

Jedzenie to o wiele więcej niż sposób na dostarczenie „paliwa” dla ciała; współcześnie jest ono znaczącym i niezwykle widocznym elementem kultury konsumpcji. **Jedzenie jest głęboko powiązane z dynamiką gospodarek, strukturami społecznymi i relacjami władzy, które określają, skąd pochodzą nasze produkty, jak do nas trafiają, dlaczego mamy dostęp do takich a nie innych, oraz gdzie kończą swoją drogę, jeśli ich nie kupimy lub je wyrzucimy.** Jedzenie ma bezpośredni i nieunikniony wpływ na to, kim jesteśmy i jak żyjemy.

Podobnie jak w innych częściowo przemysłowych społeczeństwach, jedzenie w Polsce staje się coraz bardziej znaczącą przestrzenią kształtowania, negocjowania i odtwarzania jednostkowych i zbiorowych tożsamości. Odnowione zainteresowanie „tradycyjnym”, „autentycznym” czy „regionalnym” jedzeniem (bo takich przymiotników często się używa) widoczne jest w ostatnich latach w mediach, restauracjach, sklepach, oraz na festiwalach i targach jedzenia w Polsce. Określane tak produkty czy dania są na nowo odkrywane, interpretowane i przyjmowane za ważne elementy prywatnych i publicznych praktyk, kultury materialnej (od projektowania do architektury) i reprezentacji, od książek kucharskich przez telewizję do mediów społecznościowych.

To stosunkowo nowe zjawisko. Do niedawna mobilne społecznie klasy średnie w polskich miastach wyrażały swoje wyrafinowanie, koneserstwo i potrzebę dystynkcji przez formy kosmopolityzmu skupione na „egzotycznym” jedzeniu: francuskiej *haute cuisine*, japońskim sushi, czy włoskim risotto. Współcześnie pojawiają się jednak nowe formy kosmopolityzmu, który zamiast tego zasadza się na dowartościowaniu tego, co tradycyjne i regionalne. Tego typu przemiany miały już miejsce w innych miejscach na świecie. W reakcji na globalizację, światowe klasy średnie tworzą nowe doświadczenia przestrzeni, w których jednostki i zbiorowości przekraczają geografie i tworzą odmienne postrzegania i doświadczenia lokalności. Przez sieci transnarodowe, media i podróże, powstają zbiorowości, które podzielają aspiracje, doświadczenia i światopoglądy związane z jedzeniem. Polskie klasy średnie wydają się uczestniczyć w tych globalnych trendach, te jednak wchodzi w interakcje ze specyficznymi miejscowymi zjawiskami społecznymi, takimi jak „kulturowa wszystkożerność” czy mobilność społeczna, tworząc w ten sposób specyficznym polskie zjawiska.

Z tych powodów badanie przestrzeni, dyskursów i praktyk związanych z jedzeniem może dostarczyć unikalnego wglądu w zjawiska kulturowe, społeczne i polityczne, które w innym razie pozostałyby niewidoczne. Zjawiska związane z tożsamością narodową i praktykami kosmopolityzmu są interesujące zwłaszcza w perspektywie polskiej transformacji w gospodarkę rynkową i społeczeństwo konsumpcyjne, która wywołała napięcia między segmentami populacji, które zaadaptowały się i rozkwitły w nowych warunkach, a tymi, którzy poczuli się wykluczeni.