towaru.

Jest wreszcie żywność w naszych badaniach separatorem. Wykorzystywana jest przez badanych do dystynkcji, rozróżnienia tych, którzy żywią się zdrowo od masowych konsumentów. Paradoksalnie, badane alternatywne sieci bazowały też na wyraźnym podziale między konsumentami a producentami. Stanowili oni część jednej inicjatywy, ich społeczne światy nie przenikały się jednak zbyt intensywnie.

Na koniec warto podkreślić, że nasze badania mają jedno poważne ograniczenie. Analizowane przez nas studia przypadku odnoszą się do specyficznego kontekstu, który jest do pewnego stopnia peryferyjny. Nie badaliśmy bowiem konsumentów pochodzących z dużych ośrodków miejskich. Podejrzewamy, że w takich miejscach zaangażowanie w alternatywne sieci przybiera inną formę (np. Bilewicz i Śpiewak 2015). Nasze studium ma ponadto charakter jakościowy. Naszym celem było dokonanie wglądu w praktyki społeczne skupione wokół żywności i mamy świadomość, że ugruntowanie naszych wniosków wymagałoby badań ilościowych. Wierzymy zatem, że przedstawione tutaj obserwacje staną się podstawą do dalszych, pogłębianych studiów.

## Literatura

- Abrahamsson, Sebastian i Annemarie Mol. 2013. *Food*. W: P. Adey et al. (red.). *The Routledge Handbook of Mobilities*. Milton Park, New York: Routledge, s. 278–287.
- Bachórz, Agata. 2014. *Jedzenie „prawdziwe” i „nieprawdziwe”? Kategoria autentyczności w internetowym dyskursie kulinarnym*. W: U. Jarecka i A. Wieczorkiewicz (red.). *Terytoria smaku. Studia z antropologii i socjologii jedzenia*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN, s. 293–319.
- Barbera, Filippo, Alessandro Corsi, Egidio Dansero, Paolo Gianccaria, Cristiana Peano i Matteo Puttilli. 2014. *What is alternative about Alternative Agri-Food Networks? A Research Agenda towards an Interdisciplinary Assessment*. „Scienze dle Territorio” 2: 45–53.
- Beck, Ulrich. 2004. *Spoleczeństwo ryzyka: w drodze do innej nowoczesności*. Tłum. S. Cieśla. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

- Belasco, Warren. 2007. *Appetite for a Change: How a Counterculture Took on the Food Industry*. Ithaca: Cornell University Press.
- Bell, David. 2006. *Variations of the Rural Idyll*. W: P. Cloke, T. Marsden i P. Mooney (red.). *Handbook of Rural Studies*. London: Sage, s. 149–161.
- Bilewicz, Aleksandra i Ruta Śpiewak. 2015. *Enclaves of Activism and Taste: Consumer Cooperatives in Poland as Alternative Food Network*. „Socio.hu” 3: 145–166.
- Bińczyk, Ewa. 2012. *Technonauka w społeczeństwie ryzyka*. Toruń: Wydawnictwo Naukowe UMK.
- Bourdieu, Pierre. 2005. *Dystynkcja: społeczna krytyka władzy sądzania*. Tłum. P. Biłos. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Buttel, Frederick. 2006. *Sustaining the Unsustainable: Agro-food Systems and Environment in the Modern World*. W: P. Cloke, T. Marsden i P. Mooney (red.). *Handbook of Rural Studies*. London: Sage, s. 213–230.
- Caparros, Martin. 2016. *Głód*. Tłum. M. Szafrąńska-Brandt. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Conkin, Paul. 2007. *A Revolution Down on the Farm*. Lexington: University Press of Kentucky.
- Convay, Gordon. 1998. *The Doubly Green Revolution*. Ithaca: Cornell University Press.
- DeSoucey, Michaela. 2016. *Contested Tastes: Foie Gras and the Politics of Food*. Princeton: Princeton University Press.
- Domański, Henryk, Zbigniew Karpiński, Dariusz Przybysz i Justyna Straczuk. 2015. *Wzory jedzenia a struktura społeczna*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Flemmen, Magne, Johs, Hjellbrekke i Vegard, Jarness. 2017. *Class, Culture and Culinary Tastes: Cultural Distinctions and Social Class Divisions in Contemporary Norway*. „Sociology” 1: 2–22.
- Fonte, Marie. 2008. *Knowledge, Food and Place. A way of producing, a way of knowing*. „Sociologia Ruralis” 48: 200–222.
- Fonte, Maria. 2013. *Food Consumption as Social Practice: Solidarity Purchasing Groups in Rome, Italy*. „Journal of Rural Studies” 32: 230–239.
- Forson-Williams, Psyche. 2006. *Building Houses Out of the Chicken Legs*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Giddens, Anthony. 2006. *Konsekwencje nowoczesności*. Tłum. E. Klekot. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Goodman, David. 2003. *Quality Turn and Alternative Food Practices: Reflections and Agenda*. „Sociologia Ruralis” 43: 1–7.
- Goodman, David. 2004. *Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-food Networks and Paradigm Change*. „Sociologia Ruralis” 44: 3–16.
- Goodman, David i Melanie DuPuis, Goodman Michael. 2014. *Alternative Food Networks: Knowledge, Practice and Politics*. Oxon: Routledge.
- Gorlach, Krzysztof. 2004. *Socjologia obszarów wiejskich*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Gorlach, Krzysztof i Piotr Nowak. 2011. *Tradycja, wiedza i sieci społeczne w regionalnej produkcji żywności. Przypadek sera oscypka*. W: H. Podedworna (red.).

- Nowe inspiracje socjologii wsi*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar, s. 32–56.
- Goszczyński, Wojciech. 2014. *Smak zmiany: nowe formy społecznej organizacji rolnictwa i konsumpcji żywności w Unii Europejskiej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Grivinis, Mielis, Talis Tisemkopfs, Zaklina Stojanovic i Bojan Ristic. 2016. *A Comparative Analysis of the Social Performance of Global and Local Berry Supply Chains*. „Sustainability” 8 (532): 2–20.
- Guthnam, Julie. 2002. *Commodified Meanings, Meaningful Commodities: Rethinking production-consumption links through the organic system of provision*. „Sociologia Ruralis” 42: 291–305.
- Hatanaka, Maki, Carmen Bain i Lawrence Busch. 2006. *Differentiated Standardization, Standardized Differentiation: The Complexity of the Global Agrifood System*. W: T. Marsden i J. Murdoch (red.). *Between the Local and the Global: Confronting Complexity in the Contemporary Agri-food Sector*. Amsterdam: Elsevier, s. 30–69.
- Heuts, Frank i Annemarie Mol. 2013. *What is a Good Tomato. A Case of Valuing in Practice*. „Valuation Studies” 1: 125–146.
- Jehlicka, Petr i Joe Smith. 2012. *Sustainability and the „Urban Peasant”: Rethinking the Cultural Politics of Food and Self-provisioning in the Czech Republic*. W: P. Zahradka i R. Sedlakova (red.). *New Perspectives on Consumer Culture Theory and Research*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, s. 78–96.
- Kopczyńska, Ewa. 2015. *Co to jest jedzenie naturalne? Socjonatura na targowisku*. „Studia Socjologiczne” 4: 181–203.
- Kopczyńska, Ewa. 2017. *Economies of Acquaintances. Social Relations during Shopping at Food Markets and in Consumers' Food Cooperatives*. „East European Politics and Societies and Cultures” 31, 3: 637–658.
- Kvale, Steinar. 2010. *Prowadzenie wywiadów*. Tłum. A. Dziuban. Warszawa: WN PWN.
- Latour, Bruno. 2010. *Splatając na nowo to, co społeczne*. Tłum. A. Derra i K. Arbiszewski. Kraków: Universitas.
- Lyson, Thomas. 2004. *Civic Agriculture: Reconnecting Farm, Food, and Community*. Medford: Tufts University Press.
- Manea, Gabriela, Elena Matei, Luliana Vijulie, Marian Marin, Octavian Cocos i Adrian Tiscovshi. 2013. *Tradition and Modernity in the Romanian Rural Space. Case Study: the Arges Sub-Carpathian Foothills*. „Eastern European Countryside” 19: 127–151.
- Marsden, Terry. 2006. *Pathways In the sociology of rural knowledge*. W: P. Cloke, T. Marsden i P. Mooney (red.). *Handbook of Rural Studies*. London: Sage, s. 1–18.
- Mol Annemarie i Frank Heuts. 2013. *What Is a Good Tomato? A Case of Valuing in Practice*. „Valuation Studies” 1: 125–146.
- Mol Annemarie i Jessica Mesman. 1995. *Neonatal Food and the Politics of Theory: Some Questions of Method*. „Social Studies of Science” 26: 419–444.



- Mylan, Josephine. 2015. *Understanding the Diffusion of Sustainable Product-Service Systems: Insights From the Sociology of Consumption and Practice Theory*. „Journal of Cleaner Production” 97: 13–20.
- Nowak, Andrzej, Krzysztof Abriszewski i Michał Wróblewski. 2016. *Czyje lęki? Czy nauka? Struktury wiedzy wokół kontrowersji naukowo-społecznych*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Parasecoli, Fabio. 2014. *Al Dente – A History of Food in Italy*. London: Reaktion Books.
- Probyn, Elspeth. 2000. *Carnal Appetites: Food, Sex and Identities*. London: Routledge.
- Reckwitz, Andreas. 2002. *Toward a Theory of social Practices. A development in Culturalist Theorizing*. „European Journal of Social Theory” 5: 243–263.
- Renting Henk, Terry Marsden i Jo Bank. 2003. *Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development*. „Environment and planning” 35: 193–411.
- Renting, Henk, Markus Schermer i Adanella Rossi. 2012. *Bulding Food Democracy: Exploring Civic Food Networks and Newly Emerging Forms of Food Citizenship*. „International Journal of Sociology of Agriculture and Food” 19: 289–307.
- Schatzki, Theodore. 2002. *The Site of the Social: A Philosophical Account of the Constitution of Social Life and Change*. University Park: Pennsylvania University Press.
- Short, Brian. 2006. *Idyllic Ruralities*. W: P. Cloke, T. Marsden i P. Mooney (red.). *Handbook of Rural Studies*. London: Sage, s. 133–149.
- Shove, Elizabeth, Mika Pantzar i Matt Watson. 2012. *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How It Changes*. London: Sage.
- Smith, Joe i Petr Jehlicka. 2013. *Quiet Sustainability: Fertile lessons from Europe’s productive gardeners*. „Journal of Rural Studies” 32: 148–157.
- Swenson, Rebecca. 2009. *Domestic Divo? Televised Treatments of Masculinity, Femininity and Food*. „Critical Studies in Media Communication” 26: 36–53.
- Śpiewak, Ruta. 2016. *The Social Process of Defining Quality Food, Based on the Opinions of Polish Consumer Cooperative Members*. „Więś i Rolnictwo” 4(173): 125–141.
- Triboi, Roxana Maria. 2017. *Urban Pastoralism as Environmental Tool for Sustainable Urbanism in Romania and Eastern Europe*. „Procedia Environmental Sciences” nr??: 1–6.
- Wilkin, Jerzy. 2010. *Wielofunkcyjność rolnictwa: kierunki badań, podstawy metodologiczne i implikacje praktyczne*. Warszawa: Wydawnictwo IRWiR PAN.
- Wilson, Geof. 2001. *From productivism to post-productivism... and back again? Exploring the (un)changed natural and mental landscape of European agriculture*. „Transaction of the Institute of British Geographers” 26: 77–102.
- Zych, Magdalena i Szczurek Magdalena. 2016. *Dzielo-działka*, Kraków: Wydawnictwo Muzeum Etnograficznego w Krakowie.

---

## Quality in Polish Alternative Food Networks – Social Practice Analysis

### Abstract

The main goal of the article is to analyse social practices in Polish alternative food networks. Authors argue that food as a social phenomenon can have four social functions: stabilization, catalysis, mediation and separation. Social practices are understood as activities engaging meanings, practical knowledge and materiality. The analysis is based on qualitative research of five deliberately chosen food networks. Two research questions have been raised: 1) how the quality is being constructed in Polish alternative food networks and what social potential comes with it?; 2) are postproductivist values related to the construction of quality (as it is the case of alternative food networks in highly developed countries)? The main conclusions are: 1) the quality depends on the form of food network (the smaller network, the higher guarantee of quality); the construction of quality is based on verification practices and direct contact with the seller or producer; 2) the cultural patterns of the quality are based on neoruralistic and idyllic imaginations and on practices that embed production and consumption in the past; 3) Polish alternative food networks are specific because of their individualistic, family and non-community based character.

**Keywords:** food, consumption, production, social practices, quality, alternative food networks