

Iwona Oleniuch

Politechnika Rzeszowska im. Ignacego Łukasiewicza w Rzeszowie

## MIĘDZYNARODOWY RUCH „SLOW FOOD” JAKO ODPOWIEDŹ NA POSTĘPUJĄCĄ GLOBALIZACJĘ

### SLOW FOOD INTERNATIONAL MOVEMENT AS A RESPONSE TO THE INCREASING GLOBALIZATION PROCESS

**Słowa kluczowe:** globalizacja, kultura kulinarna, fast food, slow food

*Key words:* globalization, culinary culture, fast food, slow food

**Synopsis.** Przedstawiono pojęcie globalizacji i skutków procesów unifikacji dla kultury i tożsamości. Opisano studium przypadku Międzynarodowego Ruchu Slow Food, będącego reakcją na postępującą uniwersalizację kultury kulinarnej. Wskazano także możliwe modele kultury przeobrażającej się w efekcie oddziaływania sił globalizacji.

### Wstęp

Ostatnie dwie dekady minionego wieku uznaje się za okres wyraźnego zdynamizowania zjawisk globalizacyjnych. To czas coraz szerszego dostrzegania jaskrawych przejawów uniformizacji w kolejnych dziedzinach życia. Obecnie, z perspektywy następnego stulecia, można stwierdzić, że nie ma obszaru, który nie podlegałby globalizacji. Jej przejawy i ekonomiczne konsekwencje aż nadto odczuliśmy w postaci światowego kryzysu gospodarczego ostatniego okresu.

Jednak globalizacja zawładnęła nie tylko sferą finansów, biznesu, polityki i technologii. Przebiegający obywatel widzi ją w ujednoczeniu stylów życia, modeli konsumpcji i wzorców kultury, której składową jest m.in. kultura kulinarna. W ramach gospodarki żywnościowej powstają korporacje transnarodowe produkujące żywność standaryzowaną, homogeniczną, smakującą i wyglądającą identycznie w sklepach na całym świecie. Mieszkaniec Polski, USA, czy Brazylii, staje się świadkiem tego jak świat się kurczy, jak owoce i rośliny znane mu dotąd z albumów podróżniczych stają się dostępne w osiedlowym supermarkecie. Jednocześnie zauważa, że coraz trudniej jest mu znaleźć produkty przypominające smakiem te znane z dzieciństwa. Jego kubki smakowe są zaskakiwane nieznanymi lub nieoczekiwanymi dla danego wyrobu nutami smakowymi. W konsekwencji coraz częściej zaczyna sobie stawiać pytania: o jakość i walory zdrowotne nowej żywności, o tradycję i kulturę w której wyrósł i o własną tożsamość.

### Globalizacja

Opisywane zjawisko jest definiowane różnie i rozpatrywane z wielu punktów widzenia. Oprócz definicji ekonomicznych i akcentujących aspekt technologiczny, wiele jest i tych, które biorą pod uwagę przemiany zachodzące w tak wrażliwej tkance, jak kultura.

Wskazywał na nie w 1992 r. m.in. Robertson – autor jednej z najprostszych, a równocześnie najchętniej cytowanych w literaturze definicji: „globalizacja to proces, poprzez który świat staje się w coraz większym stopniu jednym wspólnym miejscem”. Robertson przywiązuje istotną wagę do problematyki przekształceń kultury w procesach globalizacji. Utrzymuje, że globalna scena powinna być postrzegana przez proces przemian społeczno-ekonomicznych, a nie jedynie ekonomiczno-rynkowych [Misiak 2007].

Kontekst społeczno-kulturowy jest akcentowany także przez Greenberga i Barona [2003]. Używają oni następującego określenia: „globalizacja jest procesem powiązania ludzi w skali światowej ze względu na kulturowe, ekonomiczne, polityczne i technologiczne oraz środowiskowe aspekty życia”.

Podobnie widzi to zjawisko Golka [1999]. Według niego procesy globalizacyjne wyrażają się siecią powiązań i wzajemnych oddziaływań państw i społeczeństw tworzących system światowy i oznaczają przekraczanie, a nawet zanikanie granic między jednostkami, społeczeństwami, kulturami

i cywilizacjami. Zachodzą na wielu poziomach: gospodarczym, politycznym, informacyjnym, demograficznym, antropologicznym, ekologicznym i kulturowym.

Pieterse [2004] i Bauman [2005] zaś umieszczają kulturę wręcz w samym centrum obserwowanych przemian. Pierwszy definiuje globalizację jako „proces strukturalnej hybrydyzacji (wylanianie się mieszanych typów społecznej organizacji) oraz hybrydyzacji kulturowej (rozwoj melanżu ponadnarodowych kultur)” [Gilarek 2005]. Dla drugiego „globalizacja to zespół procesów polegających na uniwersalizacji zjawisk politycznych, ekonomicznych i kulturowych – od partykularnych, narodowych, do ogólnoświatowych standardów i wspólnych wszystkim grupom kulturowym układów wartości”. Proces ten obejmuje więc wymiar kulturowy, polityczny i standaryzację ekonomiczną. Bauman dodaje też, że przejawem rozszerzania się świadomości globalnej są procesy uniwersalizacji wartości i norm kulturowych, związanych zwłaszcza z upowszechnianiem się standaryzowanych wzorów konsumpcyjnych [Paleczny 2008].

### Kultura i tożsamość w dobie globalizacji

Skoro globalizacja przejawia się również w przemianach kultury, nie dziwi fakt, że budzi niepokój i pytania o zachowanie tożsamości jednostek i grup. Sięgając do wypowiedzi Pomiana [1996], według którego jednym z podstawowych czynników scalających tożsamość europejskich społeczeństw jest kultura, należy przyjąć, że zjawisko mondializmu, jak się czasem określa globalizację, ma i będzie miało istotny wpływ na kształtowanie naszej tożsamości.

Potwierdza to Bauman [2005], który na podstawie zapisów Ricoeura i Todorova, stwierdza, że tożsamość europejska jest i będzie nadal kształtowana przez wspólnie wyznawane przez jej mieszkańców wartości. Wśród nich wymienia: racjonalność, sprawiedliwość, demokrację i wolność w uznawaniu kulturowej różnorodności.

Czy jednak w świecie ulegającym postępującej uniwersalizacji jest miejsce na różnorodność, skoro jak twierdzi Breckenridge globalizacja odnosi się do przenikania dominujących kultur, które ograniczają inne narody, utrudniając im zachowanie lokalnej tożsamości [Wosińska 2008]. Podobne obawy i pytania o własne „ja” rodzą się w głowach zwykłych ludzi i naukowców analizujących zjawisko postępującej uniformizacji.

Według Tewesa, cytowanego przez Ostasza [2001] globalizacja powoduje, iż w ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat daje się zauważyć oznaki wygasania poczucia tożsamości narodowej. Na całym świecie są wypowiedzane obawy o zachowanie w procesie globalizacji tradycyjnego dorobku narodowego, kulturowego, religijnego i obyczajowego poszczególnych zbiorowości ludzkich. Chodzi bowiem o korzenie, z których wyrosły te społeczności, o wszystko to, co je wewnętrznie łączy, co jest im drogie i uważane za niezbędne.

Globalizacja powoduje zamknięcie ogromu wartości tradycyjnych, co uzasadnia się coraz bardziej racjonalnymi sposobami życia. Mimo to, żaden naród, żadna wyodrębniona silnie zbiorowość ludzka, nie będzie chciała zrezygnować ze swojej tożsamości, ze szczególnych, indywidualnych wartości, wynikających z własnych, zwykle pielęgnowanych z pietyzmem dokonań i doświadczeń historycznych [Ostasz 2001].

Jak pokazują badania etnograficzne prowadzone w Burundii, Irlandii Północnej i byłej Jugosławii, przyczyny przemocy fizycznej, której dopuszczały się grupy niegdyś pokojowo koegzystujące, są ściśle związane z niepewnością, co do własnej tożsamości [Dylus 2005].

Rządy i społeczności na całym świecie są coraz bardziej zaniepokojone globalną homogenizacją kulturową zdominowaną przez amerykańskie wartości włączane innym narodom przez wielkie korporacje. Wspólną skargą narodów, grup etnicznych i społeczności lokalnych wobec globalizacji jest zarzut dotyczący pozbawiania lokalnych kultur ich autentyczności i czystości [Nwagbara 2008]. Wszechobecność zachodnich wzorców konsumpcji i zachowań sprawiła nawet, że ukuto specjalne terminy na określenie dyktatu tej nowej popkultury: nowoczesny kolonializm, „amerykanizacja”, bądź „westernizacja”, „coca-kolonizacja”, „McŚwiat” i „McDonaldyzacja”.

Pojęcie „McDonaldyzacji” weszło już do języka potocznego. Według jego twórcy, Benjamina Barbera, „Mc” stanowi symbol amerykańskości, przejawiający się nie tylko konsumpcją hamburgerów w McDonalddie, lecz również oglądaniem hollywoodzkich filmów i amerykańskich programów typu MTV, lub uznawaniem Disneylandu za najwyższy standard rozrywki. Słowem, McŚwiat jest symbolem homogenizowania się kultur świata w wyniku inwazji kultury amerykańskiej. Nawet w etnocentrycznej Francji, której obywatele wciąż wędrują po ulicach z bagietkami, a na ich stołach

pojawiają się codziennie lokalne „śmierdzące” sery, coraz więcej „prawdziwych Francuzów” żywi się w amerykańskich sieciach *fast food*. Również babcie z Rzymu, Neapolu i Mediolanu nie mogą uwierzyć, że ich wnuki wolą nieudolną podróbkę włoskiej pizzy z Pizza Hut, niż, pieczoną według tradycyjnej receptury. Hegemonia kultury amerykańskiej, widoczna w obyczajowości kulinarnej, określana bywa czasem jako „imperializm żywnościowy”, który grozi zanikiem kuchni narodowych, a tym samym, wymarciem istotnej części tożsamości etnicznych [Wosińska 2008].

Na taki obraz kulturowej, gospodarczej i politycznej rzeczywistości nie zgodził się ćwierć wieku temu włoski krytyk kulinarny Carlo Petrini. Swoją sprzeciw wyraził powołując do życia organizację „Slow Food”.

### „Slow Food”

Międzynarodowy już dzisiaj ruch powstał w 1986 r. we włoskim Barolo. Jego ojcem, a jednocześnie stałym prezesem jest Carlo Petrini, który w proteście przeciw powstaniu baru McDonald’s przy historycznych Schodach Hiszpańskich w Rzymie, zapoczątkował lokalny ruch społeczny. Obecnie organizacja *non-profit* rozrosła się on do ponad stu tysięcy członków w 132 krajach świata.

W Manifestie „Slow Food” za cel nadrzędny przyjęto „ochronę prawa do smaku” [www.slowfood.pl]. Wyrażając w ten sposób przesłanie ruchu, Petrini powiedział „nie” przetworzonej żywności, która smak zawdzięcza sztucznym dodatkom, konserwantom i polepszaczom. Sprzeciwił się bylejakości, codziennemu „wyścigowi szczurów”, w którym człowiek ma czas jedynie na to by złapać kanapkę w biegu, szkodliwej dla zdrowia diecie i degradowaniu środowiska naturalnego przez wielkie koncerny, symbolizowane przez McDonald’s. Oddał głos za bioróżnorodnością, poszanowaniem tradycji i kultury miejsca, w którym żyjemy, umacnianiem więzi przyjaźni przy wspólnym stole, czerpaniem przyjemności z jedzenia – z jego wyglądu, smaku i zapachu, czyli za zwolnieniem tempa i poprawą jakości życia.

Przesłanie ruchu najlepiej oddaje jego filozofia. Czytamy w niej: „wierzymy, że każdy człowiek ma fundamentalne prawo do przyjemności, a w konsekwencji także do odpowiedzialności za ochronę dziedzictwa kulinarnego, tradycji i kultury, które czynią te przyjemności możliwymi. Żywność slow food to żywność dobra (dająca przyjemność jedzenia), czysta (produkowana w poszanowaniu dla ziemi i natury) i uczciwa (przynosząca producentom sprawiedliwe wynagrodzenie)” [www.slowfood.com].

Początkowo „Slow Food” stanowiła głównie organizację kulinarną, której celem było odkrywanie na nowo przyjemności stołu. Przyznawała nagrody wybranym restauracjom i kucharzom, którzy przygotowali dania w stylu „slow” – nieśpiesznie, z naturalnych składników, w sposób jak najmniej przetworzony, z wykorzystaniem tradycyjnych receptur. W miarę upływu czasu, skupiając kolejnych członków i zyskując poparcie władz, rozszerzała działalność wdrażając kolejne, ogromne już dzisiaj projekty.

Kluczowym był rok 1996. Wówczas organizacja zaangażowała się w dwa nowe pomysły. Pierwszy to „Arka Smaku” (*The Ark of Taste*) – idea, dla której inspiracją była arka Noego, bo tak jak ona miała chronić gatunki zwierząt i roślin zagrożone wyginięciem<sup>1</sup> w wyniku zalewu powodzią standaryzacji i globalnej dystrybucji, czyli tego czemu u podstaw sprzeciwił się Petrini – kulturze *fast food*. Ruch mocno zaangażował się w ochronę bioróżnorodności, powołując w 2003 r. Fundację dla Bioróżnorodności (*Slow Food Foundation for Biodiversity*), tworząc bank genów, poświęcając czas ekologii i zachowaniu naturalnych, tradycyjnych metod wytwarzania żywności. Projekt „Arka” stał się też podstawą działań zmierzających nie tylko do ochrony, ale do utrzymania lub reaktywowania produkcji ginących wyrobów (projekt „Prezydium” powołany w 2000 r.), a także w 2000 r. dał początek idei nagradzania grup i osób zajmujących się ochroną bioróżnorodności coroczną Nagrodą „Slow Food” (*SlowFood Award*)<sup>2</sup>.

Istotną częścią działań „Slow Food” jest edukacja. Również w 1996 r. powołano do życia drugi z dużych projektów – wydawnictwo „Slow Food”, a w konsekwencji jego magazyny: *Slow, Slow-*

<sup>1</sup> Poziom erozji genetycznej jest bardzo wysoki i nadal się zwiększa. Na świecie są tysiące gatunków warzyw, a tylko 10 z nich stanowi 90% światowej produkcji rolniczej. Codziennie bezpowrotnie znikają z biosfery rośliny i zwierzęta, ubywa regionalnych potraw, nasze życie i doznania uniwersalizują się. Obecny poziom ingerencji człowieka w naturalną równowagę zredukował znacznie zróżnicowanie biologiczne na Ziemi: w ciągu ostatnich stu lat współczynnik wymierania gatunków powiększył się tysiącokrotnie w stosunku do średniej zarejestrowanej w historii naszej planety. Zróżnicowanie genetyczne zmniejszyło się w skali globalnej, przede wszystkim wśród gatunków uprawnych [Petrini 2007].

<sup>2</sup> Te i inne dane dotyczące ruchu pochodzą z jego oficjalnej strony: [www.slowfood.com].

*food*, *L'Arca*, *Slowark* i *Slowine*. Poza nimi publikowane są książki poświęcone żywności oraz coroczny *Almanach Slow Food* i rekomendacje lokali i win w przewodnikach *Osterie d'Italia* i *Gambero Rosso*. Wydawnictwo rozsyła do członków ruchu newslettery oraz prowadzi strony internetowe ruchu i jego inicjatyw.

Ponadto, w ramach edukacji organizacja realizuje programy telewizyjne, propaguje wiedzę ogrodniczą, realizuje edukację sensualną dla dzieci i warsztaty smaku dla dorosłych, szkolenia i kursy dla swoich członków oraz „ogrody szkolne” w szkołach podstawowych, gdzie dzieci uczą się zdrowej uprawy roślin. W 2004 r. w Piemontie powołano do życia Uniwersytet Nauk Gastronomicznych, w którym wykłada się zasady eko-gastronomii, a także kształci przyszłych dziennikarzy i lobbystów idei *slow food*. Aktualnie w ofercie uczelni znajdują się trzyletnie studia licencjackie na kierunku gastronomia, dwuletnie magisterskie w zakresie gastronomii i komunikacji żywnościowej oraz roczne studia z zakresu kultury i komunikacji żywnościowej, włoskiej gastronomii i turystyki oraz różnego rodzaju kursy.

Sztandarowym projektem jest cały wachlarz konferencji i warsztatów organizowanych cyklicznie w różnych krajach świata. Największymi i najdłużej funkcjonującymi są, odbywające się co dwa lata w październiku w Turynie, targi „Salon Smaku” (*Salone del Gusto*). Jest to największa impreza targowa poświęcona zdrowej i naturalnej żywności z całego świata. Gromadzi rolników i producentów wyrobów regionalnych o unikalnym charakterze. Ponadto, uczestniczą w niej winiarze, właściciele sklepów i restauracji, kucharze, naukowcy, dziennikarze i dziesiątki tysięcy odwiedzających. Podczas targów odbywają się prezentacje i degustacje produktów (tzw. laboratoria smaku) w wielu kategoriach. Od 2004 r. równoległe z Salonem miejsce ma ogromna konferencja zatytułowana „Terra Madre” („Matka Ziemia”). Przeznaczona jest dla przedstawicieli społeczności skupionych wokół produkcji żywności *slow food*, czyli tzw. *slow communities*<sup>3</sup>. W październiku 2010 r. odbędą się: ósmy „Salon Smaku” i czwarta konferencja „Terra Madre”.

W miarę rozwoju wymienionych imprez, zakładania kolejnych „conviviów”, czyli oddziałów, w oparciu o które rozrasta się krąg zainteresowanych, rodziły się pomysły na następne wydarzenia. Obecnie, poza wspomnianymi, oddziały „Slow Food” organizują również targi: sera „Cheese” i ryb „Slow Fish” oraz produktów regionu Toskanii „Toscana Slow” we Włoszech, „Salon du Gout et des Saveurs d'Origines” oraz „Euro Gusto” we Francji, „Slow Food Fair of the Good Taste” w Niemczech, „Yokohama Fair” w Japonii, „Taste of Slow” w Australii, „Slow Food Nation” w USA i „Nordic Flavour” na Łotwie. Także konferencja „Terra Madre” doczekała się wydarzeń bliźniaczych w regionie Środkowy Wschód i Afryka Północna oraz w Szwecji, Brazylii, Holandii i Irlandii. Co roku odbywa się także festiwal filmów o tematyce związanej z żywnością „Slow Food on Film”.

Warto też wspomnieć o inicjatywie z 1999 roku, którą można zaliczyć do tego co ruch określa mianem *slow movement* – (ruchu na rzecz zwolnienia). Jest to projekt utworzenia sieci miasteczek „Cittaslow” („Slow Cities”), a dokładniej objęcia tą siecią istniejących małych miast, które spełniają następujące warunki: mieszkańcy angażują się w poprawę warunków życia, nie ma w nim sieci *fast food* i supermarketów, kultywuje się kulturę, architekturę i tradycje charakterystyczne dla regionu. Do sieci należy kilkadziesiąt miast. W Polsce są to: Reszel, Lidzbark Warmiński, Biskupiec i Bisztynek.

Ciekawą inicjatywą są „Stoły Przyjaźni” („Le Tavole Fraterne”). Celem projektu jest praca charytatywna w miejscach, gdzie o przyjemność trudno, takich jak była Jugosławia i regiony Włoch zniszczone trzęsieniami ziemi. Najmłodsze dziecko zaś to „Rynki Ziemi” („Earth Markets”), czyli sieć lokalnych bazarów, tworzonych w zgodzie z definicją produktu *slow food* jako produktu dobrego, czystego i uczciwego. Są to miejsca gdzie konsument ma pewność, że kupuje produkt naturalny, zdrowy i nieskażony, bezpośrednio od rolnika lub wytwórcy, posiadającego akceptację lokalnego *convivium*. Obecnie do sieci należą bazy w: Bolonii, Cairo Montenotte, Milanie, Montevarchi, San Daniele del Friuli, San Miniato, Tel Avivie, Bejrucie, Saidzie i w Bukareszcie.

### „Slow Food Polska”

Polski oddział organizacji powstał w marcu 2002 r. w Krakowie z inicjatywy Szklarka – przewodniczącego „Slow Food Polska”<sup>4</sup>. W kwietniu 2010 roku powołano na Dolnym Śląsku ósme polskie *convivium*. Cele statutowe „Slow Food Polska” są analogiczne do zamierzeń „Slow Food International”<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Jak czytamy na oficjalnej stronie ruchu skupia on ponad 1600 „*food communities*”, ponad 800 „conviviów”, około 5000 producentów, 1000 kucharzy i 400 naukowców.

<sup>4</sup> Większość danych pochodzi z oficjalnej strony Slow Food Polska: [www.slowfood.pl] oraz Petriniego 2005.

<sup>5</sup> Statut Stowarzyszenia Slow Food Polska jest dostępny na stronie: [http://www.slowfood.pl/index.php?s=statut].

Pierwszy projekt w Polsce nosił nazwę „Oscypek”. Jego istotą było uratowanie i wyprowadzenie z handlowego podziemia oryginalnego, tradycyjnie produkowanego sera górskiego. Przed walką o wprowadzenie regulacji prawnych, które umożliwiłyby legalną sprzedaż oraz akcją jego promocji w Polsce i na świecie, konieczne było odnalezienie bacówek, w których wytwarza się oscypki według pierwotnej receptury i zwyczaju.

Przez kilka miesięcy członkowie „Slow Food Polska” badali sery na Podhalu. Zinventaryzowali blisko 130 bacówek, by stwierdzić, że tylko w 4 przetrwały pierwotne tradycje, które trzeba ocalić od zapomnienia. Sukcesem projektu jest zmiana przepisów prawnych, dająca legalną możliwość produkcji i sprzedaży tradycyjnie wytwarzanego sera oraz jego promocja na „Salonie Smaku” w 2002 r., gdzie zachwylił międzynarodowe gremium, zyskując rekomendację organizacji i wpis ochronny do „Arki Smaku” [www.slowfoodfoundation.org].

Staraniem polskiego oddziału „Slow Food” podczas tych samych targów prezentowany był także dwójniak Macieja Jarosa z Łaziska pod Tomaszowem Mazowieckim. Miód uznano za najlepszy na świecie i również objęto ochroną w ramach „Arki Smaku”<sup>7</sup>. W dwa lata później na kolejnym Salonie „Slow Food Polska” promował trzy kolejne produkty: kielbasę lisecką Stanisława Mądrego z Nowej Wsi Szlacheckiej, miód pszczeli Remigiusza Dutkowiaka z Sulęcina oraz nalewki staropolskie Karola Majewskiego z Łomianek [Palasiński 2004]. Z roku na rok coraz więcej wyrobów zdobywa rekomendację „Slow Food Polska”, choć spełnić należy wysokie wymagania co do smaku, jakości, metod produkcji i unikalności. Aktualnie na liście rekomendacji znajduje się około 80 wpisów [www.startfood.pl]. Na zlecenie *conviviów* jakość polecanych produktów kontrolują naukowcy z uniwersytetów rolniczych w Poznaniu i w Krakowie.

Podobnie jak we Włoszech, tak i w Polsce, choć na znacznie mniejszą skalę, „Slow Food” wydaje coroczny magazyn dla swoich członków pod tytułem „Ślimak – pokaż rogi” oraz organizuje wiele akcji promocyjnych i edukujących społeczeństwo w zakresie żywności o wyjątkowym charakterze. Najbardziej znanym projektem jest program telewizyjny, emitowany w TV Polonia, pod tytułem „Polska dobrze smakuje”<sup>6</sup>.

Jak we Włoszech i innych krajach polskie *convivia* organizują spotkania z ekspertami i producentami, degustacje, wykłady poświęcone ginącym polskim gatunkom, warsztaty smaku oraz wyjazdy studyjne do producentów w poszczególnych regionach.

Łódzkie *convivium*, działające od 2006 r., ma na swoim koncie organizację m.in. następujących wydarzeń: „Polska gęś owsiana z Kołdy Wielkiej”, „Smaki Przyjaciół Dolnej Wisły”, „Smaki Polskich Grzybów”, „Smaki Kuchni Myśliwskiej”, „Smaki Polskiego morza”, „Smaki Galicyjskie” i „Smaki Roztocza” [www.97.com.pl].

Nowo powołane *convivium* Dolnego Śląska planuje organizację wykładów, wprowadzenie do menu restauracji potraw związanych z regionem, wytyczenie szlaku turystycznego po miejscach, w których można dobrze i ciekawie zjeść.

Dzięki „Slow Food Polska”, krajowi producenci zaczynają odnosić sukcesy nie tylko na wewnętrznym, ale także na europejskim rynku. Animatorzy ruchu pomagają w pokonywaniu biurokracyjnych ograniczeń i promowaniu unikalnych, wysokiej jakości produktów. Po prezentacji w Turynie Maciej Jaros dostaje miesięcznie ponad 50 propozycji sprzedaży miodów za granicę. Karol Majewski, producent nalewek, za butelkę z pięcio-, sześciolatnim trunkiem otrzymuje 60-70 euro [Palasiński 2004]. Zarabiając na swojej pasji przyczyniają się do realizacji tego co zapisano w „Manifeście Slow Food” - chronią prawo do smaku i dają odpór temu co określamy potocznie „fastfoodyzacją” lub „McDonalduzacją” życia i kultury, a naukowcy zwą globalizacją.

## Podsumowanie

Uogólniając poglądy badaczy współczesnych kierunków przekształceń kultury, żeby powołać się tylko na autorów polskich – Baumaną, Sztompkę, Pomiana, Tazbira, Stommę, Bursztę, Kuligowskiego i Jawłowską – można wskazać trzy zasadnicze kierunki rywalizujące między sobą o dominację w dalszych przekształceniach kultury w dobie globalizacji.

Pierwszy określany jest jako wyłanianie się nowej cywilizacji i kultury globalnej. [...] Należy przy tym przyjąć, że kultura globalna jest „*in statu nascendi*” – dopiero kształtują się jej podstawo-

<sup>6</sup> Trzydzieści archiwalnych odcinków poświęconych wybranym, wartym rekomendacji, produktom można obejrzeć w internecie [www.polskadobrzezsmakuje.pl].

we cechy. Można jednocześnie spotkać się z interesującą poznawczo tezą niektórych badaczy, że istniejące już przesłanki wskazują, że powinna się ona rozwijać na bazie euroatlantyckich wartości kultury.

Drugi z wyróżnionych typów kultury zakłada przedłużenie w przyszłości dominacji kultury amerykańskiej w skali globalnej, czyli prymat tego co nazywamy „McDonaldyzacją” lub „amerykanizacją”.

Trzeci kierunek można nazwać globalnym pluralizmem kulturowym. Jest to, jak powiadają jego badacze – najlepsze rozwiązanie w dobie nasilonych procesów ujednocających, powodowanych przez globalizację, pozwala bowiem na zachowanie regionalnych i lokalnych wartości kulturowych, które w niektórych wypadkach zyskują nawet wysoką rangę i wchodzą w skład ogółu wartości kultury globalnej. Kultury regionalne i lokalne nie są izolowane od zewnętrznych wpływów. Przeciwnie nawet, jak stwierdza Sztompka, pluralizm kulturowy „zakłada bardziej równorzędny dialog i wymianę (...) dochodzi do częściowego, selektywnego przekształcenia kultury metropolii przez peryferie, wzbogacenia jej o lokalne wartości, nadania lokalnej interpretacji przyjmowanym ideom” [Misiak 2007]. Na polu kultury kulinarnej i rolnictwa zrównoważonego istotną rolę do odegrania mają organizacje takie, jak „Slow Food”.

### Literatura

- Bauman Z.** 2005: Europa. Niedokończona przygoda. Wyd. Literackie, Kraków, s. 188.  
**Dylus A.** 2005: Globalizacja. Refleksje etyczne. Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław, s. 98.  
**Gilarek K.** 2005: Proces, dyskurs czy teoria? Przecz o naturze globalizacji. [W:] O globalizmie na spokojnie (red. A. Frątczak). Wyd. „Zielone Brygady”, Kraków, s. 18-19.  
**Golka M.** 1999: Cywilizacja, Europa, globalizacja. Humaniora, Poznań, s. 13.  
**Greenberg J., Baron R.A.** 2003: Behavior in organizations. Prentice Hall, New York, s. 14.  
**Misiak W.** 2007: Globalizacja więcej niż podręcznik. Difin, Warszawa, nr 11, s. 110-113.  
**Nwagbara E.** 2008: Globalization. *Innovative Management Journal*, nr 1, s. 13.  
**Ostasz G.** 2001: Wokół genezy procesów globalizacyjnych. [W:] Globalizacja i regionalizacja gospodarki. Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów, s. 240.  
**Palasiński J., Krzyżanowski P.** 2004: Oscypkowa ofensywa. *Wprost*, nr 1115, s. 62-63.  
**Palczyński T.** 2008: Procesy regionalizacji a zjawiska globalizacji. *Przegląd Humanistyczny*, nr 1, s. 97.  
**Petrini C.** 2007: Slow Food. Prawo do smaku. Twój Styl, Warszawa, s. 42.  
**Petrini C., Watson B.** 2005: Produkty regionalne robią karierę. ABA, Warszawa, s. 9-279.  
**Pieterese J.N.** 2004: Globalization and culture. *Global Mélange*. Rowman and Littlefield, Lanham, s. 65.  
**Pomian K.** 1996: Drogi kultury europejskiej. IFiS-PAN, Warszawa, s. 149.  
**Wosińska W.** 2008: Oblicza globalizacji. Smak Słowa. Sopot, s. 24.  
[\[www.polskadobrzezsmakuje.pl\]](http://www.polskadobrzezsmakuje.pl).  
[\[www.slowfood.pl/index.php?s=str-cotojest\]](http://www.slowfood.pl/index.php?s=str-cotojest).  
[\[www.slowfood.com/about\\_us/eng/philosophy.lasso\]](http://www.slowfood.com/about_us/eng/philosophy.lasso).  
[\[www.slowfoodfoundation.org/eng/arca/lista.lasso\]](http://www.slowfoodfoundation.org/eng/arca/lista.lasso).  
[\[www.slowfood.pl/index.php?s=str-rekprodukty\]](http://www.slowfood.pl/index.php?s=str-rekprodukty).  
[\[www.97.com.pl/slowfood.html\]](http://www.97.com.pl/slowfood.html).

### Summary

*The article refers to the problem of cultural consequences of increasing globalization process. Theoretical background consist of a few definitions of globalization. Practical part refers to world and polish activities of the Slow Food organization, which was founded in 1986 as a reaction for so-called McDonaldization phenomenon. The paper ends with the forecast on future possibilities for development of culture in globalizing world.*

### Adres do korespondencji:

mgr Oleniuch Iwona  
 Politechnika Rzeszowska  
 Katedra Gospodarki Żywnościowej i Towaroznawstwa  
 ul. Powstańców Warszawy 8  
 35-959 Rzeszów  
 tel. (17) 865 13 08  
 e-mail: iwonaole@prz.edu.pl