

MONDIJALIZACIJA, IZMEŠTANJE I PREMEŠTANJE HRANE

1. Internacionalizacija dakako, ali kroz lokalne partikularizme

Nikada, kroz istoriju, čoveku nije bila pristupačna tolika raznolikost u hrani kao što je to slučaj danas na Zapadu. Unapređivanje agrobiznisa tehnikama konzervisanja, kondicioniranja i transporta znatno smanjuje pritisak ekološke niše.¹ Od sada, tržišta više ne odlučuju na nacionalnom nivou. Transnacionalna agroprehrambena preduzeća raznose širom planete smrznuto meso i ribu, toplotom sterilisane konzerve, sireve, koka-kolu, kečap, hamburgere, pice ...

Hrana putuje iz zemlje u zemlju i prevaljuje velike puteve u svim oblicima svoga postojanja: od semena bilja ili od nastanka životinje do kuvanih jela. Za one koji raspoložu finansijskim resursima, zelena boranija iz Senegala i trešnje iz Čilea zastupljene su na

1 Ekološka niša je naročita funkcija, sprovedena u okviru jednog uravnoteženog ekosistema preko neke animalne ili biljne vrste njenim prehrambenim režimom, njenim biotopom, godišnjim ritmom itd. – Prim. prev.

tezgama usred decembra. Sok od pomorandže iscedene u Kaliforniji stiže u Evropu kao svež proizvod u tetrapaku. Današnja hrana je delokalizovana, što će reći iščupana iz svog geografskog korena i klimatskih uticaja koji su je tradicionalno pratili.

U Francuskoj, na primer, mnogi proizvodi nepoznati još do pre trideset godina, kao što su avokado, kivi, ananas, postali su uobičajena hrana. Odeljenja egzotične hrane proširuju se u velikim robnim kućama jer i broj proizvoda neprestano raste. Sos od soje, niok-mâm², gvakamole³, tako⁴, tarama⁵, zastupljeni su u supermarketima. Kuvana jela, nekad smatrana egzotičnim, kao što su kus kus, paelja, tabule⁶, nem⁷, nadevene krabe, vaper azijski⁸, musaka ... sada su na svakodnevnim jelovnicima. Čak je ugledao dana jedan specijalizovan butik, po imenu "Ethnic food", u potpunosti posvećen egzotičnim proizvodima.

Međutim, kao naličje mondijalizacije i industrijalizacije u prehrambenoj sferi, proizvodi se standardizuju i ujednačuju. Propisi o higijeni i "politika kvaliteta" koje zavodi industrijski sektor nastoje da garantuju postojanost organoleptičkih i mikrobioloških karakteristika proizvoda tokom celog njihovog trajanja. Otvoren je lov na mikroorganizme. Često ukus gubi ovim agroindustrijskim unapređenjima. Voće i povrće je klasifikovano, neki varijeteti unapređeni su za-

- 2 *Nuoc-mâm* – niok-mâm – vijetnamska reč koja označava riblju vodu. Vijetnamski začim dobijen maceracijom ribe u slanoj vodi. – Prim. prev.
- 3 *Guacamole* – gvakamole – španska reč, označava meksički specijalitet na bazi avokada, paradajza, crnog luka, kisele pavlake i začina. – Prim. prev.
- 4 *Tacos* – tako – palačinke od kukuruznog brašna nadevene mesom, sirom i pikantnim sosom – (meksički specijalitet). – Prim. prev.
- 5 *Tarama* – tarama – ikra usoljenih riba. Pašteta za mazanje na bazi ikre bakalara tucane sa maslinovim uljem (grčki specijalitet). – Prim. prev.
- 6 *Taboulé* – tabule – mešavina tucanog žita i sitno seckanog paradajza, peršuna, crnog luka i listova nane, sve zaliveno maslinovim uljem i sokom limuna (libanski specijalitet). – Prim. prev.
- 7 *Nems* – nem – mala pirinčana palačinka nadevena sojom, mesom, rezancima itd., uvijena i ispržena (vijetnamski specijalitet). – Prim. prev.
- 8 *Les vapeurs asiatiques* – vaper azijski – azijska jela pripremljena na pari – Prim. prev.

hvaljujući agronomskom istraživačkom radu i nameću se svojim prinosom i podesnošću za konzervisanje. Onda žalimo zato što iščezava više desetina varijeteta jabuke ili kruške.

Mekdonald je postao prvi svetski restorater. Prvi restorater u Francuskoj, “zemlji gastronomije”, u kojoj je njegova pojava 1974. izazivala samo znalačke osmehe i prezir. U francuskoj predstavi, Mekdonald danas paradoksalno zauzima istovremeno položaj simbola “loše klope” i industrijalizovane ishrane i formule restoranske ponude koju potpuno prihvata sve veći broj naših savremenika. Izazvati aplauz u nekoj dvorani kritikujući Mekdonald postalo je lako kao od šale, pa ipak, više od 800 restorana u okviru heksagona, godine 2000, mora da je posećivala nekoćina Francuza, da bi jela tu famoznu “fast-food” i takozvanu lošu klop (junk food), a po svoj prilici je među njima bilo i onih koji aplaudiraju kritikama.

Međutim, i pored svega, pogrešno je verovati da nacionalna i regionalna nastojanja za očuvanjem specifičnosti tako brzo iščezavaju. Ona su još veoma jaka i transnacionalne kompanije za ishranu su prinudene da o njima vode računa. Sam Mekdonald, koji se javlja kao karikatura homogenizacije, morao je da uvede strategiju malih prilagodavanja različitim sredinama da bi donekle povlađivao ukusu lokalnih tržišta. Polazna strategija ovog lanca brzih restorana, zasnovana na organizovanom “marketingu”, smatrala je svoju ponudu – što će reći svoju gamu proizvoda proizašlim iz “veoma sofisticirane” organizacije – nepromenljivom, a sebi kao cilj postavila je uklanjanje prepreka za svoje prihvatanje vešto uspostavljajući komunikaciju sa potrošačima. Međutim, u suočavanju sa otporom tržišta, postepeno je uveden niz izmena u ponudu da bi se ona prilagodila lokalnim navikama: prava kopernikanska revolucija za osoblje iz marketinga. U Francuskoj, na primer, u restoranu Mekdonalda se služi pivo, u Sjedinjenim Državama ima samo bezalkoholnih napitaka. U Francuskoj redovno, u Holandiji i u Belgiji ... majonez se služi uz prženi krompir, u Sjedinjenim Državama caruje kečap (Lupton, 1996, 94). Prilagodavanje u tom pogledu koje ponajviše iznenađuje jeste, po svoj prilici, uvođenje hamburgera zvanog *kraljevski* za francusko tržište ... u zemlji revolucije, zna se, ima neobičnih nostalgija. U Kvebeku, pržen krompir je preliven mrkim sosom i sirom u nastojanju da bude “à la putin”.

Kanadski rak se za tren oka preobrati u “mekraka” ... S druge strane, ta mala prilagodavanja srodna lansiranju gadžeta, na kulturnim područjima na kojima su verski propisi u pogledu ishrane strogi, zahtevaju da goveđe meso bude pripremljeno kako vera nalaže. Kafa je drugi zanimljiv primer za ta mikro-prilagodavanja. Kad je Mekdonald počinjao, mašine za kafu proizvodile su, na bazi koncentrata, slabu kafu, američkog tipa; danas su tehnologije prilagodene da pruže proizvode bliske lokalnim navikama. Sa istim motivima, Nestle, svetski lider za liofilizovanu kafu, proizvodi više stotina mešavina da bi odgovorio ukusima različitih tržišta na koja je uveden. Jer, kafa za Italijana nema nikakve veze s onim što Danac pod tim istim imenom pije.

One koji su zabrinuti zbog “mekdonalizovanja”, mogli bismo podsetiti da su nacionalna nastojanja za očuvanje osobenosti i dalje veoma snažna. Čak iako ponekad jedu hamburgere kod Mekdonalda ili *Quick*-a i pice iz *Pizza Hut*-a, jedan Italijan, Španac, Namac i Francuz veoma su daleko od toga da imaju istovetne navike u ishrani. Španci i dalje obeduju u vreme koje Francuzi ili Englezi smatraju suviše poznim i slade se šunkom pata negra čiju tajnu znaju samo oni. Pojam obroka ne znači isto u čitavoj Evropi. Nemci ga sasvim drugačije definišu nego Francuzi (Pfirsch, 1997).

2. Lokalne kulture ishrane kao mesto otpora identiteta

U raspravi o Evropi 1993, kamamber od nekuvanog mleka smatra se značajnim dostignućem i simbolom francuskog naroda, što redovno znači da se u okviru pregovora o poljoprivredi u GATT-u i u OMC-u na nišan stavljaju Mekdonalds restorani, *fast-food*, spaljuje američka zastava – ponašanje za koje se verovalo da je iščezlo sa našeg zapadnog kulturnog prostora. Te ekonomske i socijalne pojave su znaci, ponekad simptomi krize identiteta koja se jasno iskazuje u prehrambenoj sferi, ali nju industrijalizacija ne štedi. Proizvodi sa rodnog tla kite se sa hiljadu draži, što predstavlja neku vrstu kompenzacije u uslovima mondijalizacije tržišta. Sve počinje krajem 1960-ih godina, kada se, kao protivudar na neprestan rast i neobuzdan napredak, javlja ono što će Edgar Moren nazvati “neoarhaičnim” mentalitetom. Taj mentalitet se ispoljava kroz “dvostruko napajanje vrednostima ‘prirode’ koja se, s jedne strane, veliča

da bi se suprotstavilo izveštačenom svetu gradova, a s druge, povratkom na 'arhaičnost' i obnavljanjem mišićnih i prirodnih jela izvrtanjem gastronomskih hijerarhija, koje je savremeni svet odbacio kao zao-stale. Tako se kupus sa svinjskim mesom, seljački hleb, grudva butera, javljaju na građanskoj trpezi; pečen krompir, raznovrsno meso sa roštilja na žaru od ćumura, 'prirodno' povrće, gurmansko biranje vina, ulja, suhomesnati proizvodi, proizvodi sa njive suprotstavljaju se industrijskim proizvodima; sve to izražava novo valorizovanje seoske jednostavnosti i prirodnog kvaliteta koji se više ne preziru u poređenju s onim što je suština i složena veština visoke gastronomije. Ranije suprotstavljanje: visoka gastronomija / seoska hrana zamenilo je novo: visoka gastronomija i seoska gastronomija / industrijska ishrana" (Moren, 1975).

Početakom 1980-ih godina, u sve većem broju regiona počinje da se širi pokret "nova kuhinja sa rodnog tla". Pod podsticajem vodiča kao što su *Go i Mijo*, koji dodeljuju "Lovorike za rodno tle" ili *Šanperara* kome se duguje izraz "nova kuhinja sa rodnog tla", veliki kuvarski stručnjaci vatreno pokreću temu "kuhinje sa rodnog tla". Kuvari za gospodsko kuvanje odlučno usvajaju regionalne stavove (Bra, 1992, i Vane, 1992).

Nekoliko tradicionalnih izdavača dela iz oblasti humanističkih nauka odvažuje se u pustolovinu objavljivanja tekstova i recepata etnokuhinje ... Objavljena je maltene cela biblioteka knjiga vezanih za ovaj pokret. "Ako je nešto hitno u ovo vreme ujednačavanja ukusa u ishrani, pisali smo 1984, to je da se nužno načini popis gastronomske baštine po oblastima Francuske. Vratiti kulinarske i tradicionalne postupke pripremanja hrane u kulturni kontekst iz kojih su nikli: običajima, verovanjima, regionalnim mentalitetima; obnoviti recepte i pisati ih jednostavnim savremenim jezikom što će omogućiti da se oni i upotrebe – to su ciljevi biblioteke 'Gurmanski putevi'. Knjige usmerene u dva pravca izučavaju, pre svega, nasleđe kulinarske tradicije, stvaranje recepata i navike za trpezom kroz istoriju različitih regiona, a zatim predstavljaju velike savremene majstore kulinarsva koji 'svoje postupke napajaju ukusima sa rodnog tla'" (Burek, 1983; Pulen, 1984; Pulen i Ruaje, 1987; Drišel, Pulen i Trišli 1988; Klavel i dr., 1990).

U verzijama "kuhinje starih domaćica" nema više oblasti koja danas ne raspolaže kuvarom "autenti-

čnih” recepata. Od “tetke Toanete” do “tajni sa naših farmi iz crnog Perigora” ... malčice “dijalekta”, dobra desetina garavih fotografija, nekoliko anegdota sa večernjih posela i karnevala ... i recept ... ne može da omane.

Hotelski lanac “Konačišta Francuske”, počev od 1989, među svojim članovima organizuje konkurs za regionalno kuvanje i objavljuje najbolje recepte. Krenuvši od visokog restoraterstva, ovaj pokret zahvata sve prehrambene lestvice. Prehrambeno zanatstvo, mala i srednja prehrambena i vinogradarska preduzeća nalaze na rodnom tlu novo valorizovanje i postaju time zanimljiviji strateški resurs ukoliko se seoski turizam sve više razvija (Pulen, 1997–1). Naime, mnoge institucionalne strukture povezane sa turizmom (regionalni ili okružni turistički odbori, turističke agencije, turistički biro, trgovinske komore ...) ostvaruju veze sa restoraterima i mobilišu ih zajedno sa zanatlijama da kroz ishranu učestvuju i razvijaju takve vrste turizma.

“Na francuskom selu se dobro jede”, ne samo zato što je mesto proizvodnje blizu, već i stoga što oni koji u njima žive izgledaju, u očima građana, čuvari gastronomske baštine, čak možda i izvesne “mudrosti”, u kojoj su prisno isprepleteni pamet i ukusi. Savremeno interesovanje za kuhinje sa rodnog tla treba ponovo da izazove nostalgiju za “društvenim prostorom” u kom onaj ko jede živi bez straha, zaštićen jasno prepoznatljivom kulinarskom kulturom koja određuje identitet.

U jednom cirkularnom izveštaju koji se bavi uzrocima prehrambene krize, pominje se i kriza identiteta sve izraženija u kontekstu izgradnje evropske zajednice, što se smatra opasnošću za Francusku koja se utapa u širi entitet. Prema tome, kulinarstvo postaje mesto koncentracije onih značenja koja prevazilaze polje ishrane. U komešanjima krize poljoprivrednog sveta, Mekdonald oličava nulti stupanj gastronomske kulture, antitezu francuske hrane, “prave hrane”... U suočavanju sa Evropom koja se gradi, sir od nekuvanog mleka se javlja kao simbol identiteta.

Brzinom koja podseća na frenetično etnografsko popisivanje kultura koje su na putu da iščeznu, ministri poljoprivrede i kulture organizuju 1990. godine veliki popis francuske gastronomske baštine. Taj zadatak je poveren Nacionalnom savetu za kulinarske veštine i ti radovi su objavljeni u izdavačkoj kući

“Alben Mišel”, u biblioteci pod naslovom *Popis kulinarske baštine Francuske*.

Neobičnog li obrta! Eto kako je visoka kuhinja današnjice puna brige za lokalnu prehrambenu tradiciju. Aristokratska gastronomija starog režima odlikovala se distanciranjem od nemaštine, plemstvo je potvrđivalo svoj društveni status trošeći skupe proizvode iz dalekih zemalja (recimo, začini), čime se suprotstavlja narodnoj tradiciji u ishrani koja je u velikoj meri zavisna od pritiska ekološke niše. S političkim centralizovanjem i smeštanjem dvora u Versaj, što veliki deo aristokratije iz provincije dovodi u prestonicu, francuska gastronomija sve više potiskuje regionalne i narodne navike, a pozivanje na neki region u kulinarskim nazivima u najbolju ruku upućuje samo na poreklo proizvoda. Regije su zanimljive isključivo po proizvodima koje nude. O tome svedoči izreka Grimoa de la Renijera: “Najprijatniji darovi koje provincijalci mogu da im podare (Parižanima) sigurno je košara sa ostrigama čija je poštarina plaćena” (1802 [1978], 231). Jer, početkom XIX veka, dobra kuhinja se mogla spravljati isključivo u Parizu.

Ako građanska kuhinja može izgledati obeleženija svojim regionalnim nazivom, ona je veoma zavisna od aristokratskog modela na koji se neprestano ugleda. Ovaj stav se ogleda u kuvarima već od kraja XVII veka. Provincijska buržoazija ima ukus usmeren prema pariskim aristokratskim navikama. Jedino seljačka kuhinja, zato što je zavisnija od oskudice, ima regionalnu oznaku (Pulen, 1997–1). Revolucionarno uvođenje okruga 1790. razbija provincije starog režima. Tada se javlja prvi pokret za regionalizovanje trpeze. Prehrambena tradicija, po svojim simbolima, postaje mesto kulturnog otpora. Ubuduće, društvo “Felibriž”⁹ i razne folklorne struje videće u njima jedan od osnovnih markera regionalnog identiteta, kao što su jezik ili navike u odevanju. Ne može biti rečitijeg primera od ovoga: kada pioniri “Felibriža” (Mistral, Rumanij, Obanel ...) osnivaju veliki militantni časopis Oksitanije biraju mu za ime jedno jelo provansalske kuhinje koje je simbolično: *Ajoli*¹⁰.

9 *Le Félibrige* – Felibriž – književna škola osnovana u Provansi sredinom XIX veka radi očuvanja provansalskog jezika i ostalih oksitanskih dijalekata u cilju obnove književnosti u južnoj Francuskoj. – Prim. prev.

10 *Ajoli* – majonez sa belim lukom. – Prim. prev.

Međutim, u spontanim razgovorima potrošača, ali tako isto u razgovoru učesnika u restoraterstvu ili u turizmu, rodno tle i lokalne kuhinje uzimaju se često kao “tradicionalni svet”, u naivnom smislu te reči. To znači: “postojan”, zasnovan na nepromenljivoj tradiciji nasuprot promenama i ciklusima u načinima tržišne privrede, ujedno svet “autentičan” nasuprot onom “veštačkom” iz urbanizovanih sredina, u kojima je “pravljeno” jače od prirodnog (Varnije, 1994; Kuiznije, 1995). U tom “autentičnom prostoru”, proizvodi i navike bi počivali na običajnim vrednostima a ne na otmenim navikama. Potražnja potrošača budi sećanje na “izgubljeni raj” sela koji simbolizuje svet sklada između ljudi i prirode: utopiju srećne ruralnosti.

Sociološki, istorijski i antropološki pristup regionalnim kuhinjama razbio je u paramparčad ovu naivnu folklorističku koncepciju. Velika jela, obeležja naših kuhinja “sa rodnog tla” većinom koriste proizvode poreklom iz Novog sveta koji su već odomaćeni u tehničko-kulinarskim običajima još pre nego što su uvedeni tako što su uključeni u tehnike pripreme i sisteme potrošnje stvaranim na autohtonim proizvodima. To je slučaj “tulužanskog kasulea”¹¹ (Pulen, 1996), “mijasa iz Langdoka”¹², “provansalske ratatuj”¹³ (Pulen i Ruje, 1987), “kačamaka iz Franškonta”¹⁴, “zapečenog krompira na način iz Dofineje”¹⁵, “limuzenskog nadeva”¹⁶ (Pulen, 1984).

Ova mitologija “izgubljenog kulinarskog raja” poziva sociologe i antropologe na istraživanje u dva moguća

- 11 *Le cassoulet toulousain* – pasulj na tulužanski način sa svinjskim mesom, gušćijim ili ovčijim. Jelo je dobilo ime po posudi u kojoj se spravlja (specijalitet Langdoka). – Prim. prev.
- 12 *Le millas* – mijas – neka vrsta kačamaka, spravljena na uprženoj svinjskoj masnoći (specijalitet Langdoka). – Prim. prev.
- 13 *La ratatouille provençale* – provansalska ratatuj – jelo spravljeno od plavog patlidžana, tikvica, paradajza i paprike na maslinovom ulju. – Prim. prev.
- 14 *Les gaudes francomtoises* – god frankomtuaz – kačamak spravljen na način koji se primenjuje u nekadašnjoj oblasti Franškont. – Prim. prev.
- 15 *Le gratin dauphinois* – graten dofinua – krompir sa prelom i struganim sirom zapečen u rerni dok ne porumeni. – Prim. prev.
- 16 *Les farcedures limousines* – farsdir limuzin – limuzenski nadev. – Prim. prev.

pravca. U prvom redu, postavlja se pitanje razloga zbog kojih istraživači iz humanističkih nauka učestvuju u “rekonstruisanju ove baštine”. Odgovor, sasvim očigledno, polazi iz same potražnje a da bi se otkrila njena značenja i socijalne funkcije nužno je, kada je reč o tradicionalnoj kulturi, osloniti se više na dostignuća etnologije nego na mitove (Kuizinije i Segalen, 1986, Kuizinije, 1985).

Na planu fundamentalnih istraživanja, pored istraživanja uticaja turizma (Korben, 1995; Amiru, 2000) i ishrane kao autonomne antropološke teme, fenomen povratka ishrane rodnom tlu jedan je od veoma značajnih pokazatelja za razumevanje globalnih društvenih promena. Taj fenomen se ogleda u menjanju predstava vezanih za društveni prehrambeni prostor, na osnovu čega se prehrambeni proizvodi (bili prerađeni ili ne), predmeti i veštine koji se koriste za njihovu proizvodnju, menjanje i konzervisanje, i za njihovu potrošnju, kao i društveni kodovi, “način spravljanja” ili “način kako se jede i pije” – ono što se na Zapadu naziva “ponašanjem za trpezom” – postavljaju i tumače kao kulturne činjenice značajne za stvaranje istorije, s jedne strane, i identiteta društvene grupe, s druge. U jednom svetu u stalnoj promeni, uputno je dakle očuvati ih kao svedoke kulturnog identiteta. Ideja da veština, načini spravljanja i proizvodi mogu biti predmeti koje treba štititi i očuvati pretpostavlja osećaj da će oni uskoro nestati ili, u najmanju ruku, bojazan da će iščeznuti. Okretanje kulinarskoj baštini i gastronomskim iskustvima nastaje u kontekstu menjanja navika u ishrani, što se često doživljava kao degradacija i, više od toga, kao opasnost da se izgubi identitet. Istorija ishrane je pokazala da svaki put kada su lokalni identiteti dovedeni u opasnost, kuvanje i ponašanje za stolom su glavna mesta otpora. Alzaška gastronomija je u tom pogledu pokazatelj. Kada je ta oblast pod francuskom vlašću, u njoj se pokazuju rajnske težnje za samostalnošću, a kad je pod nemačkim nadzorom, trepeza se pofrancuzuje (Drišel, Pulen i Trišli, 1988).

Savremeno istraživanje kulinarske baštine ulazi u okvir jednog šireg pokreta koji pojam baštine želi da pomeri iz privatne sfere u javnu, iz ekonomske u kulturnu (Fabr, 1998; Pol-Levi, 2000). Ali, ono je znak i drugih promena u okviru društvenih nauka. Ono, u prvom redu, pomera pojam baštine iz materijalne ka nematerijalnoj sferi, ka skromnom sva-

kodnevnom, narodnom životu i navikama gde pojam kulture opstaje daleko od prestižnih “velikih” umetničkih dela, muzike, slikarstva ili poezije (Kondominas, 1997–1 i 1997–2). Savremena sociologija, nastavljajući Zimelova predviđanja (1910), zauzima taj društveni prostor, na koji je naučna sociologija predugo gledala s podsmehom i popustljivošću (Mafzoli, 1979; Šic, 1987; de Serto, 1980; Žirar, 1980). Ali, težnja koja najviše čudi jeste onaj transsocijalni pokret koji kao zajedničku baštinu uzima podjednako elemente iz narodnog, građanskog i aristokratskog društvenog prostora, što se inače smatra elementima društvenog razdvajanja. Međutim, gastronomija, u aristokratskom ili građanskom smislu, javlja se danas kao zajedničko dobro cele francuske zajednice. U isto vreme, lokalnim prehrabnim kulturama se pripisuje zaštitni znak “gastronomije” i odsad se govori o regionalnim gastronomskim baštinama (Pulen, 1997–2 i 2000; Besjer, 2000).

3. Od ponovo otkrivenog rodnog tla do egzotike

Krajem decenije 1990, dok prva kriza oko “ludih krava” pomalo jenjava i dok GMO (genetski modifikovani organizmi) još nisu preuzeli štafetu, u francuskoj gastronomiji se otvara rasprava u kojoj se sukobljavaju branioci tradicionalne francuske kuhinje (uključujući gastronomske i regionalne tradicije) sa zagovornicima internacionalne kuhinje koja je otvorena za ukrštanja i koju će neki zvati “*svetskom kuhinjom*”. Prvi se postavljaju kao branioci “francuske kulinarske veštine” za koju se pretpostavlja da je predmet nasrtaja agroprehrabne industrije koju kontrolišu velike međunarodne korporacije američkog porekla, prebacujući ovim drugima da jeftino rasprodaju francusku gastronomsku baštinu, kako klasičnu tako i regionalnu. Iza straha od mondijalizacije ishrane pokazuje se strahovanje od američkog neokolonijalizma. Ovi drugi podsećaju da je francuska kuhinja stvarana na osnovu mnogostrukih uticaja i da tokom svoje istorije nije prestajala da zajmi proizvode ili postupke ne gubeći time svoj identitet.

Sklonost ka egzotičnim kuhinjama i ukrštanju sa našim velikim kulinarskim dostignućima vuku koren iz onog istog pokreta koji naginje ka ukusu rodnog tla. U stvari, posle manje-više burnih početaka, obeleženih rešenošću da se raskine sa kanonima klasične

gastronomije XIX veka, “nova francuska kuhinja” je prihvatila kao izvore inspiracije istovremeno gospodsku tradiciju kao i regionalnu, narodnu kuhinju (Pulen i Nerenk, 2000).

Sa tom koncepcijom, godina 1980-ih, veliki francuski majstori kulinarstva krstare svetom, pozivani da reklamiraju francusku kuhinju, ili kao konsultanti za međunarodne hotelske lance ili za velike agroindustrijske prehrambene grupacije: Verž i Blan u Bangkoku, Robišon, Tanjer, Luazo, Bra u Japanu, Gerar u Sjedinjenim Državama, Bokiz pomalo na sve strane ... Danas ga je zamenio Dikas.

Velike inostrane hotelijerske škole (evropske, severnoameričke i azijske) prihvataju probrano društvo predstavnika francuske kuhinje. “Najbolji radnici Francuske” i srećni nosioci čuvena tri makarona¹⁷ iz Mišlenovog vodiča pronose boje “nove francuske kuhinje” i njeno napajane ukusom rodnoga tla.

Nesumnjivo, interesovanje za strane kuhinje nije potpuna novina u francuskoj gastronomiji. Irben Dibua, jedan od velikih majstora iz XIX veka, napisao je delo pod naslovom *Kuhinja svih zemalja* (1868). Njegovo viđenje je ipak bilo pomalo kolonijalističko i, u najmanju ruku, otvoreno etnocentrično, jer se nije trudio da izmeni mišljenje o tim kuhinjama, smatrajući da im “nedostaju gastronomski kvaliteti”, polazeći pri tom od pravila “prave” kuhinje: francuske.

Ono što razlikuje savremene francuske kuvare od njihovih prethodnika jeste činjenica što prestaju da druge kulinarske tradicije smatraju “supkulturama” koje treba civilizovati, a u njima vide nove izvore inspiracije. Ovi susreti sa drugim prehrambenim kulturama doprineće, u prvom redu, razvoju gospodskih kuhinja lokalne inspiracije i omogućiće nastajanje “novih kuhinja”: kvebečke, japanske, australijanske, kalifornijske, nemačke ... koje danas sa stvarnim žarom brane mnogi mladi majstori kuhinje.

Zauzvrat, one će imati izvestan uticaj i na samu francusku kuhinju. Tako će se javiti “nova meleska kuhinja” obogaćena egzotičnim proizvodima i postupcima. Najvidljiviji uticaj je u dekorisanju. Savremeni

¹⁷ *Les macarons* – makaron – suvi dugotrajni kolač od badema. – Prim. prev.

tanjiri mnogo duguju umetnosti azijskog ukrašavanja, naročito japanskom.¹⁸ Na kulinarskim planovima, među mnogim promenama, značajno je širenje game začina čija je upotreba, od kvazihomeopatske, postala do te mere važna da se začini dižu u red neophodnih sastojaka ili menjanje tehnike kuvanja na pari, uvođenjem azijskih korpi za paru (Pulen i Nerenk, 2000).

“Ukus rodnog tla” se internacionalizuje i danas nailazimo na interesovanje za lokalnu gastronomsku baštinu u svim zapadnim zemljama. Uz pomoć Evropske zajednice, program “Popis gastronomske baštine” proširen je 1996. na celu Evropu. U kontekstu ekspanzije međunarodnog turizma, gastronomske tradicije u zonama dočeka u turističkoj industriji od sada se smatraju kao baština koju treba shvatiti i kao polugu lokalnog razvoja (Pulen, 1997-1; Iber, 1997; Besjer, 2000). Raspravu o “svetskoj” kuhinji treba preneti u kontekst savremene ishrane. Precenjivanje narodne tradicije, ukusa rodnog tla i “autentičnih” proizvoda nastaje kao posledica strahovanja vezanih za industrijalizaciju hrane i rizike utapanja lokalnih i nacionalnih identiteta u mondijalistički ili u širi evropski prostor.

4. Od omasovljenja do ukrštanja

Mišljenje po kome novo doba u ishrani započinje paralelno sa procesom omasovljavanja koji guši nacionalna i regionalna nastojanja za očuvanjem osobnosti široko je rasprostranjeno i u radovima izvesnih sociologa koji se bave ishranom. Menel uočava dva moguća tumačenja ove pojave. Na osnovu prvog, koje bi se moglo okvalifikovati kao konzervativno, “pretnja bi dolazila odozdo ..., od rastuće moći masa koje drobe stvaralačku elitu”. Kad je reč o hrani, to tumačenje pretpostavlja da su “mase” sklone brznoj ishrani i ostaloj *junk food*, zbog čega nestaju “dobri i čestiti kuvari zanatlije” i svi profesionalci iz zanata dobrog zalogaja (Menel, 1985, 454).

Drugo tumačenje, koje se zasniva na radovima Frankfurtske škole, stavlja akcenat na “manipulisanje ukusom i željama” potrošača jedne “kapitalističke

¹⁸ Videti naš predgovor knjizi Apša, 1992, *Veština prezentacije jela*, Lanor. – Napomena autora.

industrije koja je u potrazi za profitom”, i u tu svrhu koristi sve mogućnosti marketinga i medija. Na osnovu ovog tumačenja, dakle, smatra se da “pretnje dolaze odozgo, a ne odozdo” i da je kriva “industrija kulture svojstvena kapitalizmu”.

Ali, Menel istovremeno odbacuje ova dva tumačenja smatrajući da bi radove Adorna, koji se bave odnosom masovne kulture i muzike, mogli iskoristiti kao uputstvo za razumevanje novog doba ishrane. On ističe dva mehanizma koje je moguće prebaciti u oblast istraživanja ishrane: fetišizam i regresija slušnosti.

Fetišizam se odnosi na fenomen “panteona *bestselera*” koji utiče na smanjenje domašaja slušanih dela. To je ono što se označava izrazom *best off*... “Programi se sužavaju i ti redukovani programi ne samo da isključuju muzičare koji su slabiji; čak i priznati klasici podležu selekciji koja nema nikakve veze sa kvalitetom. U Americi, Beethovenova Četvrta simfonija je retkost. Ta selekcija se reprodukuje sama od sebe u začaranom krugu: najpoznatiji komadi imaju najviše uspeha; oni se dakle sviraju i neprekidno izvode, što ih čini bližim” (Adorno, 1938, 276, citirao Menel). Moramo konstatovati da od vremena Adornovih radova u oblasti muzike nije prestala da se razvija ta *best off* tendencija i ona danas pogađa mnoge umetnike.

U prehrambenoj sferi, pokret fetišizovanja znači “standardizovanje ograničenog broja jela”. Iza prividne raznolikosti, “velika savremena kuhinja”, iako bi uvrstila nekoliko klasičnih jela, karakteriše se relativnim smanjenjem spiska onoga što je za jelo. Šta je sa 7000 jela iz klasične kuhinje Karema i Eskofjea s kraja XIX i početka XX veka? Čak i u retkim luksuznim restoranima, koji otvoreno žele da budu klasični, spisak “interpretiranih jela” svodi se na nekih desetak *bestselera* (Pulen i Nerenk, 2000). Taj pokret nailazi na odgovor u svakodnevnoj ishrani i u restoranima po preduzećima, sve do Mekdonalda koji nam predlaže svoje *best off*. *Regresija slušnosti* bila bi, po Adornovom shvatanju, druga karakteristika savremene muzičke kulture. Ta pojava ne upućuje na psihološki proces regresije kod jedinke, već na regresiju same slušnosti, “zaustavljene u infantilnom stadijumu u kom je slušalac poslušan i plaši se novine”. *Fast-food* se može pokazati kao tipičan pri-

mer regresije u ishrani. Regresije ukusa, sa malim brojem manje-više gadžetizovanih jela, nekoliko fetiš proizvoda i regresija u ponašanju za trpezom sa napuštanjem pribora za jelo, noževa i viljušaka. U zapadnim društvima, jesti prstima, bez tanjira, pokazuje se, u poređenju sa Eljasovim “procesom civilizacije” kao pravo unazađivanje. Ova infantilizacija ukusa mogla bi isto tako da se odnosi i na opadanje tradicionalno muške potrošnje proizvoda, naročito iznutrica i suhomesnatih proizvoda (Mulen, 1975, 1988) i napredni uspeh supersvežih mlečnih proizvoda (jogurt i mlečni deserti) označenih kao ženski ili dečji.

Odbacujući “liberalni” koncept individualnog ukusa, kritička koncepcija potrošačkog društva, naslednica Frankfurtske škole (Horkhajmer, Markuze, Adorno...), tumači ove fenomene kao rezultat manipulisanja jedinkama do njihovih najdubljih nagona putem agroprehrambene industrije i njenog oružja koje predstavlja reklama. Tezu o velikoj manipulaciji preuzeo je nedavno Ricer, razvio je i proširio na celo društvo Sjedinjenih Država (1995). Po njegovom shvatanju, mekdonaldizacija preplavljuje strogi okvir ishrane pogađajući celo društvo. Ona u isto vreme izražava pokret gadžetizovanja potrošnje i rastući uticaj u organizovanju društva prema neotejlorskom modelu primenjenom u famoznim *fast-food*. U Francuskoj, Arijes je tumač te teorije (1997–1 i 1992–2).

Ali za Menela, *fetišizam* i *regresija* nisu dovoljni da u potpunosti objasne novo doba u ishrani. Jer, ako se doista utvrdi da postoji homogenizacija, istovremeno je očigledno da postoji i porast prehrambene raznovrsnosti; to on sažeto iskazuje formulacijom: “Razlike se brišu, raznovrsnost raste ...” Jedna tendencija a ne dve, precizira on, uprkos njihovoj prividnoj protivrečnosti: smanjenje razlika i povećanje raznolikosti samo su dva lica jednog te istog procesa; to će se jasno pokazati ako ih razmotrimo jedan za drugim” (1985, 460).

Analizu o omasovljavanju preuzima Fišler polazeći od Morenovih radova vezanih za kulturnu delatnost u okviru masovnog društva (Moren, 1975). Njegovo mnogo više optimističko tumačenje je da novo doba ishrane objašnjava mehanizmom ukrštanja. “Bilo bi pogrešno misliti da industrijalizacija ishrane, napredak u transportu, pojava masovne distribucije mogu

samo rušiti i nivelisati lokalne i regionalne težnje za očuvanjem samostalnosti.” On iznosi hipotezu o pojavi masovne kulture ishrane sa dvostrukom tendencijom: “Integrisanje-kockica što proizvodi neku vrstu univerzalnog sinkretičkog mozaika” (Fišler, 1990, 190). Dezintegrisanje, jer zbilja postoji opadanje uticaja modela ishrane i težnji za očuvanjem samostalnosti koji je prate, i integrisanje, jer se stvara društveni prostor koji deli znatno veći broj jedinki. Ovo ukrštanje uzima složene oblike koje je izučavao Korbo, a koji idu od nametnutih do željenih, preko neosmišljenih ukrštanja (1994–2 i 1997–3).

Naše tumačenje namerava da nastavi Fišlerova i Korboova tumačenja. Ono zastupa tezu da globalizacija tržišta rađa trostruko kretanje: nestajanje izvesnih partikularizama, javljanje novih oblika u ishrani koji proizlaze iz procesa ukrštanja i širenja izvesnih proizvoda i postupaka u ishrani na transkulturalnoj lestvici: tri mehanizma koja ne treba shvatiti kao razorna po kulturu ishrane, već koji sudeluju i u njenom prekomponovanju. Da bi se bolje identifikovala kretanja koja učestvuju u novom dobu ishrane, vratimo se istoriji a naročito u period koji sledi otkrivanju Novog sveta. Prihvatanje novih prehrambenih proizvoda, uslovljeno neispitanim tehničko-kulinarskim kompleksima, odvijalo se veoma raznoliko.

Krompir je ovde prihvaćen, drugde odbačen. Nisu samo posredi neke iracionalnosti u lokalnim kulturama ishrane, već činjenica da li one raspolažu svim receptima i društveno prihvatljivim postupcima koji se mogu uspešno primeniti na njemu. U Francuskoj, u XVII veku, najviše se ceni model ishrane gde je hleb osnovna namirnica. Na trpezi, sirevi i suhomesnati proizvodi ga prate, a ne obrnuto. Udrobljen, glavni je sastojak čorbe. Važnost hleba vuče koren iz simbolike hrišćanskog sveta. U svim oblastima koje raspolažu dovoljno bogatom zemljom za uzgajanje žitarica od kojih se mesi hleb, taj model se nameće. Kad se pojavio krompir, bilo je pokušaja da se na njemu primene postupci koji bi ga uključili u proces mešanja hleba, ali to nije urodilo plodom. Tako dobijen proizvod ne traje i izaziva trovanje. Više vekova je krompir služio kao hrana za svinje.

U oblastima sa suviše siromašnom zemljom, da bi se obrađivalo dovoljno žita ili ječma, modeli ishrane su

sačuvali kulinarske postupke koji se primenjuju na žitarice od kojih se ne može spravljati hleb: heljdu, ovas, proso ... Tu se krompir brzo uvodi zahvaljujući uspešnoj primeni postupka kuvanja u vidu lepinja ili čorbe (Pulen, 1984). Osobnosti naših regionalnih kuhinja potiču velikim delom od originalnosti uključivanja novih proizvoda: paradajza, pasulja, kukuruza itd. Daleko od toga da iščeznu usled pojave novih proizvoda i novih kulturnih postupaka, naprotiv, raznolikost se umnožava.

Vratimo se u savremeno doba, u kojem mondijalizacija tržišta i mešanje stanovništva (migracije i razvoj međunarodnog turizma) podstiču razmenu proizvoda i kulinarskih postupaka i učestvuju u velikom ukrštanju prehrambenih modela koje rađa raznovrsnost. Vijetnamski restoran u Francuskoj verovatno više zbunjuje Vijetnamca nego naše sunarodnike (Pulen, 1997–2). Zacelo, ono što se u njemu jede malo liči na ono što se jede u Vijetnamu, ali koliko je tek promena bilo potrebno da se jelo učini prihvatljivim u francuskom modelu ishrane.

Ako nam je egzotika i osigurana, ipak nema remećenja reda: u tom restoranu, jela se serviraju u porciji i jelovnik se prilagođava našem rasporedu: predjelo, prvo jelo, glavno jelo, desert. Služenje prati propise našeg ponašanja za trpezom, svako dobija svoju porciju i sopstvena jela. Na takvom mestu, i novopristigli Azijci se nalaze, možda još i više nego Zapadnjak u egzotičnom svetu. Naravno, tu je dekoracija sa mnogo sočnog bobičastog voća iz zaliva Alonga, “primorskog” ili “kopnenog”, tako da jela liče na ono što se jede u Vijetnamu. “Ali, ipak, pravi vijetnamski obrok ne teče tako!” Menjajući kulturni prostor, vijetnamska kuhinja je pretrpela duboke promene. Od glavne hrane, pirinač je postao sporedan; običan “garnirung”, “prateće jelo”, a jela koja su u zemlji zajednička za sve koji jedu i treba da budu podeljena, postala su istovremeno glavni elementi i individualne celine. Iščezla su prateća jela (*non an*), koja služe kao prelaz između pirinča i jela i čija je uloga da variraju ukus pirinča. Na primer, bujoni od povrća (*canh*) kojima se okvasi pirinač a koji u Francuskoj postaju obični potaži, služeni kao predjelo. Iščezla su, isto tako, ona jela od lokalnog povrća koja su ipak dostupna u Francuskoj: vodeni ladoleži (*rau muong*), listovi slačice (*cai cay*), slatki krompir (*khoai lang*) ili

pak usoljeno povrće (*muoi*); plavi patlidžan, šargarepa, bela repa ... (Krowolski, 1993).

Ponašanje za trpezom je konkretno režiranje bitnih vrednosti jedne kulture. Ovde, individualizam strukturira trpezu oko onog ko jede, koji joj je osnovna jedinica. U Aziji, zajedničko postavljanje odnosi prvagugu nad individuom i deljenje se može videti tokom celog obroka. U vijetnamskom obroku, zdela s pirinčem igra ulogu tanjira i svako zahvata po volji iz niza jela postavljenih zajedno na sredini stola. Ako i postoje neka pravila u pogledu redosleda, jela se u većini služe istovremeno. Mnogi posmatrači su, da upotrebimo levistrosovski rečnik, ukazali na sinhronijsko obeležje vijetnamskog obroka nasuprot dijhroniji francuskog.

Susret između francuske i vijetnamske kulture i ishrane urodio je, dakle, novim originalnim oblikom ishrane. On će verovatno zgražati “puriste” koji zaboravljaju da ono što oni smatraju da je sasvim *određen* način vijetnamskog obroka već i samo rezultat mnoštva uticaja i nije tako jedinstveno kako bi se moglo misliti (Pulen, 1997–2; Ngien Tung, 1997). Ali zapadnjački vijetnamski restorani, da ostanemo na tom primeru, kojima bismo mogli pridodati i mnoge druge egzotične primere, predstavljaju istovremeno mesto inicijacije, izvesno predvorje, prvu etapu ka potonjem tačnijem otkrivanju kulture ishrane novog doba. Tu na prvom mestu igra ulogu međunarodni turizam.

Ako mondijalizacija smanjuje izvesne razlike, ona je u isto vreme pokretač procesa diversifikacije integracije. Ona podrazumeva istovremeno nove diferencijacije koje proizlaze iz originalnih oblika usvajanja proizvoda ili postupaka, i razvijanja zajedničkog prostora koji služi kao most među modelima ishrane. Sa tog stanovišta, restorani sa hamburge-rima, picama ... javljaju se kao zajednički posrednički prostor, kao proizvodi između kultura.

Izučavanje oblika ukrštanja na mestima na kojima se susreću velike kulture ishrane, kao što je, recimo, ostrvo Reunion, na kom naporedo žive evropski, afrički, induski, azijski uticaji, jedna je od tema koje najviše obećavaju u sociologiji ishrane. Razumeti kako različite zajednice uspostavljaju zajednički kulinarski prostor u kome se izražava reunionijska kreolnost, a istovremeno čuvajući izvesne svojevrzne oz-

nake njihovog kulturnog porekla, videti šta je očuvano od proizvoda, postupaka, ponašanja za stolom a šta je napušteno, otvara nove perspektive u izučavanju identiteta (Koen, 1993. i 2000, Tiber 2000). Daleko od pojednostavljenih i naivnih ideologija o opštem ukrštanju koje je s pravom kritikovao Kerubini (1992), reunionijska kreolizacija se postavlja kao progresivan model za izučavanje onoga što je Bastid (1958) nazivao "ukrštanjem kultura" i, tačnije, za izučavanje složenosti mehanizama u ukrštanju modela ishrane koji prate mondijalizaciju. Lingvistički pojam kreolizacije (Šodanson, 1979) omogućuje da se istovremeno uključi dinamička dimenzija u razumevanje procesa ukrštanja i oni oblici koji su odatle proizašli postave u organizovanu celinu koja čini sistem. On omogućuje otkrivanje raznih prostora ishrane: prostor povezivanja, ali i suprotstavljanja koji izražava dijalektiku integrisanje / diferencijacija. Analiza raznih oblika razmene, prihvatanje ili odbacivanje određene prakse po logici funkcionalne ili simboličke metode, ponovo otvara niz teorijskih bitnih pitanja u američkoj antropologiji prve polovine XX veka koja su zaboravljena zbog kritike proizašle iz difuzionističkih teorija. Ova pitanja, koja su negde dobila a negde izgubila u teorijskom sukobu koji je 1960-ih godina suprotstavio funkcionalizam, evolucionizam i strukturalizam, iz kog je ovaj poslednji izišao kao pobednik, monopolišući humanističke nauke sedamdesetih (Levi-Stros, 1958), izgledaju ključna u izučavanju novog doba u ishrani. Zahvaljujući tome što pojam kreolizacije podrazumeva ukrštanje kao novu organizovanu celinu a ne kao ostatke procesa dekomponovanja, on izgleda pogodniji za razumevanje ove tematike nego pojam akulturacije (Bare, 1991; Pulen i Tiber, 2000–2).

S francuskog prevela Dana Milošević