

Oblicza piwnej kultury

Maciej Chołdrych, www.piwoznawcy.pl

Wpisując w wyszukiwarce internetowej frazę „kultura piwa”, nie znajdziemy zbyt wielu ciekawych informacji. Tym bardziej nie dowiemy się, czym tak naprawdę jest to zjawisko, skąd się bierze i dokąd zmierza. Czy oznacza to, że w polskiej kulturze piwa nic się dzieje? Przeciwnie – dzieje się bardzo wiele.

Działania te są póki co rozsiane po wielu różnych obszarach społeczno-kulturowych i dopiero zaczynają tworzyć zjawisko znane na świecie jako kultura piwa. Krystalizują się powoli, tworząc siatkę zależności z piwem w roli głównej. Jeżeli zatem przyjrzymy się różnym piwnym aktywnościom, z łatwością zaobserwujemy, że piwne tematy zaczynają się pojawiać w miejscach, w których jeszcze kilka lat temu nie było na nie miejsca i nikomu przez myśl nie przeszło, że mogą się tam pojawić. Do rzeczy zatem.

Degustacja piwa

Degustacja to słowo-klucz, które wywołuje błogi uśmiech na twarzach piwoszy. Kojarzy się z darmowym piwem i pewnego rodzaju obowiązkiem, odpowiedzialnością. Degustowanie to przecież nie picie – to wyższy stopień wtajemniczenia. Analogicznie, degustator piwa dla wielu jest zawodem marzeń, absolutnym spełnieniem. W ciągu ostatnich kilku lat rośnie jednak liczba konsumentów, którzy naprawdę stają się degustatorami, a ich hobby nie polega na piciu hektolitrow piwa pod przykrywką „obowiązków” degustacji. Osoby te interesują się piwowarską sztuką, gatunkowym podziałem, poszukują najlepszych piw, dyskutują o nich i rzecz jasna je degustują. To dla nich browary przygotowują nowości, importerzy sprowadzają nowe marki piwa, a fora internetowe tętnią życiem. Szacuje się, że takich maniaków jest w Polsce około 50 tysięcy. Może to nie bardzo dużo, ale wystarczająco, by wpłynąć na kształt piwnego rynku i aktywność browarów. Kiperzy amatorzy to poszukiwacze smaku i bezlitośni recenzenci, o czym przekonał się już niejeden browar.

Piwo w kuchni

Kulinarne serwisy internetowe zawojowały internet. Dziesiątki, jeżeli nie setki forów, przepisów, porad kulinarnych odwiedzane są każdego dnia przez tysiące internautów.

Czy jest w nich miejsce na piwo? Oczywiście, że tak. Piwne zupy, sosy na bazie piwa, mięsa w piwnych marynatkach i wiele innych piwnych przepisów można znaleźć w przepastnych zasobach internetowych serwisów. Drukowane książki kucharskie też poświęcają piwu coraz więcej uwagi. Co ważne, obecne jest ono w kulinarnej sztuce nie tylko jako składnik potraw, ale także jako dodatek: jasne lagery do pieczonych mięs, pszeniczne do drobiu, ciemne do mięsnych sosów lub czekolady. Te i podobne sugestie pokazują, że Polacy są gotowi na wykorzystywanie kulinarnego potencjału piwa. Innymi słowy, piwo przestaje być „popitką” do paczki chipsów czy kaszanki z grilla.

Piwnym szlakiem

Podróże to kolejna nisza, w której powoli, acz konsekwentnie piwo mości sobie miejsce. Coraz modniejsze w Polsce stają się zwiedzanie browarów. Duże centra wycieczkowe i muzea w dużych browarach przyciągają każdego dnia setki turystów. Wykwalifikowani przewodnicy barwnie opowiadają o piwie i pokazują, w jaki sposób ono powstaje. Piwni turyści dotykają surowców, oglądają proces technologiczny i – rzecz jasna – degustują końcowy efekt. Wytrwali i dociekliwi wyznawcy piwnej kultury organizują sobie także swego rodzaju piwne wycieczki „off-roadowe”. Małe browary, w których często trzeba przekonać technologa czy dyrektora do wpuszczenia na teren zakładu, dają możliwość zobaczenia klasycznej technologii, a także przeniesienia się w czasie. Otwarte kadzie, kożuch piany i szmer fermentującego piwa połączony z zapachem czystej siarki i innych drożdżowych aromatów zostawia niezatarte wrażenia. Podróże to także poszukiwanie nowych smaków, piw regionalnych, zagranicznych, unikalnych składników, opakowań – po prostu kształcą, także w przypadku piwnej kultury.

Beer-pong i piwne szachy

Kultura piwa to nie tylko degustacja, warzenie, najlepsze surowce i piwne rytuały, ale też zabawa i korzystanie z tej jakże barwnej kategorii. Polski rynek wciąż ostrożnie wchodzi w tę sferę. Nauczeni powagi, jaka towarzyszy napojom alkoholowym, boimy się tro-

chę otworzyć na rozrywkę, jaka może towarzyszyć piwu. A jest tego naprawdę sporo. Beer-pong, czyli piwna wersja ping-ponga polegająca na wrzucaniu piłeczek do kubeczków wypełnionych piwem i pozbywania przeciwnika „punktów” czy piwne szachy, gdzie na szachownicy zamiast figur są różnego kształtu naczynia z różnymi gatunkami piwa – to tylko niektóre przykłady. Piwne gry robią furorę w Stanach Zjednoczonych i na pewno niebawem zawitają do nas. Czy to piwna kultura? Ciężko ocenić, z pewnością jednak zjawisko piwnych gier i zabaw możemy zakwalifikować do kategorii piwnej pop-kultury, która także mocno wpływa na wizerunek tej kategorii.

Gdzie się piwo warzy...

Tam się dobrze darzy – szczególnie w tematach piwnej kultury. Wszystkie rozwinięte piwne kraje mają prężny ruch piwowarstwa domowego. Polska także ma się czym pochwalić, kilkanaście konkursów piw domowych, społeczności, fora dla setek domowych piwowarów sprawiają, że warzenie domowe nie jest dla nas obce. Piwowarzy rozwijają się, tworząc nowe style piwa, używając nowych surowców, stosując różne technologie. To, że nie są oni na ogół klientami browarów (po prostu piją swoje piwa), nie oznacza, że nie kreują piwnego rynku. Przeciwnie, jako znawcy tematu i praktycy są jego bardzo ważną częścią, a ich opinie coraz częściej są brane pod uwagę przez producentów piwa.

*

Wszystkie te zebrane razem elementy dają nam obraz polskiej kultury piwa. I chociaż zjawisko to nie jest jeszcze na najwyższym poziomie rozwoju, to z całą pewnością w porównaniu z latami ubiegłymi wyrabiamy 300% normy. Przed nami pełnia piwnego sezonu, który na pewno będzie niezwykle dynamiczny. Konsumenty wymagają coraz więcej, a browary starają się zaspokoić te wymagania. I o to chodzi, taka właśnie zależność jest motorem rozwoju kultury piwa. Bez niej trunek ten byłby zaledwie kolejnym szybko zbywalnym produktem, a nie najlepszym napojem na świecie, który swój początek bierze na plantacji chmielu i polu jęczmienia, by trafić do kufła żądnych wrażeń miłośników piwa. ■