

PAWEŁ WYBORSKI
Gdańsk

IN VINO VERITAS/COMMUNITAS/CIVILITAS?
O CYWILIZUJĄCEJ TOWARZYSKOŚCI KONSUMPCJI WINA

ZAŁOŻENIA WSTĘPNE

Jest nie lada zadaniem, jak wskazuje Roger Pol-Droit (2005), podjęcie próby dotarcia do poplątanych związków między przedmiotami a działaniami ludzkimi i objaśnienia ich. W uniwersum rzeczy wino stanowi zaledwie jedną z rozlicznych możliwości, poprzez które ludzie wyrażają siebie i konstruują swój własny świat (Miller 1995). Dla miłośników wina, czyli jego amatorów¹, wino wraz z całym kompleksem odpowiednich reguł, jak wskażę w następnych paragrafach, stanowi ważne i doniosłe medium budowania społecznego zakorzenienia — zakładania i regulowania relacji społecznych. Nawet jeśli uznać świat jego konsumpcji za specyficzny i wyspecjalizowany fragment rzeczywistości społecznej, to i tak w żaden sposób nie odbiera mu to socjologicznej doniosłości (Gronow 2004, s. 39). Tym bardziej że w ostatnich latach w rezultacie wzrostu popularności tego trunku fenomen picia wina staje się nie tylko bardziej dostępny, ale i atrakcyjny dla szerszej publiczności². Jak przewidział Georg Simmel (2006b, s. 201), a potwier-

Adres do korespondencji: shrouds@wp.pl

¹ W tekście, wmiennie ze słowem „konsument”, używam pojęcia „amator” na oznaczenie osób lubiących i spożywających wino, zgodnie ze znaczeniem, jakie nadał mu Antoine Hennion (Teil, Hennion 2004, s. 19; Hennion 2007, s. 112). „Amator” odnosi się do osoby podchodzącej z entuzjazmem i zaangażowaniem do jakiejś sfery aktywności (lub dobra). Ma nieco inny wydźwięk niż „koneser”, który kojarzy się bardziej ekspercko i profesjonalnie.

² Mam na myśli współczesne zjawisko tzw. nowej kultury wina, a które zwracają uwagę badacze społecznej natury trunku (np. Demossier 2005; 2010, s. 70–100; Unwin 1991, s. 311–312),

dzają współcześni obserwatorzy (Gronow 1997; Maffesoli 2008; Lash 2009; de la Fuente 2007), więzi międzyludzkie w coraz większym stopniu opierają się na zbliżonej wrażliwości i podobnych standardach gustu. Zainteresowanie winem, czyli określone konsumpcyjne preferencje, w różny sposób wiąże ludzi, stanowiąc podkreślenie relacji i dodatkowy środek estetyzowania znajomości oraz pełniąc rolę aktywnego czynnika sprawczego związków społecznych.

Podjęmę tu zadanie rozważenia towarzyskiego waloru konsumowania wina, czyli nakreślenia kilku, wyłaniających się z badań empirycznych³, możliwych związków między towarzyskością (Simmel 2005, 2006a) a sytuacjami spożywania tego napoju, które rozumiem nie tylko jako akty konsumpcji kulinarnej (formy posiłku), ale także jako możliwe przejawy towarzyskości. Rozważany problem w szerszym kontekście wpisuje się w zagadnienie więziotwórczych potencji wina (por. Wyborski 2012). Odnoszę się tu jedynie do wybranych przejawów uspołeczniającego wpływu wina, to znaczy związków międzyludzkich, jakie stają się udziałem jego konsumentów. Na poziomie ogólnym moje rozważania inspirowane są koncepcją cywilizowania Norberta Eliasa, opierają się bowiem na przekonaniu, że wino wpływa cywilizująco na swoich konsumentów, a towarzyski sposób konsumowania staje się jednym z wymiarów cywilizującego oddziaływania trunku.

Jednocześnie zamierzam wykazać, że towarzyskość, omawiana w odniesieniu do specyficznego fragmentu rzeczywistości, jaką jest konsumowanie wina, wcale nie musi wiązać się wyłącznie z zabawowo-frywolnym światem „nie na serio”. Przeciwnie, istota towarzyskości oparta jest na klu-

czyli inaczej mówiąc, ogromnej kariery tego trunku w kilku ostatnich dziesięcioleciach. Spożycie wina zdemokratyzowało się, obejmując coraz szersze kategorie społeczne, a refleksem zmian stała się wzrastająca widzialność i popularność konsumpcji wina, także w krajach dotychczas postrzeganych jako zorientowane głównie na konsumpcję piwa lub mocniejszych trunków (np. w Polsce) (Resnick 2008). Współcześnie zatem wino uzyskuje status coraz bardziej pożądanego dobra konsumpcyjnego, wiążącego się z prestiżem i manifestacją dobrego smaku (Finkelstein, Quiazon 2007).

³ Analiza opiera się na materiale empirycznym, który pochodzi z wywiadów pogłębiomych przeprowadzonych z amatorami wina (na różnych poziomach zaangażowania) z rejonu Trójmiasta i okolic. Wywiady koncentrowały się na roli i znaczeniu wina (i jego spożywania) w życiu badanych osób, a dyspozycje do wywiadów obejmowały między innymi okoliczności spożywania, preferowane wzory konsumpcji, udział innych osób, popularność wina we współczesnej Polsce, możliwe motywy i konsekwencje zainteresowania się trunkiem. W okresie od czerwca 2010 r. do grudnia 2011 r. zrealizowanych zostało dziesięć wywiadów (Trójmiasto i okolice), które pozwoliły na wyodrębnienie kluczowych wątków związanych z wpływem wina na swoich amatorów, które stanowiąc będą przedmiot dalszych badań. Uzupełnieniem wywiadów są obserwacje degustacji organizowanych w Gdańsku i Sopocie (w okresie 2010–2011), zróżnicowanych ze względu na charakter miejsca i profil odwiedzających: w winiarniach, sklepach winiarskich, restauracjach, a także w warunkach domowych.

czowych zasadach (wzajemności i równości), których spełnienie jest konieczne, aby można było sytuację kwalifikować jako towarzyską. Ponadto specyficzne ramy wyznaczające tematykę spotkania, organizujące jego strukturę i przebieg znacząco przyczyniają się do uporządkowania towarzyskiej okazji, przez co udział w zgromadzeniu wspólnie konsumujących jest kwestią uwzględnienia przez uczestników obowiązujących reguł, nawet jeśli pozostają one relatywnie słabo dostrzegalne i zamaskowane okolicznościami wspólnej zabawy. Spożywanie trunku stanowi okazję, która z jednej strony pozostaje przestrzenią wspólnej degustacji, rozmowy i przyjemności, a z drugiej jest sytuacją treściowo zakotwiczoną — zorientowaną na spożywanie wina, jego smakowanie oraz akceptowanie reguł określających porządek konsumpcji. W rezultacie towarzyskość, ta „czysta forma uspołecznienia”, bywa areną oddziaływań cywilizujących — skłaniających wszystkich obecnych do wzajemnego dopasowania i wspólnej pracy na rzecz sukcesu spotkania.

Traktowanie wina jako neutralnego elementu rzeczywistości społeczno-kulturowej może wydać się kontrowersyjne, gdyż refleksja dotycząca konsumpcji alkoholu zwykle wpisuje się w rejony rozważań na temat patologii społecznej (por. Heath 1987). Należy więc uzasadnić słuszność i użyteczność nieobarczonej uprzedzeniami refleksji nad znaczeniem trunku. Pomijając opinie o wyjątkowym charakterze wina (Barthes 2000; Colman 2008, s. 8–10), należy zauważyć, że świat napojów alkoholowych i powiązanych z nimi czynności stanowi jak najbardziej pełnoprawne pole refleksji nad społeczno-kulturową aktywnością człowieka. Picie jest konstruktywne, twierdzi jednoznacznie Mary Douglas (1987), samo w sobie ma bowiem charakter kulturowy i jak w zwierciadle przeglądają się w nim instytucje oraz wartości określonej formacji kulturowej (Douglas, Isherwood 1996, s. 50; Heath 1987, s. 30–35, 46; Wilson 2005, s. 3–4; de Garine 2001, s. 6–9). W napojach alkoholowych i sposobach ich konsumowania odbija się natura świata społecznego, zarówno w sensie realnej konstytucji rzeczywistości społecznej, jak i wyobrażeń o jej strukturze idealnej (Douglas 1987, s. 8–12). Refleksja nad czynnościami spożywania różnych produktów alkoholowych jest w tym sensie jak najbardziej miarodajną sposobnością do wglądu w realia życia społecznego. Analogicznie — smakowania wina nie można sprowadzić do doświadczeń zmysłowych, jakie stają się udziałem jego amatorów, ale przede wszystkim do społeczno-kulturowych kategorii, które definiują i nadają kształt takim wrażeniom i zdarzeniom. Ponadto warto podjąć próbę zrozumienia, zgodnie z założeniami współczynnika humanistycznego (Znaniecki 1988, s. 25), w jakie znaczenie wyposażają konsumenci określone dobra i jaki robią z nich użytek, pamiętając, że to, w jaki sposób te dobra definiują, przesądza o podejmowanych względem nich działaniach, które prowadzą do takich a nie innych konsekwencji. Jak podpowiada Herbert Blumer (2007, s. 55):

„Aby poznać i zrozumieć życie danej grupy, trzeba poznać świat jej przedmiotów; poznanie to musi dokonywać się w kategoriach znaczeń, jakie przedmioty mają dla jej członków”.

W opinii badanych wino wcale nie musi wiązać się z efektami działania alkoholu. Jego spożywanie może być określone przez *umiar*, a główną zasadą określającą relację z winem może być nacechowane umiarem poszukiwanie właściwości smakowych czy wręcz uczenie się tego napoju poprzez konsumpcję niewielkich jego ilości. Do tej kwestii odniosę się w paragrafie poświęconym cywilizującemu charakterowi konsumpcji trunku.

Podjęte rozważania nawiązują także do ustaleń tzw. studiów nad kulturą materialną (antropologią czy socjologią przedmiotów)⁴. Materialny charakter wina nie ulega wątpliwości, choćby jeśli weźmiemy pod uwagę definicje akcentujące wykonany czy wykonywany charakter przedmiotu jako jego konstytutywną właściwość (Pol-Droit 2001, s. 13; Krajewski 2008; Attfield 2000, s. 11), jednak może pojawić się kontrowersja, że wino jako płyn to zbyt nieuchwytny materialnie twór, aby można było kwalifikować go jako przedmiot. Rozważając wino jako obiekt materialny, należy zatem podkreślić obecność naczynia (butelki czy kieliszka w sytuacji spożywania), poprzez które niestabilny płyn zostaje „urzeczowiony i utrwalony” (Sommer 2003, s. 109), a trunek staje się „ogniwem zespolonej całości” (Simmel 2006c, s. 105), która nadaje mu wydzielony materialny charakter⁵.

Rozważania te stanowią także jedno z możliwych odczytań dzieł Simmla w kontekście współczesnej sfery praktyk kulinarnych, których szczególnym ambasadorem w tekście jest kultura konsumpcji wina. W ten sposób główny podejmowany tu wątek jednocześnie pozostaje zakorzeniony w postulatach/programie socjologii jedzenia, sugerującym doniosłość analiz nad znaczeniem określonych produktów kulinarnych, żywieniowych preferencji i ich społecznych konsekwencji (Beardsworth, Keil 1997) jak i stanowi zaproszenie i okazję do analizy współczesnych form społecznych, które nadbudowują się na podzielanych preferencjach konsumpcyjnych. Jak zauważa Joanne Finkelstein (2004, s. 60), praktyki kulinarne stanowią bogate źródło przyjemności i zasadnie można twierdzić, że od wczesnych początków europejskiej instytucji restauracji (XVII wiek) jedzenie zaczęło mieć znacznie więcej cech wspólnych z rozrywką niż biologiczną koniecznością odżywiania organizmu.

⁴ Przyjmuję w pewnym uproszczeniu, w ślad za badaczami socjologicznego znaczenia przedmiotów (Krajewski 2008; Woodward 2001), że akty spożywania trunku można rozumieć jako przypadki nawiązywania i utrzymywania z nim *relacji* przez jego amatorów.

⁵ Płynny charakter przedmiotów, jakkolwiek sugeruje myślenie o nich jako ustabilizowanych przez naczynie czy narzędzie, nie kwestionuje ich społecznej ważności i nie powinien skutkować mniejszym zainteresowaniem ze strony badacza kultury materialnej. Zob. np. wnikliwą analizę współczesnej kariery butelkowanej wody pitnej Richarda Wilka (2006).

TOWARZYSKA KONSUMPCJA — TOWARZYSKOŚĆ I POSIŁEK
W UJĘCIU GEORGA SIMMLA

Jedną z cech charakterystycznych socjologii Georga Simmla⁶ stanowi podejmowanie zagadnień, które w czasach autorowi współczesnych traktowane były z nieufnością jako zbyt przyziemne i niegodne socjologicznej uwagi. Jak jednak zauważa David Frisby (1997, s. 9), to specyficzne dla Simmla mikroskopowe podejście do badań życia społecznego i nacisk na pogłębione studia nad specyfiką społecznych interakcji daje szansę na dokładny wgląd w rzeczywistość społeczną, a przez to przekłada się na możliwość lepszego zrozumienia struktur społecznych i formacji kulturowych. Jednym z głównych zamierzeń, jakie stawiał Simmel w swoich analizach socjologicznych, było poszukiwanie „uwarunkowań konkretnych, żywych rodzajów uspołecznienia” (Simmel 2006b, s. 203), czyli „pulsującego, sprzęgającego ludzi życia” (Simmel 2006b, s. 185):

„Do tej pory socjologia, ogólnie rzecz biorąc, starała się opisać wzór, jaki ostatecznie jest widoczny na powierzchni tkaniny społecznej — jeśli jednak chcemy pojąć siły, które ją wytworzyły ukształtowały, musimy docenić znaczenie delikatnych, niepozornych nici zadzierzających się między ludźmi” (Simmel 2006b, s. 203).

W ujęciu Simmlowskim towarzyskość jest „czystą formą uspołecznienia” (Simmel 2005). Nie tylko ma ona „zabawowy” charakter, ale jest czystą formą interakcji, socjologicznym fenomenem *sui generis*. Uczestnictwo w towarzyskiej sytuacji stanowi wartość samą w sobie oraz źródło satysfakcji dla uczestników. Towarzyskość stanowi sens sama w sobie, jako przejaw niczym niezakłóconego oddziaływania ludzi na siebie i jest wejściem do ograniczonego czasowo i doraźnie wykreowanego świata, którego uczestnicy godzą się na czasowe zawieszenie różnic między sobą, postępując tak, „jakby gdyby wszyscy byli równi” (Simmel 2005, s. 38). Towarzyska interakcja nie może okazywać się formułą służebną dla urzeczywistniania jednostkowych celów, nie może być narzędziem realizowania partykularnych interesów. Stanowiłoby to zaprzeczenie jednej z jej konstytutywnych cech i ustanawiałoby relację nadrzędności, a przecież towarzyskie obcowanie stanowi domenę oddziaływań ludzi wobec siebie równych. Tego typu podporządkowywanie bezsprzecznie łamałoby także inne fundamentalne prawo towarzyskości — zasadę wzajemności, według której radość każdego z uczestników pozostaje skorelowana z zadowoleniem

⁶ Jak dowodzi Gary Backhaus (1998), metoda Simmlowska to w istocie fenomenologicznie zakorzenione podejście ejdetyczne, zorientowane na próby poszukiwania *istosoty* (*eidos*) badanych zjawisk poprzez ich wnikliwy i wszechstronny opis. Cechami takiego sposobu analizy są na przykład „docieranie do zasad, wedle których organizowane są badane fenomeny, przez separowanie usuwalnych elementów od tych, które usunąć się nie dają, oraz przez odróżnianie przypadkowych właściwości od nieredukowalnej struktury” (Backhaus 1998, s. 267).

wszystkich biorących udział w spotkaniu. Naturalnie, wygaszenie społecznych różnic między uczestnikami towarzyskiego zgromadzenia ma charakter przejściowy i właściwe jest jedynie momentowi wzajemnych oddziaływań. Typowym przejawem tworzenia wrażenia równości uczestników jest stylizacja, czyli „osłonięcie osobowości” (Simmel 2007, s. 183), która poprzez estetyczne formy (np. reguły konwersacji czy sposób aranżacji rekwizytów) maskuje indywidualne różnice między uczestnikami, wprowadzając w towarzyską sytuację konsumpcji zgodność, jednolitość i estetyczny porządek, jednocześnie budując platformę komunikacyjną między podobnie konsumującymi. Towarzystwo, przyznaje Simmel, jest przez to światem sztucznym (Simmel 2005, s. 38; de la Fuente 2008, s. 348–349). Podobnie jak dzieło sztuki, nie może obejść się bez środków wyrazu artystycznego. Byłoby jednak błędem postrzegać ten sztuczny (czyli stylizowany) charakter towarzyskiego stosunku jako przejaw jego kruchości czy ułomności, Jest on konieczny dla towarzyskości. Relacja towarzyska wymaga, aby uczestnicy działali tak, jakby byli wobec siebie równi, a stylizacja wprowadza pewien wspólny porządek i jednolitość w toku towarzyskich interakcji. Inaczej mówiąc: towarzyskość spożywania wymaga społecznych reguł, których celem jest budowanie i zabezpieczanie interakcji społecznych w jego ramach (Gronow 1997, s. 137).

Nie należy jednak wysuwać wniosku, że towarzyskość, jako wyabstrahowana z rzeczywistych treści forma społeczna, nie może obracać się wokół jakichś wątków tematycznych, które nadają jej kształt, ukierunkowują rozmowy i określają przebieg sytuacji (czy też, lepiej, wytyczają pewne ramy, które uczestnicy mogą wypełnić treścią własnych, nakierowanych na siebie nawzajem działań) czy w ogóle stanowią powód, dla którego osoby gromadzą się i uczestniczą w towarzyskim obcowaniu ze sobą). Towarzystwo jako pewna społeczna gra odgrywana jest w różnych kontekstach życia społecznego (Frisby 2002, s. 112). Nie może pozostać oderwana od życia i skupiona jedynie na odgrywaniu reguł etykiety i taktu, bo wówczas przekształci się w karykaturę, w której maniery i zasady konwersacji nie odnoszą się do żadnych treści, a interakcja sprowadza się do uczestnictwa w martwej i pustej formule (Gronow 1997, s. 143–144).

Sytuacja spożywania posiłku stanowi doniosłą okazję do manifestowania się towarzyskości (Frisby 1997, s. 10; Gronow 1997, s. 135–139). Społeczny akt jedzenia stanowi nośnik specyficznej aury, w której ujawnia się typowe dla towarzyskości uczestnictwo w pewnej międzyludzkiej grze czy rozmowie określonej wymogami etykiety. Socjologiczna analiza znaczenia posiłku w zamierzeniu Simmla była zresztą przymiarką do szerszych studiów nad towarzyskością i sposobami jej przejawiania się na różnych poziomach rzeczywistości społecznej (Frisby 1997, s. 10). Socjologiczne znaczenie aktu spożywania polega, według niego, nie na zaspokojeniu głodu, ale na ukształtowaniu i uregulowaniu „prymitywnego i nikkzemnego” faktu jedzenia (Simmel 2006a, s. 81) w społeczną formę, w której „urok przebywania razem dominuje nad czysto

materialnym znaczeniem posiłku” (Simmel 2006a, s. 276)⁷. Jedzenie okazuje się potężnym mechanizmem uspołecznienia nie dlatego, że prowadzi do zaspokojenia ważnych fizjologicznie potrzeb jednostkowych, ale dlatego, że wiąże ludzi w ponadindywidualne sytuacje jedzenia, określane normami wzajemnego dopasowania się i podporządkowania zasadom estetycznym.

„Wspólne jedzenie i picie wyzwala niebywałą energię socjalizacyjną, która przesłania fakt, że w rzeczywistości nie je się przecież «tego samego», lecz każdy spożywa swoją osobną porcję, oraz rodzi pierwotne wyobrażenie powstającej w ten sposób wspólnoty ciała i krwi” (Simmel 2006a, s. 273–274).

Spożywanie jedzenia jest czynnością praktyczną i indywidualną, która jednak wraz z aranżowaniem jej jako posiłku staje się sytuacją stylizowaną, estetyczną i ponadindywidualną. Odrywa się wówczas od swojego celu i transcenduje swój praktyczny kontekst — przestaje oznaczać tylko jedzenie. Staje się wspólnym jedzeniem, w którym samo spożywanie ustępuje pierwszeństwa wypracowywanej przez uczestników formie konsumowania. Wtedy dopiero, zdaniem Simmla, staje się przedmiotem socjologicznego zainteresowania. Posiłek wiąże się bowiem z wpisaniem indywidualnego aktu jedzenia w dyscyplinujące ramy regulacji społecznych i stanowi „mikrokosmos społecznego porządku” (de la Fuente 2007) jako forma społeczna, której zasadniczą cechą jest regulacja oraz stylizacja wykonywanych przez uczestników czynności (Gronow 1997, s. 135). Jego porządek określony jest etykietą, dyscypliną okołokulinarnej konwersacji czy aranżacji przedmiotów, choć właściwie należałoby rzecz — reżimem przedmiotów, jako że to właśnie naczynia, sztuce i ich sposób ułożenia także są nośnikami formy spożywania i prowadzą do strukturyzacji i stylizacji jedzenia. Oto jak Simmel odnosi się do dyscyplinującej symboliki talerza:

„Talerz symbolizuje porządek, który na potrzeby jednostki wydziela to, co jej przysługuje jako część rozczłonkowanej całości, ale też nie pozwala jej sięgać poza wyznaczone granice. Wszelako talerz znosi również ten symboliczny indywidualizm w wyższej wspólnotce formalnej; wszystkie talerze na stole muszą być jednakowe, nie tolerują indywidualnego zróżnicowania; różne talerze albo różne kieliszki dla różnych osób wyglądałyby niedorzecznie i brzydko” (Simmel 2006a, s. 277).

⁷ Interesującą, w pewnym sensie uzupełniającą wobec Simmlowskiej, kategoryzację przedstawia Priscilla Parkhurst Ferguson (2004, s. 3–21), rozróżniając odmienne jakościowo tryby społecznej aktywności powiązanej z jedzeniem: *food*, *dining*, *cooking* i *cuisine*. Jedzenie (*food*) odnosi się do materialnych produktów, które konsumowane są przez ludzi dla zaspokojenia podstawowych potrzeb fizjologicznych (zaspokojenia głodu). Spożywanie posiłków (*dining*) oznacza społeczną formę jedzenia, gotowanie zaś (*cooking*) to podstawowe procesy, dzięki którym jedzenie zostaje przekształcone do stanu spożycia. Wobec ogromnej kariery kulinariów w ostatnich latach zasadnicze znaczenie ma *cuisine*, czyli pewien kulturowy konstrukt, który formalnie i symbolicznie uporządkowuje praktyki kulinarne, przekształcając jedzenie z odżywiania w obiekt konsumpcji intelektualnej i estetycznej. Dostarcza kulturowego kodu, dzięki któremu możliwe jest myślenie poprzez jedzenie i o jedzeniu.

Estetyczna oprawa aktu jedzenia, czyli wpisanie jego konsumpcji w dyscyplinę reguł taktu, wyrafinowania i ograniczania się, prowadzi do sprzężenia jednostkowej przyjemności ze spożywaniem z satysfakcją i zadowoleniem, które cechują grupę jako całość (de la Fuente 2007). Sytuacja posiłku staje się przejawem towarzyskości, dla której właściwy jest niepraktyczny charakter oraz wzajemne powiązanie indywidualnej satysfakcji wszystkich uczestników takiego zdarzenia (Simmel 2005, s. 34–37). Jak przyznaje Jukka Gronow (1997, s. 136–138), jedzenie w ujęciu Simmla jest dobrym przykładem oddziaływania procesu cywilizującego: akt spożywania stopniowo transcenduje swój zindywidualizowany i przyjemny charakter, a indywidualny i fizjologiczny cel spożywania, czyli zaspokojenie głodu stopniowo jest wypierane przez regularność i społeczną oprawę faktu jedzenia. A zatem według Simmla, w jedzeniu zawiera się pewien istotny potencjał cywilizujący. Spożywanie samo zostaje ucywilizowane, a następnie, na mocy własnych regulacji, oddziałuje zwrotnie jako konieczność socjalizowania się uczestników do posiłku i prawideł nim rządzących (Simmel 2006a, s. 275; Gronow 1997, s. 137).

Simmlowska analiza posiłku zwraca uwagę na porządek elementów określających i budujących sytuację jedzenia, a zwłaszcza jej estetyczny charakter. Jednak nie w sensie estetycznego degustowania produktów kulinarnych za pośrednictwem zmysłu smaku, ale uporządkowania i zaaranżowania dziejących się w ramach wspólnoty stołu interakcji społecznych, w toku których uczestnicy dostrajają do siebie wzajemne oczekiwania i zachowania, tak aby maksymalizować przyjemności związane ze wspólnym udziałem w zgromadzeniu. Sytuacje jedzenia stają się przestrzenią towarzyskiej gry i dają możliwość przeżywania przyjemności, związanej nie tyle ze smakowaniem, ile przede wszystkim z byciem wśród innych ludzi. Refleksje Simmla wytyczają niezwykle inspirującą kierunek w badaniach nad społeczną stroną jedzenia, czyli sugerują dwa główne możliwe tropy analizy. Po pierwsze, wskazują na samą sytuację jedzenia, pozwalając dostrzec jego społeczną naturę i regulowany charakter, doceniając rolę reguł, które stanowią o pożądanym i aprobowanym scenariuszach spożywania, komunikowania się ze współbiesiadnikami oraz korzystania z dostępnych na stole produktów i rekwizytów. W tym kontekście Simmel jawi się jako wnikliwy obserwator socjologicznego znaczenia kultury materialnej, zwracając uwagę na ważne funkcje sztućców i naczyń w kształtowaniu właściwej atmosfery posiłku i harmonii spożywania, sugerując także ich dyscyplinujące i wymuszające odpowiednie zachowania właściwości. Z drugiej strony analizy Simmla kładą nacisk na kolektywną oprawę jedzenia, powiązanie ich ze wspólnotowością, wzajemnym przeżywaniem, dzieleniem się jedzeniem, pozwalając z kolei dostrzec w sytuacjach jedzenia ciąg wzajemnie zestrojonych działań społecznych. W twórczości Simmla można zatem, w uproszczeniu, wyróżnić te dwa dopełniające się zasadnicze elementy socjologicznej refleksji nad sytuacjami konsumowania: posiłek jako pewna struktura określonych elementów oraz posiłek jako wspólnota osób jedzących. Oba aspekty zazębiają się, jednak

tutaj podejmuję przede wszystkim próbę odniesienia się do drugiego z nich. Zastrzegam, że dotyczy ona zdarzeń, w których występują pewne istotne elementy strukturyzujące czy stylizujące sytuację wspólnego konsumowania, to jest wino i zasady jego spożywania, które w niektórych wypadkach przejmują aktywną rolę katalizatora relacji społecznych.

Co prawda, Simmel w *Socjologii posiłku* wykluczył wrażenia smakowe z pola potencjalnych doświadczeń estetycznych biesiadników, koncentrując uwagę wyłącznie na społecznej formie posiłku. Nie podjął bezpośrednio także wątku, czy możliwe jest, że określone produkty kulinarne mogą odgrywać rolę mediatorów w tworzeniu towarzyskiej i estetycznej aury posiłku. Jeśli jednak pamiętamy, że Simmel przewidywał taką możliwość w odniesieniu do naczyń czy sztuców, którym przydzielał nawet ważne funkcje w zakresie uporządkowania formy posiłku, to wydaje się zasadne założenie, że wpisanie wina w strukturę sytuacji konsumpcyjnej wcale nie skutkuje zniszczeniem społecznej (ponadindywidualnej) formy posiłku i zniwelowaniem jej potencjału towarzyskiego na korzyść zatomizowanych indywidualnych degustacji. Trunek sam w sobie może stanowić, o czym w dalszym ciągu będzie mowa, nośnik strukturyzujący i stylizujący sytuację jego spożywania (por. Wyborski 2011).

IN VINO CIVILITAS — O CYWILIZUJĄCYM POTENCJALE WINA

Punktem wyjścia rozważań jest wyraźnie wyłaniająca się z analizy zgromadzonego materiału empirycznego teza o cywilizującym charakterze relacji z winem⁸, która stanowi specyficzne nawiązanie do problemu „cywilizowania apetytu”, ukutego przez wybitnego kontynuatora myśli Eliasza Stephena Mennella (1985) na oznaczenie relacji między preferencjami kulinarnymi a uwarunkowaniami historycznymi i społeczno-kulturowymi. Zagadnienie cywilizowania przez wino koncentruje się jednakże na zależności odwrotnej: jak określone kulinarno-konsumpcyjne upodobania oddziałują zwrotnie na inne społeczne aktywności konsumentów? Inaczej mówiąc: czy i jak apetyt na określone produkty może cywilizować, czyli prowadzić do zmian w jednostkowych sposobach działania? Fundamentem takiego założenia jest pogląd, że za określonymi preferencjami kulinarnymi kryją się głębsze i powiązane z nimi przekonania o doniosłej roli produktów i działań kulinarnych w kształtowaniu tożsamości i stylu życia (Parasecoli 2008). W konsumpcyjnej rzeczywistości status jedzenia zmienia się bowiem znacząco — spożywanie bie-

⁸ Założenie o cywilizującym charakterze konsumpcji wina powinno zostać dodatkowo doprecyzowane stwierdzeniem, że rozważany problem odnosi się wyłącznie do kategorii wina określanego w literaturze przedmiotu jako wino jakościowe (*premium wine*). Stanowi ono ten rodzaj trunku, któremu w najmniejszym stopniu można przypisywać społecznie niepożądane rezultaty spożycia alkoholu, w przeciwieństwie do tzw. *bulk wine*, wina niskiej jakości, spożywanego najczęściej dla konsumpcji alkoholu (Charters 2006, s. 51–57; 264). W Polsce cech właściwych *bulk wine* można upatrywać w tzw. winie owocowym, które nie stanowi przedmiotu tego tekstu.

rze rozwód z dotychczas przypisywaną mu funkcją odżywiania i zaspokajania głodu oraz obiera kurs na wzbudzanie konsumenckich pragnień i przyjemności, oferując zróżnicowane środki ich zaspokojenia (Finkelstein 2004, s. 63). Cywilizowanie przez wino stanowi nawiązanie do Eliasowskiego rozumienia procesu cywilizującego, który postrzegany jest, w uproszczeniu, jako rozwój jednostkowej samokontroli (czyli uwewnętrznianie zewnętrznych przymusów, rafinowanie manier, tłumienie afektów, prymat racjonalnego postępowania, orientację na planowanie i przewidywanie działań własnych i innych osób) oraz otwieranie się jednostek na nowe możliwości powiązań społecznych w zacieśniającej się i komplikującej sieci zależności międzyludzkich (Elias 1990; Linklater, Mennell 2010). Zgodnie z konceptem „materialnej cywilizacji” Tima Danta (2006) można zasadnie założyć, że przedmioty mogą stanowić doniosłe narzędzia cywilizującego wpływu.

Nawiązując do teorii Eliasa, cywilizowanie można roboczo określić, za Joanne Finkelstein (1985, s. 184; por. Caplan 1997, s. 117), jako „społeczną relację, w której aktorzy nie działają w sposób egocentryczny ani bezrefleksyjny, ale pozostają świadomi wymogów otaczającej kultury i okoliczności historycznych”. Innymi słowy, wino cywilizuje, bo wprowadza konsumentów w wyspecjalizowany świat swoistych reguł, inicjując nowe sieci powiązań między jednostkami, uruchamiając kontakty społeczne, skłaniając do uważnego i refleksyjnego poruszania się w świecie swoistych reguł podzielanych z innymi jego amatorami, dotyczących planowania własnych ruchów, obserwowania posunięć bliźnich, dążenia do poznawania i pełnego inwencji wpasowywania się w prawidła kultury trunku, a tym samym sprawowania kontroli nad własnymi wyborami w dynamicznym i zmiennym kontekście okołowinnej rzeczywistości. Jednocześnie relacja z winem wiąże się zarówno z dążeniami do wyrafinowanego sposobu konsumpcji, jak i z wyraźnie artykułowanym w narracjach jego amatorów nakazem samokontroli w spożywaniu napoju, czyli umiaru i świadomego uczestnictwa w interakcji z winem (Charters 2006, s. 178–179; Colman 2008, s. 8). Wymiarem cywilizowania przez wino może być także wartościujące poczucie odrębności czy nawet dumy, jaka staje się udziałem miłośników trunku (Elias 1990). Warto przyjrzeć się wypowiedziom, które rzucą więcej światła na wątek cywilizującego wpływu wina. Trunek jest tu rozumiany jako nośnik dyscypliny, skłaniający amatorów do szczególnego jego traktowania, a zarazem umiarkowanego i rozważnego spożywania:

Już sam fakt tego, że jeżeli będziemy chcieli szukać smaku w winie, no to absolutnie i dla mnie oczywiście zupełnie jest to, że należy konsumować tego wina niewielkie ilości. I nawet je wypluwać (M/36).

W picciu wina bardziej mnie cieszy ta cała otoczka: że my usiądziemy, jakiś serek, jakiś koreczek, oliwka, spróbowanie tego, otworzenie drugiej butelki, ale do takiego stanu, żeby to było świadome. [...] Raczej umiar, raczej umiar. [...] Natomiast wina chyba szkoda, szkoda [do upijania się — P.W.]. Bo to jest takie przyjemne picie w umiarze

w określonych ilościach, popróbowanie tego, nie wiem, nie widzę tutaj celu, żeby można było się upić (M/43).

Wino ma w sobie to coś fajnego, że ono od razu ustawia człowieka na pewnym poziomie. I pewna jakość zachowania przy winie nie wypada i myślę, że wszystkie osoby, niezależnie czy piją to wino ze świadomością czy bez świadomości — ceny, jakości czy duszy włożonej w jego przygotowanie — wiedzą, że picie wina i konsumpcja alkoholu w postaci wina wymaga od nich pewnej jakości (M/41).

Wino jest zbyt szlachetnym trunkiem, żeby można było upijać się winem [...]. Dla mnie wino to jest tak jak obcowanie, że tak powiem, z literaturą, dobrą literaturą [...] Ja sobie nie wyobrażam, żeby ktoś, mając lampkę wina, przeklinał. To jest tak samo, jak jest pan na jakimś wieczorze poezji, powiedzmy, no i ktoś by zaczął bluzgać, za przeproszeniem (M/56).

Nie wyobrażam sobie wlewać w siebie dobrego wina i czekać na efekt w postaci jakiegoś alkoholowego upojenia. W ogóle mam taką świadomość, że lepiej jest pić mało wina. Lepiej jest pić wino nawet rzadko, ale poświęcać mu uwagę. [...] Wino pociąga za sobą myślenie (M/37).

Z win, które gdzieś tam odbijają się od pewnej granicy powszedniości, nie wypijesz ich dużo. One jednak cię zmuszają do takiego myślenia o tym, jak smakują, co się z nimi wydarzyło (K/41).

Konsumpcja wina może wiązać się także z zachętą do jego dalszego poznawania. W tym sensie trunek skłania swoich miłośników do stawania się świadomymi konsumentami (Demossier 2004, s. 96–97; Charters 2006, s. 180; Crane 2007, s. 152). Wiedza o winie i jego odmianach, znajomość zasad jego spożywania i podawania jest zatem instrumentem zapewniającym panowanie nad sytuacjami kontaktów i środkiem efektywnego zarządzania własną relacją z tym napojem.

Wino to jest taki napój zagadka [...] I ta zagadka odnosi się do samego charakteru wina, do tego, że ono chce być w jakim sensie rozgryzione, rozszyfrowane [...] Właśnie to jest taka obustronna zależność, że im więcej chcę czerpać radości z picia wina, tym bardziej powinienem też stosunek do wina rozwijać poprzez sięganie na przykład do odpowiedniej literatury czy generalnie rzecz biorąc — uczenie się wina [...] Ono nie jest już tylko takim napojem, który ma określony smak czy zapach. Ono wtedy zaczyna prezentować właściwości, które ja jestem w stanie odczytać i to powoduje jeszcze większą satysfakcję (M/37).

Lubię odkrywać nowe butelki, bo mam wrażenie, że otwierając wino wieczorem nowę sięgam nie po alkohol, po napój do kolacji, ale sięgam po jakieś wrażenia, które mogą być pozytywne, negatywne, a na pewno będą jakieś. To jest coś takiego, co powoduje, że nad tym winem się zastanowię, to wino przeanalizuję i często je opiszę. Bo prowadzę od półtorej roku bazę internetową na takim serwisie Cellar Tracker (M/42).

Kolejna wypowiedź nawiązuje do dyscyplinujących walorów wina, ale sygnalizuje jednocześnie następny aspekt winnego cywilizowania: konsumowanie towarzyskie, wśród innych ludzi, a zatem i wskazanie na integrujące potencje trunku.

Wino, które pijemy, po prostu uczy nas jak się zachowywać. Nie wyobrażam sobie, żeby na degustacji wziąć, chlapiąć i czekać, kto szybciej doleje. Bo jak ktoś raz zobaczył coś, co go zachwyciło, to nie chce tego jakby splaszcząć, chce czerpać jak najbardziej szeroko, a to właśnie będąc razem w towarzystwie tym się cieszymy (M/51).

Dla tych rozważań szczególnie istotnym motywem cywilizowania przez wino jest więziotwórczy potencjał konsumpcji wina, czyli taka właściwość relacji z trunkiem, której efektem staje się otwieranie na innych ludzi i wprowadzanie amatorów w nowe związki społeczne, a w konsekwencji zagęszczanie wokół jednostki sieci relacji ludzkich (Elias 1990, s. 367–376; van Krieken 1998, s. 99–100; Mennell 2007, s. 17–18; Smith 2001, s. 21–22), co powoduje konieczność dostosowywania własnej aktywności oraz refleksyjną i twórczą analizę działań innych aktorów (Finkelstein 1998, s. 209).

USPOŁECZNIAJĄCY CHARAKTER SPOŻYWANIA WINA — WINO I RELACJE SPOŁECZNE

Nawiązując do Simmlowskiej koncepcji uspołecznienia (Simmel 2005, s. 32–33) należy zauważyć, że samo picie czy pragnienie, aby wino wypić, nie musi mieć charakteru uspołeczniającego⁹. Uspołecznienie odnosi się bowiem do czynności, które prowadzą do realizacji określonych celów, ale podejmowanych w toku interakcji z innymi osobami. Wino uspołecznia zatem o tyle, o ile wiąże swoich konsumentów w „określone formy współistnienia i istnienia dla innych” (Simmel 2005, s. 33), czyli różne postaci wzajemnego oddziaływania. Podstawowe pytania w tym kontekście to zatem: Czy wino zbliża do innych ludzi? Czy spożywane jest razem z innymi konsumentami? Czy relacja z winem może angażować amatorów w jakieś formy wspólnej, zbiorowej konsumpcji? W świetle wypowiedzi badanych konsumentów kwestia jest bezsporna. Wino łączy z ludźmi. Sytuacja spożywania wina powinna, w zgodnej opinii badanych, mieć charakter kolektywny, a obecność wina spełnia rolę czynnika podkreślającego towarzyską atmosferę zgromadzenia. Napój nie tylko, że pasuje do spotkań z ludźmi, ale co więcej — zbliża uczestniczących w sytuacji jego smakowania:

Nie można wina odkryć samemu [...] obecność drugiej osoby, niezależnie czy bliskiej, czy nawet osoby, z którą nie wiążą nas dobre relacje, powoduje, że nam jest przyjemniej doznawać i poznawać różne rzeczy. I tak samo jest z winem (M/40).

Uważam, że byłoby czymś bardzo ubogim i niepełnym, gdyby skupić się tylko na tym takim indywidualnym, samotnym wymiarze picia wina. Wino to jest życie, a życie do-

⁹ Szerzej o tym zagadnieniu piszę w innym miejscu (Wyborski 2012). W tym paragrafie rozważając uspołeczniające walory konsumowania wina, koncentruję się na formach wspólnego, kolektywnego spożywania, zdając sobie jednakże sprawę z tego, że także indywidualne (w pojedynkę) formy konsumowania trunku oddziaływać mogą uspołeczniająco, na przykład przez wprowadzanie amatora w wyspecjalizowany winiarski świat.

maga się dzielenia tego życia, tego fenomenu z innymi osobami. Oni muszą być w tym obecni (M/37).

Wino pasuje właśnie do spotkań z ludźmi jak najbardziej, ale które mają na celu raczej miłą taką, jowialną atmosferę wytworzyć niż po prostu upić się nim (M/38).

Picie wina wśród innych ludzi daje coś innego. To jest coś jakby taka wspólna zabawa. [...] Wino jest dobrym pretekstem, żeby się spotkać, żeby pobyc z sobą. [...] To jest jakby takie życie, jakiego w Polsce brakuje — cieszyć się, obcy ludzie ze sobą. Jak na przykład spotykam się z obcymi ludźmi pijąc wino, to oni nie są dla mnie obcy, bo ja czuję, że jesteśmy związani, choćby poprzez tę pasję (M/51).

Wino bardzo, bardzo łączy z ludźmi [...] I nawet wtedy, kiedy nie mam w domu nic, [...] zawsze mam wino. I naprawdę to jest taka rzecz, którą... nie trzeba nawet na początku dużo rozmawiać, jeżeli otworzysz butelkę wina i położysz chleb i oliwę, już jest rozmowa, już jest sprawa. Już jest interakcja z kimś. Ten ktoś już się czuje ocieplony. Być może samowar i herbata z konfiturami były czymś takim w dziewiętnastowiecznej Rosji (K/42).

Wszyscy badani nie mają co do tej kwestii wątpliwości. Wino zbliża do ludzi i powinno być spożywane wśród innych osób. Wspólne spożywanie wina buduje niemalże intymną więź między współbiesiadnikami. Wyraźnie można tu dostrzec — na co zwracał uwagę Simmel (2006a) — wspólne spożywanie trunku jako uczestnictwo w sakramencie (de Garine 2001, s. 7).

Jak się z kimś napiję wina przy moim stole, wiesz, no dla mnie to jest po prostu przełamanie się z kimś chlebem (K/42).

Co ciekawe, nie tylko sytuacje spożywania wina łączą ludzi, ale sama o nim wiedza pozwala nawiązywać kontakty, stanowiąc narzędzie zakładania relacji społecznych oraz praktyczny środek wpływania na innych. W takim przypadku to sam konsument dąży do wiedzy o winie, bo jest to środek sprawowania kontroli nad otoczeniem i manipulowania własnym wizerunkiem w relacjach z innymi. Według cytowanego niżej rozmówcy wiedza o winie jest cennym zasobem, rozpoznawanym jako taki przez inne osoby. Stanowi wartość nie tyle dlatego, że wyjaśnia specyfikę trunku (czyli umożliwia jego poznawanie), ile dlatego, że pomaga kształtować pożądany obraz własny w oczach bliźnich.

Niewątpliwie dobrze jest mieć taką wiedzę [o winie — P.W.] [...] Dzięki tej wiedzy, ja myślę, że łatwiej jest odnaleźć się w pewnych rejonach [...]. To jest temat, z którym możesz się wszędzie odnaleźć, gdziekolwiek nie pójdziesz, to znajomość pewnych obyczajów, znajomość [...] podejścia do tematu i pewna określona wiedza [...] pozwala ci nawiązać pewne relacje. [...]. I to się przydaje nawet (M/43).

Wino łączy w szczególny sposób. Sytuacja wspólnej konsumpcji może zbliżać osoby niepodobne, ale połączone zainteresowaniem trunkiem. Zainteresowanie to może stanowić wystarczające uzasadnienie dla interakcji z kimś, kto poza winem kompanem nie będzie. Trunek może nawet tworzyć specyficzną więź między takimi osobami, które w każdej innej sytuacji nie będą skłonne do nawiązania relacji.

Chciałbym znaleźć towarzystwo, z którym bym się spotykał czasami, ale ja się po prostu boję, że takie towarzystwo może chcieć być towarzystwem moim. A ja bym chciał towarzystwo tylko do wina. Bo po prostu nie jestem w stanie mieć za dużo znajomych, bo trzeba się z nimi spotykać, a nie ma się tyle czasu (M/51).

Jest to doniosłe wskazanie na integrujące zdolności wina: zbliża ono nawet wtedy, gdy inne kwestie wydają się dzielić. Relacja z trunkiem potrafi — przejściowo i doraźnie — pełnić rolę kodu wiążącego osoby, których nic więcej nie łączy i nic więcej nie połączy.

Wino może tworzyć zupełnie nowe znajomości, których bez wina nie udało by się zawrzeć [...] wtedy wino działa jako taki mechanizm zbliżający ludzi w takim czystym sensie [...] Czyli zainteresowanie winem będzie powodowało, że ludzie będą się ze sobą jakoś kontaktować, wiązać. [...] Tacy znajomi doraźni. Taka grupa do wina (M/37).

O ile towarzyskość zasadza się na dążeniu do wyeliminowania czy zminimalizowania różnic między uczestnikami, o tyle w tej sytuacji trunek okazuje się wspólnym mianownikiem, który wycisza rozbieżności między osobami i umożliwia interakcję. Zainteresowanie winem i wspólne jego spożywanie tworzy taką platformę wspólnoty, podobieństwa, dopasowania, roztapiającą przeciwieństwa (na pewien ograniczony czas). Jedna z rozmówczyń wskazuje na ten aspekt łączenia ludzi poprzez konsumpcję wina nawet w sytuacji zasadniczych przeciwieństw między nimi.

Myszę, że [...] można się napić wina z ludźmi, z którymi prawdopodobnie nie usiadłbyś nigdy do stołu, z różnych względów. I okazuje się, że ta rozmowa jest nośna, że ta rozmowa ma sens (K/41).

Informatorka wskazuje wino jako dodatkowy czynnik łączący uczestników kolacji, być może przymusowy dla niektórych (np. amatorów piwa). Trunek może zatem pełnić funkcję łączącą także w sensie narzucenia uczestnikom udziału w jego konsumpcji. Pozostaje kwestią otwartą, w jakim stopniu łamane są w ten sposób konstytutywne reguły towarzyskości, bo przecież radość uczestników może być w takim przypadku niepełna. Wcale nie musi być jednak mowy o unieważnieniu towarzyskiej atmosfery, a konieczność spożywania wina (a nie piwa) może oznaczać niuans, który nie przełoży się na możliwość uzyskania satysfakcji z innych źródeł możliwych w ramach towarzyskiej okazji.

Więziotwórczy aspekt konsumowania trunku z pewnością może być rozpatrywany na kilka sposobów (por. Wyborski 2012). Po pierwsze, wino jako dodatkowy czynnik łączący może zacieśniać i uatrakcyjniać istniejące relacje społeczne. Po drugie, okazuje się czynnikiem sprawczym nowych związków, które mogłyby się nie zdarzyć, gdyby nie pośrednictwo wina oraz wspólne zainteresowanie trunkiem przejawiane przez osoby uczestniczące w społecznym zdarzeniu. W każdym z wariantów doniosłą rolę odgrywa podobieństwo gustów. Dla tematycznie ukierunkowanych i typowo nowoplemiennych rela-

cji zainteresowanie winem stanowi czynnik konstytutywny¹⁰, ale trunek może także modyfikować charakter czy intensywność zażyłości w ramach relacji już zawiązanych.

WINO JAKO TEMAT TOWARZYSKIEGO SPOTKANIA

Jeden ze współczesnych kontynuatorów myśli Simmla, Eduardo de la Fuente (2008, s. 350), analizując zagadnienie ram tematycznych towarzyskiej interakcji, podpowiada:

„Towarzystwo jest formą podobną do sztuki w tym sensie, że treść ma znaczenie, ale tylko jako nośnik formy”.

Innymi słowy, obiekty ze świata realnego są niezbędnym składnikiem towarzyskiej sytuacji, ponieważ nadają kształt towarzyskiej interakcji. Ważny jest bowiem temat, wokół którego przebiega spotkanie, który napędza rozmowę, pobudza do żywej wymiany uwag i przemawia za jej atrakcyjnością, stanowiąc źródło satysfakcji dla uczestników.

Sposobność konsumowania wina może zapewnić temat spotkania, a trunek oferuje zróżnicowane możliwości stylizacji towarzyskiej relacji. Warto pamiętać, że napój ten jak żaden inny produkt kulinarny wymaga określonego scenariusza sytuacji konsumpcji, obejmującego porządek określonych przedmiotów i zachowań oraz podporządkowanie specyficznym regulacjom określającym sposoby jego użytkowania: na przykład dobór odpowiednich kieliszków, temperatura serwowania, kolejność różnych gatunków wina, sposób podawania z potrawami, a wreszcie — sposoby jego smakowania i oceniania (Charters 2006, s. 176–204; Demossier 2004). Należy jednak być świadomym, że konieczne będzie spełnienie pewnych dodatkowych założeń, aby sytuacja spożywania trunku mogła w pełni zasługiwać na miano okazji towarzyskiej — na przykład ustalenie wspólnego celu i przebiegu spotkania, który nie będzie faworyzował jednych współbiedników kosztem zlekceważenia oczekiwań innych.

Ktoś będzie się czuł niedowartościowany, że zaczynamy na przykład przy piątym winie gadać o pierdołach. Ktoś zakręci kieliszkiem i powie: no, trochę owocowe i wypije, a drugi kolega powie [...]: słuchajcie, nad nosem¹¹ to się trzeba zastanowić cztery minuty. No i on tak kręci [...]. A my zaczynamy rozmawiać o czymś innym i temat ucieka. [...] Czy mamy się spotykać dla wina, czy mamy się spotykać dla towarzystwa? (M/41).

¹⁰ Współcześnie fascynacje kulinarne, a w konsekwencji kultywowanie wspólnych smaków stają się potężnym medium skłaniającym do łączenia się osób w związki oparte na podobieństwie konsumpcyjnych oczekiwań. To właśnie takie czasowo i doraźnie powoływane zbiorowości (nowoplemiona) stanowią źródło i nośnik współczesnego „mgławicowego społecznienia” (Maffesoli 2008, s. 116–117), a ich naczelną zasadą jest „zaangażowanie we wspólnie przeżywaną terażniejszość” (Maffesoli 2008, s. 120).

¹¹ Specjalistyczne określenie „nos” odnosi się do zapachowych walorów trunku.

Trunek jako treść przewodnia spotkania, element ukierunkowujący konwersację, stanowi czynnik sprawczy, który okazuje się katalizatorem towarzyskości. Prowokuje sytuację, która może okazać się polem manifestacji interakcji właściwych dla tej „podstawowej formy społecznej”, jednocześnie zaś wyzwala intensywne emocje, które mogą podkreślać estetyczny aspekt towarzyskiej sytuacji, jak wskazują stronnicy „socjologicznej estetyki” (np. de la Fuente 2007). W toku „pięknego spotkania” współbiednicy zgodnie dostrajają własne wrażenia w harmonijną całość, nawet nieznani sobie uczestnicy stają się sobie bliscy przez fakt udziału we wspólnej pasji, a także podzielania podobnych standardów gustu.

Na degustacji człowiek czerpie jakby radość wielotorowo — wino, atmosfera, towarzystwo, dzielenie się uwagami i słuchanie innych uwag. To jest to, przy czym się pięknie czas spędza. Wino nie pozwala na kłótnie, nie pozwala na pośpiech. Chodzi mi o to, że na degustacji uczestniczę jakby w takim pięknym spotkaniu [...] cieszymy się, jesteście razem, uczestniczymy w czymś fajnym, pięknym, miłym i spokojnie po prostu (M/51).

Oczywiście nie wszystkie okazje konsumowania wina mogą cechować się nieskrępowaną atmosferą wspólnego degustowania. Całkowite podporządkowanie towarzyskiego spotkania zagadnieniu wspólnej konsumpcji wina, czyli taki przypadek, gdy wino stanowi jedyny aspekt spotkania, a sytuacja degustowania zostaje sprowadzona do rejestrowania i komunikowania własnych doświadczeń smakowych, może stanowić, przyznać należy, przeszkodę dla nieskrępowanego rozwijania się towarzyskiej dynamiki:

Miałem do czynienia z pasjonatami wina [...] miałem okazję brać udział w degustacji, na której były wina wielkie. To były wina, które pokazywały [...] jak postawienie czegoś na stole z boku [sprawia, że] grupa dwunastu facetów jest tak podekscytowana, jakby za chwilę każdemu z nich miało się urodzić dziecko, albo miał spotkać swoją żonę, albo najlepsza przygoda życia miała go spotkać. Dyscyplina, skupienie, nerwy, nerwy otwierania każdej butelki [...] (M/42).

Powyższy przykład wyraźnie opisuje sytuację, w której spotkanie staje się nadmiernie wpasowane w określone ramy tematyczne, a zarazem przeciążone realizowaniem założonego celu — smakowania wina, które okazuje się jedyną ważną treścią zgromadzenia. Skupienie się wyłącznie na dobrach, które się konsumuje, i zlekceważenie społecznego kontekstu sytuacji zapewnia materialną satysfakcję nasycenia się nim, ale wyklucza możliwość uzyskania i odbioru pozytywnych sygnałów ze strony innych obecnych (Warde, Martens 2000, s. 208). Akt konsumpcji traci wówczas walor towarzyski, wspólnota smakoszy zaś zostaje rozczłonkowana na konglomerat amatorów trunków samotnie i egoistycznie go degustujących. Nie wystarczy wtedy, jak przestrzega Simmel (2006a, s. 278), „żadne przybranie stołu, żadne dobre maniery ani estetyczne uroki”, bo taka forma spożywania traci swój uspołeczniający potencjał — staje się wyłącznie areną zindywidualizowanego aktu konsumpcji. Nie wydaje się

to jednak podstawową treścią wspólnych spotkań przy stole, których cechą zasadniczą pozostaje jednak nastawienie na obecność innych i ich wrażenia.

Według Simmla aspekt zmysłowy produktów konsumowanych podczas posiłku pozostaje kwestią indywidualną, wpisaną raczej w jednostkowe doświadczenie, w związku z tym o mniejszym znaczeniu socjologicznym. Inaczej jednak jest z winem podczas spotkania degustacyjnego, gdy trunek stanowi nadrzędny temat rozmów przy stole, ukierunkowując opinie i komentarze. Napój okazuje się wówczas nie tyle dobrem konsumowanym czy pitym, ale przede wszystkim aktywnym elementem łączącym, budującym wspólnotę, skłaniającym do rozmów i ukierunkowującym wzajemne oddziaływania. Trunek w takiej sytuacji stanie się warunkiem towarzyskości, przejmując aktywną rolę zwornika towarzyskich interakcji, działając analogicznie jak etykieta czy zestaw dobrych manier. To właśnie reguły związane z tym napojem, z jego konsumowaniem czy podawaniem stanowią nośniki stylizacji, która — po Simmlowsku — kreśli przebieg sytuacji i ujednocila ją tematycznie oraz prowadzi do stłumienia odmienności i różnic między uczestniczącymi aktorami, jednocześnie zaś umożliwia wzajemnie powiązane doświadczenia wina, ubogacone możliwościami obserwowania reakcji współbiesiadników, wysłuchiwanie ich komentarzy i odnoszenia ich do własnych spostrzeżeń z kontaktu z degustowanym trunkiem.

TOWARZYSKI KONTEKST KONSUMOWANIA WINA. DYSCYPLINOWANIE (W) TOWARZYSKIEJ INTERAKCJI

Jak przyznaje Simmel (2005), istotą towarzyskości nie jest realizowanie przez uczestniczące w zgromadzeniu jednostki partykularnych celów, ale raczej wzajemna troska o wspólne poczucie satysfakcji i radości z bycia razem. Towarzystwość — jakkolwiek w żadnym wypadku nie należy utożsamiać jej z bezpośrednim przymusem — można traktować jako formę zamaskowanego i subtelnego reżimu, który wprzega uczestników we wspólnotę doznań i odczuwania, stawiając warunki do spełnienia. Towarzyska atmosfera nie staje się bowiem sama — musi zostać wypracowana przez uczestników.

[Wspólne picie wina — P.W.] będzie miało ten dodatkowy walor, że będzie dzielone wśród innych ludzi, że będzie czymś wspólnie przeżywanym, że będzie takim fajnym doświadczeniem, w którym spotykamy się i lubimy, a to wino staje się takim zwornikiem między nami. To przeżywane wino, które razem pijemy i o którym mówimy. [...] Spotykamy się po to, żeby pić wino, ale spotykamy się też po to, żeby o tym winie pogadać (M/37).

Jak zwracają uwagę Alan Warde i Lydia Martens (2000, s. 207–209), specyfika towarzyskiej sytuacji to nie tylko kwestia kontekstu społecznego, czyli pewnego zestawu uwarunkowań wyznaczających aktorom możliwą przestrzeń działania. Udział bliźnich w takiej interakcji nie sprowadza się do zakreślenia ram dla indywidualnych wyborów. Przeciwnie, spełniają oni rolę aktywnych

podmiotów, których obecność wymaga wzajemnej adaptacji, rozpoznawania oczekiwań i negocjowania. Zbudowanie i utrzymywanie atmosfery towarzyskiej relacji przekracza możliwość indywidualnego uczestnika — jest to zadanie i wyzwanie dla wszystkich obecnych oraz rezultat wspólnych połączonych działań. Sukces przyjęcia zależy bowiem od aktywnej współpracy wszystkich gości.

W ujęciu Simmlowskim towarzyskość zasadza się na powiązaniu i uzależnieniu indywidualnej satysfakcji od radości innych. Jądem tej formy społecznej jest wzajemne dopasowanie do siebie uczestników oraz swoiste zawieszenie wszelkich właściwości odróżniających ludzi od siebie, uwypuklających różnice jednostkowe między poszczególnymi osobami. Wzajemne dostrajanie oczekiwań i działań w przebiegu towarzyskiej okazji jest w tym sensie formą dyscypliny, a spełnienie kreślonych przez nią warunków okazuje się jedynym sposobem na czerpanie satysfakcji z uczestnictwa w zgromadzeniu oraz umożliwia taką satysfakcję i innym osobom, a rezultatem jest radosna świadomość obopólnego zadowolenia z udziału we wspólnym przedsięwzięciu. Towarzyska sytuacja nie dopuszcza możliwości samotniczej, wyizolowanej z kontekstu społecznego radości, warunkiem satysfakcji uczestnika jest bowiem dostrzeżenie takiej radości i współodczuwanie jej z innymi zgromadzonymi. Jeden z badanych zwraca uwagę na ten dwuznaczny aspekt konsumpcji wina, z jednej strony — domeny przyjemności i satysfakcji, z drugiej — wpasowania się w nakreślone kryteria. Zabawa z winem, w opinii informatora, nie jest funkcją jedynie picia trunku, ale także poddania się specyficznej dyscyplinie reguł spożywania wina.

[Konsumowanie wina] to jest to jakby taka gra, której warunki się przyjmuje. Gra, którą się z winem prowadzi. [...] I przyjęcie warunków tej gry powoduje, że satysfakcja z uczestnictwa w tej grze z winem będzie większa. Im bardziej ja przyjmę warunki i reguły gry, które wino mi stawia, [...] im bardziej się do nich dopasowuję, tym bardziej będę zadowolony z tego, że w taką grę się dałem kiedyś wciągnąć (M/37).

Charakter owej „gry z winem” to właśnie nawiązanie do natury towarzyskości, która przecież nie tylko dostarcza radości uczestnikom, ale również stawia określone warunki, które muszą być spełnione, aby możliwe było osiągnięcie satysfakcji.

Ważnym aspektem towarzyskości w ujęciu Simmla (2005) jest także konieczność oddziaływania jakiegoś czynnika integrującego, wiążącego ludzi, a jednocześnie tłumiącego różnice między nimi. Fakt bycia razem i czerpania z tego radości to jedna kwestia, drugą jednak, o zasadniczym znaczeniu, jest czynnik, który takie połączenie umożliwia, nadaje mu określony przebieg i formę. Według Simmla taką funkcję pełnią takt i maniery wzajemnego odnoszenia się do siebie, które obrazowo można scharakteryzować jako warstwę pudru tuszującą potencjalną chropowatość i nieprzewidywalność poszczególnych indywidualności oraz powiązanych z tym ewentualnych odchyłeń od

przewidzianego wzorca, które mogłyby zakłócić przebieg, wprowadzić niepożądane wahania temperatury interakcji, czy też ujawnić niechciane emocjonalne odstępstwa od (jednak) spacyfikowanego klimatu zgromadzenia. Obcowanie towarzyskie polega zatem w dużym stopniu na utemperowaniu osobowości uczestników, by na takiej uładowanej i ujednoliconej podstawie dopuszczać i promować możliwości integrowania się i wiązania uczestników, których indywidualności zostały skutecznie zamaskowane kostiumem stylizacji — czy to sposobem prowadzenia konwersacji czy stosowaniem się do tematycznych reguł spotkania.

Jak zwraca uwagę Eduardo de la Fuente (2008, s. 349), stylizowanie sytuacji towarzyskiej, czyli nadanie jej pewnych specyficznych kształtów, bynajmniej nie ma na celu imitowania rzeczywistości. Jest to raczej bariera dla osób spoza towarzyskiej wspólnoty, które mogłyby wkroczyć i zakłócić przebieg towarzyskiego zgromadzenia. W tym sensie udział w określonej regułami i konwensami sytuacji integruje jak kod komunikacyjny, czytelny i wiążący dla uczestników, niedopuszczający lub po prostu niezrozumiały dla osób z zewnątrz. Za interesowanie winem lub pewna elementarna o nim wiedza spełnia powyższe warunki. Można ją postrzegać jako element stylizujący towarzyską interakcję albo jako płaszczyznę wspólnych wartości, znak porozumienia i wspólnoty dla jednych, podziału i wykluczenia dla innych.

U nas w przypadku imprezy czy spotkania towarzystwa praktycznie nie zdarza się, żeby ktoś przyniósł alkohol inny niż wino, jeżeli już przynosi, to jest jakiś taki bardziej obcy i chce pić coś innego. [...] Nikt z naszych znajomych nie pije whisky czy wódki (M/41).

Na pierwszej degustacji¹² zaczęła jakby druga część picia wina: picie razem [...] picie ludzi, którzy są obcy, ale jednocześnie stają się bliscy, bo są razem z nami, uczestniczą w czymś (M/52).

Kilka razy robiliśmy takie wieczory winne, na które zapraszaliśmy bliskich znajomych, ale też posługując się takim kryterium: czy ktoś pije wino? To nie byli wszyscy znajomi, wszyscy jak leci. Tacy, którzy nie są z winem związani, na takie spotkania zapraszani nie byli. Oni byli jakby nie z tej bajki, tak bym powiedział. I w tym sensie fakt, że wino miało być spożywane, filtrował trochę tych ludzi, dyktował, które osoby mają być zaproszone, które nie (M/37).

Ważne jest, żeby ten, który pije razem z nami, nam towarzyszy, żeby był na podobnym poziomie. To znaczy, ja nie poczęstuję dobrym winem osoby, która się nie zna na winach, ale nie dlatego, że żałuję pieniędzy, tylko uważam, że nie należy niczego marnotrawić (M/52).

¹² Badany w swojej wypowiedzi odnosi się do niewielkich liczebnie (ok. 14–15 osób) degustacji organizowanych cyklicznie (średnio raz w miesiącu) przez francuską winiarnię w Sopocie. W tekście przyjmuję szerokie rozumienie degustacji jako okazji do testowania i smakowania wina, także organizowanych spontanicznie (i nowoplemiennie) przez amatorów w ich domach (por. Falco 2006, s. 149–150).

Wyraźnie widać zatem, że regulacje dotyczące spożywania wina oraz znajomość trunku mogą składać się na zespół zasad integrujących wspólnie konsumujących: zapewniając minimum spójności grupowej, wyzwalając właściwe towarzyskości walory, mogą jednocześnie stanowić okazję do zaznaczenia odrębności własnych kolektywnych preferencji konsumpcyjnych. Innymi słowy, podzielane standardy smaku okazują się środkiem budowania zarówno klimatu towarzyskiego zgromadzenia, jak i estetycznej nowoplemiennej wspólnoty (Maffesoli 2008; Warde 1997, s. 184–185).

Gdybym zapraszała ludzi na wino i jeśli zrobię u siebie spotkanie dotyczące wina, zaproszę ludzi, nie którzy po prostu chcą się narząbać, tylko ludzi, którzy chcą rozumieć, co im podajemy, o czym mamy rozmawiać, czym się mamy delektować. [...] Ja chciałabym usłyszeć od tych ludzi, którzy będą zaproszeni, dowiedzieć się czegoś, czegoś się nauczyć. I żeby oni mnie posłuchali z zainteresowaniem (K/41).

Cywilizujący charakter towarzyskości nie tylko akcentuje wymiar łączenia z ludźmi, ale także wpisuje się w jego rozumienie jako formy dyscyplinowania i nakładania ograniczeń, oraz szacunku dla panujących konwencji i etykiety. Towarzyska sytuacja konsumowania wina ogranicza zatem nie tylko w sensie nakazu uczestniczenia we wspólnie rozumianych i określanych zasadach związanych ze spożywaniem i podawaniem wina, ale także poprzez presję samej sytuacji, wynikającą z ogólnych reguł dotyczących dynamiki i istoty towarzyskości, skłaniających do dopasowania się do innych. Trafną ilustracją takiej presji, jaka może wiązać się z towarzyskim konsumowaniem, jest wypowiedź jednej z rozmówczyń:

Studenci przychodzą do mnie do domu i ja wiem, że oni chcieliby wypić piwo. Mam taki zwyczaj, że raz w semestrze robię taki koktajl, kolację dla studentów. Tam jest zawsze wino, takie ilości, jakie są im potrzebne do życia, a wiem, że to są dość duże. [U mnie — przyp. P.W.] jest zawsze wino, a ja po prostu nie chcę podać w domu nawet ze względu na gości czegoś, czego normalnie sama bym nie wypila czy nie zjadła. [...] I właśnie dla mnie jest ważne, żeby oni poczuli, że ma to sens jakiś, że to jest inaczej niż sikać, przewracać się, przysypiać. Wiesz, przy winie się nie przysypia. Przy winie jest się jednak nakręconym w jakiś sposób. Przy piwie się przysypia. Bez względu na towarzystwo (K/41).

Preferencja dla wina może zatem także pojawić się jako pewien zewnętrzny przymus wobec gości, do którego zastosowanie się jest jedynym sposobem udziału w towarzyskiej sytuacji. Oczywiście, nie sam udział w kolacji jest narzucony, lecz jedynie sposób konsumpcji alkoholu (innego gospodyni celowo nie podaje). Jak przypomina Alan Warde (1997, s. 184–185), nieodłączną cechą stylizowanej konsumpcji (właściwej na przykład nowoplemionom czy „wspólnotom smaku”) jest konieczność stosowania się do reguł określających grupowe standardy smaku. Tworzenie wspólnoty przy stole (wspólnoty jedzenia) może wymagać uznania wina za czynnik łączący. Innymi słowy, udział w konsumpcji trunku działa wówczas jak kod umożliwiający uczestnictwo we wspólnocie. Wino zostaje ustalone i narzucone jako obowiązkowy standard,

którego nieprzestrzeganie uniemożliwi wejście w społeczną relację i skutkuje usunięciem z grupy. Jego więziotwórczy charakter może wynikać zatem z nie tylko nowoplemiennej woli wspólnego realizowania okołowinnej pasji, ale i także z narzucenia przez kogoś, kto, przekonany o szlachetnej naturze trunku i wynikającej z tego specyficznej potrzeby edukacji, forsuje własne standardy smaku i skłania innych do ich (choćby jedynie przejściowego) uznania.

Trzymając się Simmlowskiej metafory można powiedzieć, że w towarzyskiej sytuacji wspólnego spożywania trunku uczestnicy zostają powiązani sakramentem wspólnego doświadczenia smaku i jakkolwiek każdy przełyka wino indywidualnie, to w momencie dzielenia tego wrażenia z innymi smak wina przestaje być doświadczeniem jednostkowym, stając się przedmiotem dyskusji, analiz, rozważań, porównań i refleksji wszystkich degustujących (Hennion 2007, s. 3; Vannini i in. 2010, s. 388). Wrażenia zmysłowe ulegają przetworzeniu dzięki opiniom innych, atmosferze spotkania, temperaturze wzajemnych interakcji. Spotkanie towarzyskie poświęcone winu w znacznym stopniu wydobywa ten twórczy aspekt smakowania/degustowania, przedstawiając smak jako pewien raczej mglisty i niedookreślony kształt, którego precyzyjne kontury zostaną dopowiedziane w trakcie wspólnego przeżywania i bycia razem. Degustowanie oznacza wykonywanie smaku, czyli okazuje się pracą refleksyjną (Hennion 2007; Teil, Hennion 2004), z jednej strony zwróconą ku analizie testowanego dobra w określonych okolicznościach, to jest wśród innych uczestników oraz w określonych ramach sytuacyjnych, z drugiej zaś naznaczoną troską o dzielenie tych odczuć ze współuczestnikami: komunikowanie własnych, odczytywanie cudzych i dyskutowanie o nich.

Wydaje się, że Hennionowską koncepcję „wykonywania smaku” w ogólnym zarysie można traktować jako uzupełnienie Simmlowskich, wciąż niezmiernie aktualnych, spostrzeżeń na temat zbiorowości opartych na celebrowaniu własnych gustów estetycznych, w których wspólne doświadczenie smaku staje się kolejnym wymiarem stylistycznej oprawy spotkania i dodatkową platformą wiążącą uczestników.

Towarzyska atmosfera sytuacji konsumowania wina może być postrzegana jako pewna postać dyscyplinowania, zestawu ograniczeń, w jakie uwikłani są konsumujący wspólnie amatorzy trunku. Cywilizowanie (w) towarzyskości nie tylko akcentuje wymiar łączenia z ludźmi, ale także wpisuje się w nakładanie ograniczeń — wezwanie do szacunku wobec panujących konwencji i etykiety. Towarzyska sytuacja konsumowania wina ogranicza zatem nie tylko w sensie uczestniczenia we wspólnie rozumianych i określanych zasadach związanych z jego spożywaniem, ale dodatkowo poprzez charakter samej towarzyskości, to znaczy jej zasady skłaniające do dopasowania się do innych. Innymi słowy, trunek cywilizuje nie tylko powodując zagęszczenie innych osób wokół jego amatora inicjującego towarzyskie spotkanie (i skłaniając do refleksyjnego wzięcia pod uwagę ich obecności), ale nadając ramy tematyczne temu spotkaniu,

zakreśla przestrzeń dla możliwych działań uczestników i wzmacnia regulowany charakter wspólnej konsumpcji.

TYTUŁEM KONKLUZJI

Podjąłem tu próbę wpisania się w jeden z naczelnych postulatów Simmlowskiej socjologii — zachęć do pochylenia się nad detalem społecznej materii, czyli subtelnymi niemi wzajemnych powiązań, jakie ciągle tworzą się między ludźmi podczas ich codziennych aktywności, z których ostatecznie tkają się całe struktury życia społecznego (Simmel 2006b). Wino stanowi jedną z takich niepozornych nici, które sprawiają, że ludzie wiążą się ze sobą, odnajdując wspólne rysy z innymi, dzieląc własne fascynacje, celebrując wspólnotę gustów estetycznych, ale i wykluczając z niej tych nieprzystających. Zakładam, że wpływ wina na działania jego amatorów najtrafniej ujmuje kategoria cywilizowania, a jednym z najbardziej doniosłych jego wymiarów pozostaje, w mojej opinii, więziotwórczy potencjał praktyk konsumowania wina — zdolność tego napoju do zakładania i budowania społecznych relacji. Szczególnie interesującą przestrzeń, w której zaznacza się ten społeczny walor konsumowania wina, stanowią zbiorowości oparte na wspólnych konsumpcyjnych preferencjach: wspólnoty smaku (Gronow 1997, s. 170–171) czy nowoplemiona (Maffesoli 2008), w których ujawnia się, by powiedzieć za Maffesolim, „specyficzna społeczna aura”, sprzęgająca ludzi ze sobą na zasadzie podobieństwa preferencji estetycznych, czyli wspólnota gustów manifestująca się w towarzyskich relacjach społecznych. Tym samym okazuje się, że Simmlowska towarzyskość stanowi specyficzne pole oddziaływań cywilizujących, w których uczestnicy nie tylko, by powiedzieć za Eliaszem, dostrajają własne działania do rosnącej i komplikującej się sieci powiązań z innymi osobami, ale i socjalizują do specyficznych reguł określających akty wspólnej konsumpcji. Towarzyskość spożywania wina to także możliwy przejaw jego cywilizującego oddziaływania.

Jak przestrzega Joseph Gusfield (1987, s. 82–83), jedną z istotnych właściwości społecznych okazji spożywania alkoholu (nie tylko wina) jest ich nieprzewidywalność, a w konsekwencji ryzyko i zagrożenie dla struktury społecznej. Alkohol stanowi sygnał do opuszczenia stabilnej i uporządkowanej rzeczywistości oraz przejścia w stronę świata frywolnej zabawy, wyzwolenia z ograniczeń ról społecznych, a w konsekwencji zwiększa prawdopodobieństwo osłabienia społecznego ładu. Wprawdzie *in vino veritas*, ale społeczny porządek nie może tolerować zbyt wiele *veritas* (Gusfield 1987, s. 83). Wydaje się jednak, że opisywane tu sytuacje łączenia przez wino, jakkolwiek niewątpliwie zabarwione towarzysko, nie charakteryzują się taką nieprzewidywalnością. Istnieje w nich komponent zabawy, ale pozostają jednocześnie, na mocy prawideł odnoszących się do spożywania trunku, poważnymi próbami testowania smaku oraz budowania relacji społecznych na bazie wspólnych preferencji. Warto pa-

miętać, jak podkreślają badacze publicznych sytuacji konsumpcji wina (Vannini i in. 2010, s. 388), że reguły dotyczące spożywania trunku mogą być równie silne i skuteczne jak te powiązane z tradycyjnymi i sakralnymi obrzędami.

Celnym podsumowaniem tych rozważań jest wypowiedź jednego z rozmówców:

Wino powoduje, że jesteśmy z ludźmi, jesteśmy razem i to jest jakby taka najpiękniejsza rzecz w tym winie (M/51).

Intrygujące zdanie, ale co właściwie się za nim kryje? Czy to, że wino wyzwała jowialną atmosferę, że sprzyja zabawie i rozluźnia języki? Ostatecznie przecież *in vino veritas*. W tej opinii pobrzmiwa jednak sugestia czegoś innego. Sformułowanie „najpiękniejsza rzecz w tym winie” wskazuje na integrujące właściwości spożywania trunku. Ten napój stanowi rodzaj zwornika, który łączy ludzi w związki podobnie konsumujących. Stanowi dobro, którym można się dzielić, które dzielone między degustującymi przekształca się w spoiwo wiążące amatorów w wspólnotę smaku (por. Gronow 1997, s. 170–171). Jak celnie zauważa Aafke Komter (2005, s. 32), przedmioty nie są przecież ani nieruchome, ani nieme. Przeciwnie: stają się żywe i ruchliwe przez ludzkie działania, pełniąc dynamiczną i aktywną rolę w tworzeniu i podtrzymywaniu (ale także zakłócaniu czy niszczeniu) relacji społecznych. Dzielenie się winem podpowiada dynamiczną naturę trunku. Wino żywe, ruchliwe, kręcące się w kieliszkach, ożywione gestami i słowami konsumujących stanowi dodatkowe źródło przyjemności, bo przecież czy o wartości tego napoju w ocenie jego amatorów przesądzają wyłącznie walory smakowe? Takie pytanie — które potraktuję milcząco, co w tym przypadku nie oznacza bynajmniej zgody — to oczywiście ułamek znacznie szerszego zagadnienia, wszak w całej socjologicznie przefiltrowanej kategorii jedzenia nie chodzi o smak, ale o społecznie i kulturowo nakreślone pole, na którym smak może zostać odczytany i oceniony. Trafnie ujął to Antoine Hennion (2007), oznajmiając, że koneserzy nie wierzą w to, że testowane dobra mają smak. Ten smak musi zostać dopowiedziany, skonstruowany, wynaleziony. Jest on bowiem sposobem budowania relacji zarówno z ludźmi, jak i z przedmiotami (Teil, Hennion 2004, s. 25). Ujawniająca się w sytuacjach spożywania wina towarzyskość stanowi taki możliwy sposób budowania smaku, którego doświadczenie nie jest już wyłącznie indywidualną satysfakcją, ale otwiera się na przeżycia i komunikaty ze strony innych współkonsumujących. Smak wina i powiązana z nim satysfakcja nie jest zatem tylko jego walorem, ale także i całej sieci osób zaangażowanych w towarzyskie zgromadzenie.

Podsumowując warto raz jeszcze odwołać się do myśli Simmla (2006a, s. 275), według którego w sytuacji wspólnego spożywania to wspólnota właśnie staje się podmiotem estetycznej satysfakcji. Inaczej mówiąc, estetyczny walor konsumowania jest dziełem nie jednostki, ale zbiorowości, a dostęp do takiej satysfakcji staje się możliwy wyłącznie poprzez uczestnictwo we wspólnym jego

wypracowaniu. Przyjemność towarzyskiej sytuacji okazuje się efektem sprzężonych ze sobą starań wszystkich uczestników zgromadzenia. Indywidualna radość nie kłóci się zatem z wymogiem dostosowania się do grupy, a grupowy konformizm nie tamuje ekspresji indywidualności. Przeciwnie, udział w zgromadzeniu pobudza jednostki do twórczego zaangażowania i działań na rzecz wspólnych (czyli także własnych) przyjemności. W ujęciu Simmlowskim towarzyskość uzyskuje doniosły walor — zasypuje częstokroć utwierdzaną w socjologicznej refleksji przepaść między światem jednostkowych dążeń a rygorem struktury społecznej. Nawet jeśli jest to rozwiązanie doraźne i tymczasowe (bo ograniczone do sytuacji towarzyskiej swobody), to i tak — z uwagi na nasilającą się tendencję do tego, by estetyka w coraz większym stopniu przejmowała rolę regulatora zachowań społecznych (Maffesoli 2008; Gronow 1997; de la Fuente 2007) — propozycję Simmla należy potraktować z uwagą, mając jednocześnie świadomość, że najtrafniejszą postacią takiej postawy są konsekwentne próby poszukiwania „odpływów i przyływów” towarzyskich form w zróżnicowanych kontekstach społecznej rzeczywistości.

W książce *The Comfort of Things* Daniel Miller (2008) w fascynujący sposób zastanawia się nad społecznym znaczeniem przedmiotów w życiu codziennym, kreśląc poruszające portrety autentycznych i żywych relacji ludzkich, w jakie rzeczy zostają wprzęgnięte. Nie jest to pusty pean na cześć obiektów, ale raczej hymn ku chwale więzi międzyludzkich, które w utowarowionej konsumpcyjnej rzeczywistości w nieunikniony sposób artykułowane i mediowane są poprzez rozmaite dobra. W portretach kreślonych przez Millera materialny świat nie krępuje i nie urzeczowia swoich aktorów, nie stanowi także wartości samej dla siebie. Przeciwnie, za pośrednictwem przedmiotów konsumenci stają się aktywnymi podmiotami budującymi i odtwarzającymi więzi oraz emocje względem innych osób. W takim kontekście zamierzałem tu pokazać, że wino, wraz z regułami określającymi scenariusze jego konsumpcji, można potraktować jako zestaw dekoracji, na tle których pojawiają się aktorzy-amatorzy wina, dzieląc się przeżywanymi doświadczeniami i osiągnięciami, uważnie wsłuchując w relacje innych oraz będąc wysłuchiwanymi przez zaciekawione audytorium współbiesiadników. Trunek stanowi zatem taki element kultury materialnej, który nakreśla swoim amatorom wspólne pole do działania, barwną, wypełnioną rekwizytami i zdarzeniami scenerię ich wyborów i fascynacji, atrakcyjny grunt do manifestowania uczuć i towarzyskich wzruszeń, a w konsekwencji budowania zażyłości, wzajemnych powiązań i zobowiązań.

BIBLIOGRAFIA

- Attfield Judy, 2000, *Wild Things: The Material Culture of Everyday Life*, Berg, Oxford.
Backhaus Gary, 1998, *Georg Simmel as an Eidetic Social Scientist*, „Sociological Theory”, t. 16, s. 260–281.
Barthes Roland, 2000, *Mitologie*, tłum. Adam Dziadek, Wydawnictwo KR, Warszawa.

- Beardsworth Alan, Keil Teresa, 1997, *Sociology on the Menu: An Invitation to the Study of Food and Society*, Routledge, New York.
- Beck Ulrich, Giddens Anthony, Lash Scott, 2009, *Modernizacja refleksyjna. Polityka, tradycja i estetyka w porządku społecznym nowoczesności*, tłum. Jacek Konieczny, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Blumer Herbert, 2007, *Interakcjonizm symboliczny*, tłum. Grażyna Woroniecka, Nomos, Kraków.
- Caplan Pat, 1997, *Approaches to the Study of Food, Health and Identity*, w: Pat Caplan (red.), *Food, Identity and Health*, Routledge, London.
- Charters Steven, 2006, *Wine and Society: Social and Cultural Context of a Drink*, Elsevier Butterworth–Heinemann, London.
- Colman Tyler, 2008, *Wine Politics: How Governments, Environmentalists, Mobsters and Critics Influence the Wines we Drink*, University of California Press, Berkeley.
- Crane Tim, 2006, *Wine as an Aesthetic Object*, w: Barry C. Smith (red.), *Questions of Taste: Philosophy of Wine*, Oxford University Press, Oxford.
- Dant Tim, 2006, *Material Civilization: Things and Society*, „British Journal of Sociology”, t. 57, s. 289–308.
- Demossier Marion, 2004, *Contemporary Lifestyles: The Case of Wine*, w: Donald Sloan (red.), *Culinary Taste: Consumer Behaviour in the International Restaurant Sector*, Elsevier Butterworth–Heinemann, London.
- Demossier Marion, 2005, *Consuming Wine in France: The ‘Wandering’ Drinker and the Vin-anomie*, w: Thomas M. Wilson (red.), *Drinking Cultures: Sites and Practices in the Production and Expression of Identity*, Berg Publishers, Oxford.
- Demossier Marion, 2010, *Wine Drinking Culture in France: National Myth or a Modern Passion?*, University of Wales Press, Cardiff.
- Douglas Mary, 1987, *A Distinctive Anthropological Perspective*, w: Mary Douglas (red.), *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology*, Cambridge University Press–Maison des Sciences de l’Homme, Cambridge–Paris.
- Douglas Mary, Isherwood Baron C., 1996, *The World of Goods: Towards Anthropology of Consumption*, Routledge, London.
- Droit Roger-Pol, 2005, *51 zabaw (z) rzeczami. Doświadczenie rzeczywistości*, tłum. Elżbieta Urscheler, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Elias Norbert, 1990, *Przemiany obyczajów w cywilizacji Zachodu*, tłum. Tadeusz Zabłudowski, PIW, Warszawa.
- Falco Carlos, 2006, *Wino. Porady markiza z Grinon*, tłum. Magdalena Dziegielewska, Zysk i S-ka, Poznań.
- Ferguson Priscilla Parkhurst, 2004, *Accounting for Taste: The Triumph of French Cuisine*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Frisby David, 1997, *Introduction to the Texts*, w: David Frisby, Mike Featherstone (red.), *Simmel on Culture. Selected Writings*, Sage, London.
- Frisby David, 2002, *Georg Simmel. Revised edition*, Routledge, London–New York.
- Finkelstein Joanne, 1985, *Dining Out: The Self in Search of Civility*, „Studies in Symbolic Interaction”, t. 6, s. 183–212.
- Finkelstein Joanne, 1998, *Dining Out: The Hyperreality of Appetite*, w: Ron Scapp, Brian Seitz (red.), *Eating Culture*, State University of New York, Albany.
- Finkelstein Joanne, 2004, *Chic Cuisine: The Impact of Fashion on Food*, w: Donald Sloan (red.), *Culinary Taste: Consumer Behaviour in the International Restaurant Sector*, Elsevier Butterworth–Heinemann, Oxford.
- Finkelstein Joanne, Quiazon Regina, 2007, *Liquid Images: Viewing the Wine Label*, „Journal of Hospitality and Tourism Management”, t. 14, nr 1, s. 17–23.

- de la Fuente Eduardo, 2007, *On the Promise of a Sociological Aesthetics: From Georg Simmel to Michel Maffesoli*, „Scandinavian Journal of Sociol Theory”, t. 8, nr 2, s. 91–110.
- de la Fuente Eduardo, 2008, *The Art of Social Forms and the Social Forms of Art: The Sociology-Aesthetics Nexus in Georg Simmel's Thought*, „Sociological Theory”, t. 26, s. 344–362.
- de Garine Igor, 2001, *For a Pluridisciplinary Approach to Drinking*, w: Igor de Garine, Valerie de Garine (red.), *Drinking: Anthropological Approaches*, Berghahn Books, Oxford.
- Gronow Jukka, 2004, *Standards of Taste and Varieties of Goodness: The (Un)predictability of Modern Consumption*, w: Mark Harvey, Andrew McMeekin, Alan Warde (red.), *Qualities of Food*, Manchester University Press, Manchester.
- Gronow Jukka, 1997, *The Sociology of Taste*, Routledge, London.
- Gusfield Joseph R., 1987, *Passage to Play: Rituals of Drinking Time in American Society*, w: Mary Douglas (red.), *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology*, Cambridge University Press–Maison des Sciences de l'Homme, Cambridge–Paris.
- Heath Dwight, 1987, *A Decade of Development in the Anthropological Study of Alcohol Use, 1870–1980*, w: Mary Douglas (red.), *Constructive Drinking: Perspectives on Drink from Anthropology*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Hennion Antoine, 2007, *Those Things that Hold Us Together: Taste and Sociology*, „Cultural Sociology”, t. 1, s. 97–114.
- Komter Aafke, 2005, *Social Solidarity and the Gift*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Krajewski Marek, 2008, *Ludzie i przedmioty — relacje i motywy przewodnie*, w: J. Kowalewski, W. Piasek, M. Śliwa (red.), *Rzeczy i ludzie. Humanistyka wobec materialności*, Instytut Filozofii Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, Olsztyn.
- Krieken Robert van, 1998, *Norbert Elias*, Routledge, London–New York.
- Linklater Andrew, Mennell Stephen, 2010, *Norbert Elias, The Civilizing Process: Sociogenetic and Psychogenetic Investigations — an Overview and Assessment*, „History and Theory”, t. 49, s. 384–411.
- Maffesoli Michel, 2008, *Czas plecion. Schyłek indywidualizmu w społeczeństwach ponowoczesnych*, tłum. Marta Bucholc, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Mennell Stephen, 1985, *All Manners of Taste: Eating and Taste in France and England from Middle Ages to Present Day*, University of Chicago Press, Chicago.
- Mennell Stephen, 2007, *The American Civilizing Process*, Polity Press, Cambridge.
- Miller Daniel, 1995, *Consumption as a Vanguard of History*, w: Daniel Miller (red.), *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies*, Routledge, London.
- Miller Daniel, 2008, *The Comfort of Things*, Polity Press, Cambridge.
- Parasecoli Fabio, 2008, *Bite Me: Food in Popular Culture*, Berg, Oxford.
- Resnick Evelyne, 2008, *Wine Trends: Success Strategies for New Markets, New Consumers and New Trends*, Palgrave Macmillan, New York.
- Simmel Georg, 2005, *Socjologia*, tłum. Małgorzata Łukasiewicz, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Simmel Georg, 2006a, *Socjologia posiłku*, w: Georg Simmel, *Most i drzwi*, tłum. Małgorzata Łukasiewicz, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Simmel Georg, 2006b, *Socjologia zmysłów*, w: Georg Simmel, *Most i drzwi*, tłum. Małgorzata Łukasiewicz, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Simmel Georg, 2006c, *Rama obrazu. Próba estetyczna*, w: Georg Simmel, *Most i drzwi*, tłum. Małgorzata Łukasiewicz, Oficyna Naukowa, Warszawa.
- Simmel Georg, 2007, *Problem stylu*, w: Georg Simmel, *Filozofia kultury. Wybór esejów*, tłum. Wojciech Kunicki, Wydawnictwo UJ, Kraków.
- Smith Dennis, 2001, *Norbert Elias and Modern Social Theory*, Sage, London.
- Sommer Manfred, 2003, *Zbieranie. Próba filozoficznego ujęcia*, tłum. Jarosław Merecki, Oficyna Naukowa, Warszawa.

- Teil Genevieve, Hennion Antoine, 2004, *Discovering Quality or Performing Taste? A Sociology of the Amateur*, w: Mark Harvey, Andrew McMeekin, Alan Warde (red.), *Qualities of Food*, Manchester University Press, Manchester.
- Unwin Tim, 1991, *Wine and the Vine: An Historical Geography of Viticulture and the Wine Trade*, Routledge, London.
- Vannini Phillip, Ahluwalia-Lopez Guppy, Waskul Dennis, Gottschalk Simon, 2010, *Performing Taste at Wine Festivals: A Somatic Layered Account to Material Culture*, „Qualitative Inquiry”, t. 16, s. 378–396.
- Warde Alan, 1997, *Consumption, Food and Taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture*, Sage, London.
- Warde Alan, Martens Lydia, 2000, *Eating Out: Social Differentiation, Consumption and Pleasure*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Wilk Richard, 2006, *Bottled Water: The Pure Commodity in the Age of Branding*, „Journal of Consumer Culture”, t. 6, s. 303–325.
- Wilson Thomas M., 2001, *Drinking Cultures: Sites and Practices in the Production and Expression of Identity*, w: Thomas M. Wilson (red.), *Drinking Cultures: Alcohol and Identity*, Berg Publishers, Oxford.
- Woodward Ian, 2001, *Domestic Objects and the Taste Epiphany: Resource for Consumption Methodology*, „Journal of Material Culture”, t. 6, s. 115–136.
- Wyborski Paweł, 2011, *O twórczym aspekcie konsumpcji — „konsumpcja rękodzielnicza” i jej (około)kulinarny potencjał*, „Miscellanea. Anthropologica et Sociologica”, nr 10/11.
- Wyborski Paweł, 2012, *Towarzystwość w butelce — wino w relacjach społecznych*, „Człowiek i Społeczeństwo”, t. 33.
- Znaniecki Florian, 1988, *Wstęp do socjologii*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa.

IN VINO VERITAS/COMMUNITAS/CIVILITAS?

ON THE CIVILISING SOCIABILITY OF WINE CONSUMPTION

Summary

The article refers to selected elements of the sociology of Georg Simmel. It accords in general with his theory in regards to the structure of social relations, and deals in particular with the idea of sociability and the meal. The author assumes that a collective embibing of wine is a specific form of culinary consumption constituting an area for manifesting sociability. Basing himself on interviews with wine consumers, the author's aim is to reveal the manifestations of sociability during the common consumption of this drink and to indicate the elements determining the shape and order of the social interaction: for instance, common standards of taste. As the character of such an interaction is determined by the consumption of wine, which not only imposes a certain thematic framework, but also requires the participants' mutual adaptation, the social value of drinking can be treated as one aspect of the possible civilising effects of wine.

Key words/słowa kluczowe

Georg Simmel; sociability / towarzyskość; wine consumption / konsumpcja wina; civilizing / cywilizowanie