

---

ELIZABET ROZEN

---

# NJEGOVO VELIČANSTVO, KRALJ HAMBURGER\*

---

## Ukus koji ne poznaje granice, ili globalizovani ukus

*Vasceli svet mu je dom, on pripada svima. Pa ipak, da li se hamburger uklapa u okvir primarne hrane? Oспоравanjem i satanizovanjem hamburgera, bez prethodnog proučavanja, protivnici nisu uspjeli čak ni da odgonetnu glavne razloge njegovog uspeha*

Brza hrana, ili *fast-food*, ni po čemu ne predstavlja novost u ishrani. Taj fenomen postoji otkad su ljudi počeli da se okupljaju na javnim mestima da bi trgovali, družili se ili učestvovali u zajedničkim ritualima ne ulazeći pri tom u privatnu kuhinju svojih sugrađana da “nešto pregrizu”. Pijace, vašari, sva mesta javnih okupljanja i redovnih gradskih aktivnosti, ulice i trgovi, sve su to, takođe, tradicionalni društveni punktovi na kojima se razvijao poseban način ishrane namenjen i putnicima namernicima ili strancima u prolazu. U kovanici “*fast-food*” ili, kako smo doslovno preveli – brza hrana, insistira se na brzini, međutim, možda je pre u pitanju “praktična” ishrana, nastala u cilju bržeg ispunjenja zahteva proisteklih specifičnim tipom potražnje, jelo u kojem se prepoznaje pokušaj da se kopiraju brojni elementi tradicionalnog obroka: nema escajga, nema pranja sudova, nema postavljanja trpeze niti stolica oko nje. S obzirom da je brza hrana nešto što je većina nas već odavno prihvatila, proizvođačima nije osnovni cilj da zadovolje našu glad nego istovremeno pokušavaju i

\* Prevodilac je uzeo slobodu da promeni naslov koji u originalu glasi “Ukus za sve” (*Saveurs pour tous*).

da nam svoje proizvode, “*fast-food*”, učine prijatnim, praktičnim i – redovnim.

Bez obzira da li je nazivamo “brzom” ili “praktičnom” *fast-food* ima dugu i časnu istoriju. Brza hrana je oduvek bila u skladu i harmoniji s kulturom i sredinom u kojoj je nastajala i puštala svoje korene. Tek nedavno, tokom XX veka, tačnije, tek posle II svet-skog rata, *fast-food* je prihvaćen širom planete, pa je i karakter ovakvog načina ishrane postao manje lokalni: danas je *fast-food* neka vrsta globalne kulinarske tradicije (ili navike), koja ne poznaje kulturološke barijere i zadovoljava ogroman broj različitih kulinarskih tradicija i ukusa.

*Nema escajga – slobodno se poslužite prstima*

Bez obzira na geografsko poreklo današnje *fast-food* ponude, bez obzira na granice i kulturološke specifičnosti, melting-pot američke gastronomske kulture s pravom se smatra i korenom brze ishrane kakvu danas poznajemo. Pre svega, sve je i zamišljeno tako da se rukama može prihvatiti obrok i prineti ustima bez posrednih barijera ili pomoćnih alatki. Verovatno je da se ovakav način ishrane prvobitno pojavio među putnicima ili zemljoradnicima, no osnovna prednost ovakvog načina ishrane daleko je dublja: čovek naprosto voli da drži u rukama svoju hranu jer samo na taj način doživljava neuporedivu bliskost, gotovo bismo mogli da kažemo i intimnost s jelom koje konzumira. Osim toga, konzumirajući hranu pomoću prstiju, ljudsko biće doživljava sve nadražajne stimulacije daleko intenzivnije nego kada jede pomažući se viljuškama, kašikama i noževima. Pravila ponašanja, bonton za trpezom ne dozvoljava nam da njuškamo hranu koja nam se servira, dok je, gle interesantne kontradiktornosti, s degustacijom vina stvar potpuno suprotna. Kada se tokom obroka ne služimo nikakvim pomagalima poput viljuške, već hranu prinosimo prstima, mi je tada, istina nesvesno, prvo omirišemo, čime na izvestan način produžavamo trajanje prijatnih nadražaja – mirisa, arome, ukusa... Taj moćni stimulans, dodatno kombinovan tokom obroka s čulima dodira i vida, kao da podstiče određenu psihološku regresiju u nama, ili nekakvo, nazovimo ga prasećanje/iskustvo, kao da nas podseća na navike davno zaboravljene u ranom detinjstvu, navike koje su manje sofisticirane jer se kontakt s hranom odvija na direktniji i primarniji način. U svemu

tome, *fast-food* nastoji da ukrsti ali i uklopi pomešane nadražaje, daleko od intelektualnog ili estetskog u nama, i sve to nam potpuno otvoreno nudi.

Činjenica da se služimo prstima dok konzumiramo našu hranu, uključuje u ceo čin dodatnu osobenost: namirnica, brza hrana (ili bilo koji *fast-food* proizvod) predstavljena nam je kao suva namirnica, najčešće obložena nekakvom jestivom korom (hlebnim pecivom, zemičkom, kajzericom...). Očigledno je da tečna jela poput supe, čorbe, paprikaša ili drugih njima sličnih, ne odgovaraju bazičnoj nameni brze hrane jer, između ostalog, poenta je i u tome da se, koliko god je to moguće, izbegne prljanje ruku osobe koja je konzumira. U ostvarenju tog cilja pristupa se dvojako. Prvenstveno, osnovnu namirnicu brzog obroka proizvođači moraju da serviraju na parčetu hleba ili nekakvog hlebnog testa, ili pak da je obmotaju testom tako da se konzument ne isprlja. Primena ove tehnike naročito je raširena u svetu, a koreni joj sežu daleko u prošlost, još u doba srednjeg veka kada se gostima služilo najpre poveliko parče hleba koje se umakalo u nekakvo kuvano jelo. Jer, kada komad hleba umočite u sos osnovnog jela ili u masnoću od pečenog mesa, to parče hleba automatski postaje samo po sebi jelo u punom smislu te reči. Ovaj običaj se zadržao u nebrojenim varijacijama iste ideje, sve do današnjih dana. Pa tako i danas možemo da konstatujemo do koje mere je popularan sendvič koji je, to znamo, gotovo kompletan obrok – raznovrsni sastojci i namirnice se, zajedno, stavljaju između dve kriške hlebnog peciva kako bi se konzumentu omogućilo da uživa u raznovrsnosti i mešavini različitih ukusa, aroma i tekstura od kojih se sendvič pravi. Isti taj nenadmašni sendvič može da bude i otvoren: na jednu krišku hleba namazaćemo ili staviti razne namaze, namirnice i začine. Po tom principu je nastala i planetarno omiljena pizza, trougao pečenog testa na koje se nanose sastojci prema ukusu: dovoljno je samo da prstima presavijemo taj trougao i prinesemo ga ustima. Testo može da posluži i kao neka vrsta jestivog omotača: na primer, tacos: u tortilju okruglog oblika stavljaju se sastojci po želji i ukusu, onda se ti sastojci zatvore sa svih strana tim istim testom i – obrok je spreman. U svojoj najbanalnijoj formi sendvič se, kao što smo rekli, pravi tako što se između dve kriške hleba ili dve kriške zemičke stavljaju namazi i drugi ingredijenti po ukusu: to hlebno pecivo se, dakle, nalazi i u osnovi sendviča, poput

kakvog krunskog argumenta. U skladu s ovom idejom i prema ovom principu nastao je i hamburger.

Prema drugoj ideji, odnosno prema drugom modelu, namirnice se obmotavaju određenom vrstom testa da bi se to sve potom zajedno peklo ili pržilo i taj model poznajemo kao pohovanje. Iako se ova tehnika, skorijeg datuma, počela da primenjuje dugo posle nastanka sendviča, nije zbog toga manje omiljena i rasprostranjena. Brija – Savaren (*Brillat – Savarin*) priznaju sve adute pržene hrane, “uvek je rado servirana tokom prijema i posluženja gostiju; pohovane namirnice otvaraju vrata za prijatne kulinarske inovacije koje su lepe i primamljive i za oko, zadržavaju originalni ukus i aromu i mogu se jesti prstima, što oduševljava žensku populaciju”. Kada se pržena hrana priprema u skladu s normama vrhunske kulinarske umešnosti, njena površina je hrskava i suva, kao svojevrсни štít koji ne dozvoljava masnoći i sokovima da nestanu iz pripremljenog jela. Istovremeno, pohovana/pržena jela su pravi užítak za čula, imaju posebno kvalitetan i prijatan ukus. Ukus namirnica s relativno malim količinama masnoće – poput živinskog mesa, ribe i morskih plodova, povrća i dr. – biva znatno obogaćen zahvaljujući toj toliko omiljenoj zlatnožutoj hrskavoj korici koja je svojstvena i zajednička odlika raznovrsnih tipova brze hrane (*fast – food-a*).

#### *Samo nek' je masno i slasno*

Čini se da univerzalni uspeh i popularnost prženih ili pohovanih jela dolazi, nema sumnje, od privlačnosti koju ljudi osećaju prema masnim jelima, prema jestivim masnoćama *en général*. U ovom slučaju, sva pohovana/pržena jela zadovoljavaju značajnu potrebu. Našoj generaciji, koja živi u potpunom izobilju hrane, čak preteranoj katkad neselektivnoj ponudi kojekakvih jela i kulinarskih inovacija, savremena mitologija može da pripoveda šta god joj je volja, svakakve, strašne priče o lošem uticaju masnoće na naše zdravlje. Mogla bi do iznemoglosti da nas upozorava na sve katastrofalne posledice koje konzumacija masne hrane ima na ljudski organizam pa ipak, masna i slasna jela oduvek u nama bude snažnu želju i apetit: reč je o hranljivoj materiji koja je istovremeno i bazična u ljudskoj ishrani, i predstavlja do-datak jelu koji obogaćuje i intenzivira ukus osnovnog sastojka. Masnoći je čovek oduvek pridavao veliku i

višestruku vrednost. Masnoći je svojstveno da, bez obzira na deo sveta i kulinarsku tradiciju, obogaćuje jela u čijoj su osnovi žitarice ili nekakve druge forme ugljenih hidrata. Masnoće, bez obzira o kojoj kulinarskoj tradiciji govorili, poboljšavaju jela od povrća i drugih biljnih ingredijenata, bilo da dodajemo biljne masnoće, bilo da je u pitanju masnoća mlečnih preradevina ili čista životinjska mast. Pohovana i pržena jela ne samo da nam “isporučuju” poveliku količinu štetne masti, već to čine na privlačan način: hrskava tekstura, velika raznovrsnost ukusa i zlatno-žuta boja korice koja je, vekovima unazad, doživljavana kao odlika, kao svojevrsno znamenje kulinarskog bogatstva. Metod prženja i pohovanja hrane je, u izvesnom smislu, skoro savršeno otelotvorenje jedne univerzalne tendencije. Ta tehnika, primenjena na namirnicu gotovo idealne konzistencije, na korenski deo krompira, odnosno na krompir, daje nam mali prženi krompirić u formi i dimenziji prsta šake, nenadmašni *pomfrit*, jelo koje je srušilo skoro sve etničke i kulturološke barijere samo zato što je u isto vreme i ukusno i zabavno.

I tako, *fast-food* nas ugrožava obilnom isporukom “strašnih” masnoća organizmu; no, to je, nema sumnje, i jedan od osnovnih ciljeva tzv. brze hrane.

Ukoliko prihvatimo da brza hrana zadovoljava naše potrebe za masnoćama i to putem šarolikosti recepta koji nam se danas nude u *fast-food* restoranima – ukus i sočnost mesa, hrskavost krompira, punoća ukusa i slast topljenog kačkavalja, moramo onda da prihvatimo i to da nam nudi, opet u izobilju, i dva osnovna, oduvek najčešće korišćena začina – so i šećer. Sodijum je mineral neophodan u ljudskoj ishrani, međutim, način i stepen u kojem ga danas koristimo daleko nadilaze njegovu dijetetsku funkciju. Svuda u svetu i oduvek, ljudi su koristili i koristili so(dijum) radije nego bilo koji drugi dodatak jelima, čak ponekad i na štetu začina koji su i rafiniraniji i luksuzniji, ali baš zbog toga što slani ukus ima tu moć da potpuno zaposedne i usta i čula u njima; zaposeda ih totalno, ali i zbog toga što je do soli relativno jednostavno doći i ne košta mnogo. Istini za volju, čim se pomisli na kombinaciju mast – so, gotovo svaka namirnica momentalno se transformiše u raskošno i primamljivo jelo, pa stoga nezaobilazno prisustvo soli i masti u tzv. brznoj hrani može da pruži objašnjenje otkud to da je *fast-food* postigao toliki

globalni uspeh: doslovno, u svim krajevima planete on privlači nebrojene mušterije.

Kada je o šećeru reč, pitanje o ovom dodatku jelima neznatno je kompleksnije jer je prisustvo šećera u hrani često zamaskirano. Opštepoznato je da je namena šećera da popravi ukus, isto kao što je to namena i poha za meso, ili paradajz-sosa u pizzama. Upotreba šećera je kudikamo manja u pripremanju raznovrsnih sosova, povrća u turšiji (krastavčića tj. *pickles*, kupusa i dr., prim. prev.), ili pri spremanju različitih dodataka jelima kojima je zajednička crta da su jedan od ključnih “argumenata” za sklonost i naklonost prema *fast-food*-u. Međutim, šećer je jedan od osnovnih sastojaka bezalkoholnih gaziranih napitaka koji su manje-više i sami zaštitni znak i nezaobilazni “pratilac” *fast-food*-a. Bilo kako bilo, maskiran ili ne, šećer je jedan od glavnih sastojaka brze hrane. U ovom slučaju isto kao i kod soli, reč je o ukusu koji je globalno poželjan čak i u najzabačnijim delovima planete i konzumente osvaja do te mere da praktično postaju indiferentni prema svim ostalim, suptilnijim aromama.

#### *Strategija fast-food-a*

Sve što je vezano za *fast-food*, svi uočeni fenomeni, a prevashodno globalni trijumf ove vrste ishrane, javljaju se kao da su nastali zahvaljujući onome što brza hrana nudi konzumentima i to na direktan i efikasan način: fundamentalni, zavodljivi čulni stimulansi, omiljene supstance, ukusi, teksture i arome koji su namenjeni nekom imaginarnom konzumentu kome je, bez obzira na kulturološke i geografske različitosti, zajednička ljubav prema *fast-food*-u. Ako krenemo u analizu nekoliko ključnih razloga uspešnosti *fast-food*-a mogli bismo razotkriti o kakvoj je strategiji reč. Uzmimo primer čizburgera, tanušne šnicle od mlevenog goveđeg mesa, pržene ili ispečene na roštilju s tranšom “američkog” (čedar, prim. prev.) sira, obilno prelivene kečapom i garnirane crnim lukom i kiselim krastavčićima – između dve kriške kajzerice (engl. *bun*). Reč je o kajzericama napravljenim od belog, pšeničnog brašna. Uz čizburger se servira porcija pomfrita i ledeno hladno bezalkoholno gazirano piće, najčešće “koka-kola”. Svaki element ovog obroka ukazuje da je on namenjen, najšire posmatrano, ogromnoj i nezainteresovanoj klijenteli primarnih čulnih potreba.

Te šnicle od mlevenog mesa su sićušne, najčešće lošeg kvaliteta ali, uprkos tome, one igraju centralnu ulogu u većini *fast-food* obroka. Ujedno, ta šnicla nas podseća da je meso, a pre svih vrsta mesa – tzv. crveno meso, govedina – oduvek bilo u žiži ljudskih prehrambenih preokupacija. Taj komadić mesa predstavlja i u sebi objedinjuje sve pozitivne atribute dobre hrane – ispržen je i rumen, mekan, sočan, mastan i slatan i serviran u prihvatljivoj i ekonomičnoj formi. Takođe, treba imati u vidu da je govede meso, sa svojim snažnim ukusom i pozamašnim procentom masnoće, u stvari specifična vrsta mesa, lišena nekakvih naročitih etničkih konotacija, bilo oduvek najtraženije od svih vrsta mesa tokom čitave istorije ljudske vrste i to bez razlike – u svim kulturama.

No, kada je o toj originalnoj američkoj lepinji ili kajzerici reč, koju su u Sjedinjenim Državama nazvali *bun*, u sam recept, tj. postupak pripreme i proizvodnje tog peciva slilo se viševjekovno pekarsko iskustvo i umeće. Jer, to pecivo je jedno od najrafiniranijih ikada napravljenih, najintenzivnije bele boje, najmekše je i oslobođeno gotovo svih mogućih propratnih ukusa ili aroma koji bi eventualno, npr. zbog kvasca, mogli da se naslute u drugim vrstama hlebnih peciva. Osim toga, *bun* je obdaren teksturom koja se skoro topi u ustima i njegov ukus neznatno može da varira u zavisnosti od proizvođača. Pored svega opisanog, ovo pecivo je neizostavni, bazični element svakog *fast-food* burgera i njegovih ostalih karakterističnih dodataka i garnirunga, pa ipak, uprkos njegovoj savršenoj, zlatastoj boji i poreklu teško da bi moglo da nas asocira na tradicionalni, klasični ukus hleba. Međutim, izgleda da baš taj izostanak specifičnosti i odsustvo karakterističnog ukusa predstavljaju osnovne razloge radi kojih je to pecivo tako masovno prihvaćeno u svetu.

Dok su šnicla od mlevenog mesa i hlebno pecivo, tj. *bun*, okruglog oblika, sir koji ide preko, ili tačnije ta tranša američkog, pasterizovanog, nazovimo-ga-sira, koja se peče na samoj šnicli – četvrtasta je. Ni to nije bez razloga: kada se na vruće meso koje još nije skunuto s roštilja stavi taj komad sira, on počinje lagano da se topi i njegova četiri ugla počinju da se slivaju niz burger, onako omekšani i obogaćeni pomešanim sokovima pečenih masnoća dodatno stimulišu apetit. Kada pogledate u već pripremljeni čizburger, zapravo vidite samo ta četiri istopljena ugla

ispečenog parčeta sira, međutim i to je dovoljno jer vam signalizira da je još jedan važan ingredijent prisutan i da će vaša čula biti dodatno nagrađena. S obzirom na to da je sir koji se koristi u *fast-food* čizburgerima proizveden od homogenizovanog mleka i potom pasterizovan, on u stvari nema ni jednu od specifičnih odlika ukusa klasičnog tvrdog sira (kačkavalja). Jedan američki kritičar ga je nazvao “veštački učvršćena prikaza islikana voskom”. Tom siru su oduzeti svi oni zanosni elementi ukusa koji su oćaravali ćitave kulture naviknute na mlećne proizvode te takav sir odbija i sve one koji u njemu ne vide drugo do da je to namirnica životinjskog porekla, fermentirana i manje-više “havarisana” u odnosu na originalnog predstavnika “rase”, tj. pravi sir. Pa ipak, taj amerićki kaćkavalj ima dve vaćne odlike zahvaljujući kojima moće da raćuna da će biti prihvaćen u svim svetskim jelovnicima: prva je bogatstvo koncentrisane mlećne masnoće koja je proćla kroz odrećeni proces fermentacije i koja se, malo po malo, topi u ustima. Druga odlika je ta nijansa koja vuće na zlatnoćutu boju, preuzeta od tradicionalnih engleskih proizvoćaća ćedara koji su nekada bojili svoj sir kako bi izgledao bogatiji mlećnim mastima za koje se i tada znalo da sadrće znaćajan procenat karotena.

Ćizburger je garniran povrćem i sosom. Povrće koje se koristi, dakle sećeni kiseli krastavćići ili prćeni tj. sirovi crni luk, zapravo su odvajkada bili najćećeće korićeni garnirunzi. S njima se, doduće u razlićitim formama, susrećemo svuda po svetu: crni luk za dunst, sirov – kao dodatak salatama, krastavćići kao ukras ili salatica, u svakom slućaju kao element koji pojaćava intenzitet ukusa glavnom jelu. Ipak, ti naroćiti, na kolutiće sećkani krastavćići, ili engleski *pickles*, odlikuju najviće angloamerićku kulinarsku tradiciju, njihov je ukus blaći, kiselost manje izraćena, sve u svemu – umerenijeg su ukusa od kiselih krastavćića na koje smo mi navikli. Slićno bismo mogli da definićemo i kećap, tu autentićnu amerićku gastronomsku inovaciju, koja je izvorno nastala inspirisana zaćinjenim sosom i slatko-slanim dodatkom jelu, nećto poput britanskog ćatnija (*chutneys*)<sup>1</sup> i mnogih drugih

---

1 *Chutney*, poreklo ovog sosa je anglo-indijsko i odlikuje ga slatko-kiseli ukus. U zavisnosti od recepta, moće biti manje ili viće kiselo, ali poseduje naroćitu konzistentnost i ćesto ukus koji je slićniji dćemu nego sosu.

tradicionalnih dodataka nastalih u orijentalnim gastronomskim kulturama. Sama reč kečap (*ketchup*) potiče od indonežanske reči *kecap* što je naziv jedne vrste pikantnog, ljutkastog sosa od soje. Nastao, dakle, po azijskom modelu, kečap kakav danas poznajemo pravi se od paradajza, povrća intenzivne i jarko crvene boje, koje vodi poreklo s američkog kontinenta, iz tzv. Novog sveta i upravo zahvaljujući paradajzu taj sos i ima tako dobar i prijatan ukus i popularnost. Pa ipak, ono što je dominantno u ukusu kečapa pre ima veze sa šećerom koji mu se dodaje nego s autentičnom, bogatom aromom paradajza. Popularnost kečapa ukazuje nam, dakle, da je prevashodno namenjen veoma mladoj populaciji potrošača.

O prženim krompirićima, pomfritu, već smo govorili, te nam preostaje još samo bezalkoholno gazirano piće, ili popularna “koka-kola”. Taj napitak je prepun karbonata (ugljenik), sladak je, služi se veoma hladan i ima tamnu, mrku boju. Viševjekovno iskustvo nam govori da čovek više voli ili sasvim vrele ili veoma hladne napitke, a ne tople ili mlake. Ledeno-hladni napitak daje utisak da se pije nešto čisto i sveže, a dodavanje ugljenikovog gasa, tj. karbonizacija napitka, dodatno naglašava tu senzaciju, udvostručuje praktično osećanje svežine, i to sve zajedno stvara veoma atraktivan osećaj u ustima konzumenta: peckanje i penušanje kao da bude zaspala čula u našim ustima i uobičajenom činu ispijanja daju naročitu draž. Šećer odgovara svim ljudima, čak, možemo slobodno reći – svim živim bićima, a naročito mladim ljudima, populaciji čija se kulturna posebnost danas tretira s naročitom pažnjom u svakom smislu. Osim toga, čini se kao da se od jednog takvog napitka očekuje da poseduje i određene farmakološke kvalitete i svojstva: tu mislimo da postoji nagoveštaj prisustva supstanci poput kofeina (nalazimo ga i u kafi, čaju ili kakaou), koje na organizam deluju stimulatивно i blago podstiču ekscitaciju, ali i na narkotična svojstva vina, piva i drugih pića s destilovanim alkoholom; sugerise se da ima čak i neka medicinska svojstva, onu blagotvornost koju izaziva konzumiranje napitaka na bazi lekovitog bilja (npr. čajeva od nane, kamilice, majčine dušice...). Kada je krajem XIX veka izmišljena “koka-kola”, u prvom planu nije bila njena čulno-prehrambena namena: bio je to, u svojoj izvornoj verziji, napitak za olakšavanje određenih blažih zdravstvenih tegoba, poput migrene ili stomaćnog nadimanja, a osim toga, suprotno odli-

kama pravih lekova (gorak ukus, neprijatna konzistencija...) "koka-kola" je zamišljena kao napitak koji se lako može progutati i, pored toga je prijatnog ukusa. To popularno bezalkoholno piće izaziva u ustima jedan, nazivimo to tako, čulni eho koji podseća na ukus lekovitih supstanci korišćenih u farmaciji, a i njegova boja navodi na pomisao da je spravljen baš od lekovitih biljaka dok dodatak kofeina daje svojstva blago podsticajna za nervi sistem. Zahvaljujući izdašnom dodavanju ugljenikovog gasa i svojoj aromi, koja je istovremeno i slatkasta i penušavo-pikantna, "koka-kola" spira unutrašnjost usne duplje i osvežava poput nekog jednostavnog voćnog sladoleda napravljanog s vodom umesto s mlekom.

#### *Jedno izvanredno otkriće*

Sve u svemu, čizburger koji danas poznajemo, i sve ono što uz njega ide, pravi simbol savremenog *fast-food*-a, nudi brojne prednosti i draži po relativno umerenoj ceni. Svi elementi se uzajamno i skladno prepliću i uspešno uklapaju u jedan kompletan obrok koji kao da dodiruje ključne pozitivne konstante koje se provlače kroz celu evoluciju ljudskog čula ukusa. Oslobođen kulturoloških i etničkih referenci, *fast-food* nam nudi svoje sastojke koji probijaju granice i prevazilaze izolovanost svojstvenu originalnim kulinarskim tradicijama i kulturama i to zahvaljujući naizmeničnim, sitnim zadovoljstvima čula, ali u okviru jednog velikog, kompletnog obroka, čak i preteranog. Ništa iz tog obroka nije nusproizvod i ništa nije u drugom planu, već se konzumentima taj "ceo paket" nudi kao jedna celina sačinjena od odlično ukomponovanih elemenata koji pružaju neposrednu, trenutnu i totalnu satisfakciju i velikodušno ispunjavaju naša očekivanja i svoja obećanja. Uprkos tome što se u poslednje vreme pojavljuje nekoliko varijacija na temu *fast-food*-a koje su očigledno rezultat želje da se pogodi ukus potrošača u određenim delovima sveta, ipak, njihova struktura uvek podseća na čizburger. Uvek je u pitanju toplo jelo koje se jede prstima; sa izdašnim prisustvom raznih masnoća obogaćuje se ukus i cilj mu je da kod konzumenta izazove trenutno, primarno zadovoljenje. Kulturološke osobenosti, svedene na najmanju moguću meru, gotovo sasvim "ućutkane", naziru se tek u činu najjednostavnijeg vida sličnosti s originalom (??s hranom??). Na primer, pizza jeste generalno italijansko jelo uto-

liko što je reč o otvorenom parčetu testa, garniranom različitim ingredijentima: tu je paradajz-sos s dodatkom začina origano, sir mozzarella koji se topi na samom testu, u peći. Međutim, pizza danas retko gde sadrži svoje tradicionalne sastojke poput svežeg belog luka, voćem parfimisanog maslinovog ulja (npr. sa smokvama, ili orahom, prim. prev.) i snažnim začinom kakav je bosiljak. Isto tako, *tacos* je meksičko jelo samo po nekim gotovo zaboravljenim originalnim kriterijumima: danas je *tacos* neka, bilo kakva lepinjica od kukuruza u koju se stavljaju dodaci koji ni izdaleka ne podsećaju na kumin i čili. Kao i pizza, i tortilja se danas puni sosom od paradajza bez porekla i nekakvim, tobože-sirom čija je prava funkcija da ublažava ukuse. Svi ti etnički specijaliteti, danas servirani u formi *fast-food* varijacija, imaju sasvim pristojnu konzistentnost, ali njihova osnovna karakteristika je da uvek, kako u prvom tako i u svakom drugom zalogaju, pruže ono što se od njih očekuje u pogledu ukusa – uz obilno prisustvo masnoće, što znači da su sve autentične, izvorne arome i sastojci prosto počišćeni iz perspektive onih koji konzumiraju i zamenjeni jednostavno – ukusima soli i šećera.

Gastronomi pokazuju tendenciju da u *fast-food*-u prepoznaju primer trenda nazvanog “*crade*” (??đubre??). Jedini je problem u tome što tzv. brza hrana prija većini ljudi. Direktno i bez posrednika, *fast-food* nudi svojim konzumentima jela i ukuse za kojima je oduvek tragao i žudeo ljudski rod, a koje nije uspevao uvek sebi da priušti – osim u posebnim situacijama, naročitim prilikama. U tom smislu, *fast-food* predstavlja jednu od najvećih i najspektakularnijih kulinarških inovacija svih vremena: određeni tip hrane namenjen svima, bez obzira na godine, pol ili kulturu. Nema sumnje da je u pitanju savršen produkt pomenutog melting-pota, proizvod koji i nije mogao da se pojavi na drugom mestu osim u Sjedinjenim Američkim Državama, zemlji koja je na ograničen prostor prihvatila najimpozantniji i najmasovniji upliv imigranata poznat u istoriji čovečanstva. Raskošno kulinarstvo, nastalo u multietničkoj porodičnoj sredini, ali ipak lišeno svakog kulturnog partikularizma i osmišljeno tako da ukusom zadovolji samo ono što je bazično i osobeno svim ljudskim bićima (slatko i slano).

S francuskog preveo Jovan A. Đukanović